



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

CARRERA: TECNOLOGIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA
OBTENCION DEL TÍTULO DE TECNÓLOGO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA

**ELABORACIÓN DE ESTRATEGÍAS DE ATENCIÓN AL
CLIENTE DIRIGIDO AL AGRICULTOR MINORISTA EN EL
CENTRO DE ALMACENAMIENTO (UNA) DEL CANTÓN
DAULE**

Autor:

Rendon García Jonathan Arnoldo

Tutor:

PhD Angel Gilberto Orellana Carrasco

Guayaquil, Ecuador

2021



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:
TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

Elaboración de estrategias de atención al cliente dirigido al agricultor minorista en el centro de Almacenamiento (UNA) del cantón Daule

Autor: Rendon García Jonathan Arnoldo

Tutor: PhD Ángel Orellana Carrasco

Resumen

Este proyecto de tesis tiene como finalidad dar a conocer las anomalías que se presentan en el proceso de la venta y recepción del arroz en cascara en la UNIDAD NACIONAL DE ALMACENAMIENTO UNA EP del cantón Daule teniendo como principal perjudicado a los pequeños agricultores de este sector, motivo por el cual el agricultor se ve en la necesidad de negociar su producto con los intermediarios que son personas que compran la gramínea por debajo del precio oficial de sustentación. Por todo lo suscitado mi objetivo fue elaborar un plan de mejoras en las estrategias de atención al cliente para el área de servicio al cliente, lo cual traerá excelentes beneficios para los pequeños agricultores de todo el cantón Daule; como un mayor control y orden en la entrega del producto en la recepción en planta sin preferencia alguna, mejorar la calidad de atención al cliente brindando continuamente capacitaciones al personal del área de servicio al cliente. Para esta investigación se utilizó como instrumentos una entrevista al administrador de la planta y encuestas a los pequeños agricultores en sus respectivos lugares de trabajo en el agro dauleño. Con el análisis realizado se obtendrá como resultado; eliminación de la intermediación, mayores ingresos monetarios para el pequeño agricultor al vender su producto al precio oficial de sustentación de manera directa sin intermediario, prioridad en asignación de cupos para los pequeños agricultores cumpliendo con ciertos requisitos establecidos por la UNA EP.

Creación

Estrategias

Clientes



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:
TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

Elaboración de estrategias de atención al cliente dirigido al agricultor minorista en el centro de Almacenamiento (UNA) del cantón Daule

Autor: Rendon García Jonathan Arnoldo

Tutor: PhD Ángel Orellana Carrasco

Abstract

The purpose of this thesis project was to publicize the anomalies that occur in the process of the sale and reception of rice in the husk in the NATIONAL STORAGE UNIT A PE of the Daule canton, with the small farmers of this sector as the main disadvantaged, which is why the farmer finds himself in the need to negotiate his product with intermediaries who are people who buy the grass below the official support price. For all that raised, my objective was to develop a plan to improve customer service strategies for the customer service area, which will bring excellent benefits for small farmers throughout the canton of Daule, such as greater control and order in delivery. of the product at the reception in the plant without any preference, improve the quality of customer service by continuously providing training to the staff of the customer service area. For this research, we used the instruments of interviews with the plant administrator and surveys of small farmers in their respective workplaces in the agricultural area of Daule. With the analysis carried out, it will be obtained as a result; elimination of intermediation, greater monetary income for the small farmer by selling his product at the official support price directly without an intermediary, priority in allocating quotas for small farmers complying with certain requirements established by the UNA EP.

Creation

Strategies

Customers

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁG.
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	iv
CERTIFICACION DE APROBACION DEL URKUND ¡Error! Marcador no definido.	
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN..... ¡Error! Marcador no definido.	
DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMA.....	vi
CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD ¡Error! Marcador no definido.	
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
INDICE GENERAL.....	xiii
ÍNDICE DE GRAFICOS	xii
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA	1
Planteamiento del problema	1
Ubicación del problema en un contexto	2
Situación conflicto.....	3
Delimitación del problema.....	3
Formulación del problema	3
Variables de la investigación	3
Evaluación del problema.....	3
Objetivo de la investigación	4
Objetivo General.....	4
Objetivos Específicos	4
Justificación e importancia de la Investigación.....	5

CAPITULO II.....	6
MARCO TEÓRICO	6
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	6
Antecedentes Históricos	6
Antecedentes Referenciales	9
Fundamentación Legal	14
Variables de la Investigación	16
Definiciones Conceptuales	16
CAPITULO III.....	18
METODOLOGÍA.....	18
Presentación de la empresa	18
Diseño de la investigación	22
Tipos de investigación	23
Diseño del Instrumento.....	23
Población y Muestra	23
Población.....	23
Muestra	24
Tipos de Muestra	24
Métodos teóricos de la investigación	26
Técnicas e instrumentos de investigación.....	26
Instrumentos de evaluación de proyecto.....	27
Característica a medir.....	27
CAPITULO IV	31
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	31
Aplicación a las técnicas e instrumentos.....	31
Plan de mejoras.....	54
Conclusiones	62
Recomendaciones	63
Bibliografía:.....	64
ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE GRAFICOS

Títulos:	Páginas:
Figura 1 Servicio al cliente	11
Figura 2 Logo de la Institución	18
Figura 3 Esquema organizacional.....	19
Figura 4 Trabajadores de la UNA	20
Figura 5 Trato brindado	31
Figura 6 Dialogo con clientes.....	32
Figura 7 Inconvenientes.....	33
Figura 8 Eficiencia	34
Figura 9 Satisfecho.....	35
Figura 10 Capacitación.....	36
Figura 11 Buzón de sugerencias	37
Figura 12 Sugerencias.....	38
Figura 13 Frecuencia de encuestas	39
Figura 14 Razón	40
Figura 15 Cupos	41
Figura 16 Capacidad máxima	42
Figura 17 Trato de trabajadores.....	43
Figura 18 Favoritismo	44
Figura 19 Solución de problemas	45
Figura 20 Encuesta de satisfacción	46
Figura 21 Solución de problemas	47
Figura 22 Nuevas estrategias	48
Figura 23 Implementar.....	49
Figura 24 Trato	50
Figura 25 FODA	56

ÍNDICE DE TABLAS

Títulos:	Páginas:
Tabla 1 Evaluación del Escenario.....	3
Tabla 2 Proceso de un buen servicio al cliente	13
Tabla 3 Tipología investigativa.....	23
Tabla 4 Población	24
Tabla 5 Muestra.....	25
Tabla 6 Instrumentos	26
Tabla 7 Instrumentos evaluativos	27
Tabla 8 Trato brindado	31
Tabla 9 Dialogo con clientes	32
Tabla 10 Inconvenientes.....	33
Tabla 11 Eficiencia	34
Tabla 12 Satisfecho	35
Tabla 13 Capacitación	36
Tabla 14 Buzón de sugerencias.....	37
Tabla 15 Sugerencias	38
Tabla 16 Frecuencia de encuestas	39
Tabla 17 Razón	40
Tabla 18 Cupos	41
Tabla 19 Capacidad máxima	42
Tabla 20 Trato de trabajadores.....	43
Tabla 21 Favoritismo	44
Tabla 22 Solución de problemas.....	45
Tabla 23 Encuesta de satisfacción	46
Tabla 24 Solución de problemas.....	47
Tabla 25 Nuevas estrategias	48
Tabla 26 Implementar	49
Tabla 27 Trato	50
Tabla 28 Plan de Mejora.....	54
Tabla 29 Estrategias.....	61

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del problema

La importancia de la producción arrocerera dentro del país se debe a que la misma es de los principales productos consumido dentro de la canasta básica de los ecuatorianos, su estructura de producción viene de los grupos minoristas agricultores. La provincia del Guayas se lleva el 87% de la producción del arroz y la otra parte se divide en la provincia de los Ríos.

Dentro del año (2014-2017) la producción del arroz se dio en un 96% para importación dejando un 4% para la exportación un tanto no muy favorable para el sector arrocerero debido a que los grupos minoristas no logran exportar su producto por la falta de control en el área socio-económica del país ya que la mala administración de los fondos y poca participación del país en la agroindustria, sin contar los beneficios que les brindan a los grupos intermediarios que son los que logran exportar.

Con el paso del tiempo, los silos se han vuelto indispensables y como hemos mencionado, su diseño se ha adaptado para diferentes usos y según la aplicación específica que se le dará se construyen en formas y materiales diferentes. Estas estructuras se pueden distinguir a partir del uso que se les da, o por su diseño, y por lo regular se instalan en plantas de almacenamiento o bodegas de diferentes industrias. (Meprosa, 2019).

Los silos son una estructura diseñada para almacenar variedades de gramíneas este mecanismo lo encontramos en todos los países siendo utilizados en distintos sectores agrícolas como el campo arrocerero, campo maicero, etc. Por lo general se instalan en plantas de almacenamiento o

bodegas de industrias agrícolas, y en la actualidad es una solución mejorando las condiciones de comercialización para que el agricultor venda a mejor precio ya que la calidad la establece el sistema de almacenamiento, por muchas causas, el almacenaje de grano en el mundo se ha hecho una actividad cada vez más frecuente y más utilizada por los productores de cereales. Entre otras, se pueden señalar como razones de este suceso que los incrementos en las producciones han provocado déficits de almacenamiento en las industrias agrícolas.

Cabe recalcar que el agricultor es una persona que vive en el campo y el mismo produce su cultivo y brinda su mano de obra por lo que es imperativo que se le dé un trato justo y a la vez beneficioso dentro de las importaciones y exportaciones para que así todos logren obtener ganancias mayores a su inversión.

Ubicación del problema en un contexto

La Unidad Nacional de Almacenamiento (UNA) entidad anexa del Ministerio de Agricultura (MAG), en el 2013 se transforma en empresa pública teniendo la finalidad de comprar, almacenar y vender productos agrícolas e insumo para brindar un mejor servicio al agricultor e inicia su proceso de almacenamiento en cuatro plantas ubicadas en Babahoyo siendo esta la de mayor almacenaje y las otras situadas en Daule, Ventanas y Quevedo.

La UNA en el cantón Daule presenta varias anomalías como; mala atención que recibe el agricultor minorista donde existe una falta de control por parte del personal administrativo, se da una preferencia al intermediario en la asignación de cupos para la entrega del producto, por lo cual el agricultor minorista al no tener cupo vende su producto al intermediario a precios más bajos dando como resultado una desigualdad tanto en ventas como ganancias

Situación conflicto

Tabla 1. Evaluación del Escenario

Causas	Consecuencias
Atención al cliente es decreciente	Inconformidad en los agricultores
Sobreproducción	Saturación de los Silos
Ausencia de control	Preferencia para intermediarios

Elaborado por: Rendon G (2021)

Delimitación del problema

Campo: Administrativo

Área: Servicio al cliente

Aspectos: Estrategias de atención, servicio al cliente

Tema: Elaboración de estrategias de atención dirigido al agricultor minorista (UNA) del cantón Daule

Formulación del problema

¿Cómo elaborar estrategias de atención para la mejora del servicio al agricultor minorista en la Unidad Nacional de Almacenamiento (UNA), del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), ubicado en el cantón Daule, provincia del Guayas, en el periodo 2021?

Variables de la investigación

Variable independiente: Estrategias de Atención

Variable dependiente: Servicio al cliente

Evaluación del problema

Los aspectos que se considerarán para evaluación son:

Delimitado. – El estudio se enmarca en el área administrativa de la UNA/MAG ubicado en el cantón Daule, provincia del Guayas, durante el periodo 2021.

Evidente. – Se observa el déficit de la atención al cliente que se brinda a los grupos minoristas y el favoritismo a los intermediarios

Relevante. – Al desarrollar la investigación dentro de estas organizaciones, se desea concientizar en el área de atención al cliente el trato justo y equitativo para todos los grupos agropecuarios del sector arrocero y a su vez generar en los mismos un ambiente afable y más productivo.

Original. – El plantear nuevas estrategias de atención al cliente dentro de la organización UNA más que ser innovador logra ser trascendental ya que no todas las empresas u organizaciones acceden a reformar los reglamentos con los que se lograron establecer.

Factible. – Porque se cuenta con el apoyo de la UNA y del MAG para aplicar el proyecto investigativo

Variables. – Se examina la conexión de las variables planteadas en el proyecto: Independiente – Estrategias de atención y Dependiente – Servicio al cliente

Objetivo de la investigación

Objetivo General

Establecer estrategias de atención al usuario para la mejora del servicio al cliente del agricultor minorista en la Unidad Nacional de Almacenamiento (UNA) del cantón Daule.

Objetivos Específicos

- Investigar las teorías pertinentes a estrategias de atención al usuario y de servicio al cliente.
- Evaluar la actual estrategia de atención al usuario que ofrece la Unidad Nacional Almacenamiento (UNA).

- Elaborar nuevas estrategias de atención al usuario en los centros de almacenamiento nacional de arroz.

Justificación e importancia de la Investigación

El presente proyecto investigativo plantea la creación de nuevas estrategias para el servicio al cliente ya que el déficit en la atención a los grupos minoristas de arroceros se ha visto afecto y se intenta dar un trato favorable para todos dejando ganancias y a su vez mejorar la calidad en la atención al cliente. El proyecto tendrá en cuenta la observación de estrategias nuevas e innovadoras para el servicio al cliente que logre dejar a dichas organizaciones como establecimientos ejemplares dentro de la agroindustria y así poder obtener calidad y rentabilidad en todas sus importaciones y exportaciones.

Es de vital importancia indicar que los productores minoristas arroceros del cantón Daule se ven afectados por la UNA ya que el área de atención al usuario no trabaja como es debido, dando como resultado un ambiente desfavorable y poco ventajoso; el mal reparto de turnos es uno de los factores que ocasiona una venta con precios bajos a los intermediarios por parte de los productores minoristas ya que al no poder vender su producto dentro de la UNA debe bajar sus precios quedando sin ganancias.

Adicional a dicha problemática es imperativo dejar implícito que el productor arrocero no solo compite con los intermediarios sino también con los cambios climáticos, la siembra no productiva o echada a perder por el estado invernal del cantón, a lo que se plantea la creación de nuevas estrategias en la atención al cliente para no verse perjudicados en su totalidad.

El proyecto es viable porque no solo ayuda al sector agropecuario sino a una organización creada por el estado dejando notar que no todo es corrupción o favoritismo, sino más bien justo e igualitario.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Antecedentes Históricos

El arroz es el alimento básico para más de la mitad de la población y el principal de la población mundial si se toma en cuenta toda su superficie cultivable, por lo que es de vital importancia para el agricultor poder cosechar y posteriormente exportar arroz de calidad bajo las medidas implementadas siempre y cuando sean respetadas; Ecuador ocupa el puesto 26 a nivel mundial en la exportación de arroz sin contar que su cultivo y cosecha es la herramienta de trabajo de la población rural. A continuación, se presentan trabajos que fundamentan el trabajo de investigación:

“DISEÑO DE UN SISTEMA INTEGRAL DE GESTIÓN DE LA CALIDAD, MEDIO AMBIENTE Y RIESGOS LABORALES UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA”

La implantación de los sistemas de gestión en una empresa es imprescindible para el correcto funcionamiento de todas sus actividades, es una forma de aumentar la efectividad de la empresa, lo que conllevará mayores beneficios al trabajar de una forma más eficiente. También es imprescindible la colaboración y activa disposición de todos los integrantes de la empresa. Así, al aumentar la calidad, el cliente percibirá este cambio y la empresa obtendrá mayores beneficios. Por lo que se hace necesario que todos los integrantes del cuerpo técnico de la empresa estén suficientemente informados en cuanto a los objetivos básicos del sistema de calidad implantado. Si no son correctamente informados, el sistema de

gestión carece de utilidad. Una vez implantado estos sistemas de gestión, debe comprobarse su correcto funcionamiento mediante una preauditoria con personal correctamente cualificado para ello. Finalmente, se producirá una preauditoria en la que se realizará una certificación del sistema de calidad diseñado. Una vez realizada esta, y habiendo obtenido un resultado positivo, la empresa está en disposición de realizar ya una auditoría de certificación. (Fajardo & Moyon , 2017).

Los autores plantean que una empresa debe mantener un sistema de gestión laboral acorde a las leyes que los mismos planteen y que a su vez del mismo dependerá como sus trabajadores se reflejen ante sus clientes ya que son un reflejo de su empresa, planteando así que dichas estrategias implementadas deberán comprobar un buen funcionamiento con rendimiento de calidad.

“PREFECTURA DE AZUAY FORTALECIDA CON EL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD ISO 9001”

Con la finalidad de mejorar sus niveles de atención, servicio y eficiencia, la prefectura del Azuay implementó un Sistema de Gestión de Calidad el 11 de noviembre del 2001. Este permite gestionar de mejor manera los procesos y aumentar la calidad de sus productos y servicios; a través de la Certificación de la Norma ISO 9001 versión 2008, proceso de certificación que fue realizado por la Empresa Bureau Veritas. En tal contexto esta iniciativa le ha permitido a la prefectura del Azuay fortalecer su Modelo de Gestión basado en procesos y resultados, sirviendo al impulsor para el cambio cultural institucional entre todos sus colaboradores, al existir ahora trabajadores y empleados que se han empoderado de sus roles y están conscientes de la importancia de sus labores y procesos. El concepto de Gestión de Calidad en el sector público no es nuevo, sin embargo, en nuestro medio son muy pocos los gobiernos locales que tienen la iniciativa y la decisión de asumir el reto de implementar un Sistema de Gestión de Calidad. Es en base a estos conceptos de administración pública que el

Gobierno Provincial de Azuay fue el primer Gobierno Autónomo descentralizado del país que obtuvo la certificación ISO 9001. (Azuay, 2012).

La prefectura del Azuay indica que certifico un nuevo ISO en el cual plantea la eficiencia a la clientela rural y posterior poder exportar arroz de primera calidad y no solo sobresalir en la exportación sino también ayudar a los cultivadores minoristas ya que se busca igualdad para todos y no solo un grupo selecto, ya que antes se veía perjudicado el sector rural de dicha provincia.

“El arroz y su importancia en los emprendimientos rurales de la agroindustria como mecanismo de desarrollo local”

El arroz representa para varios cantones de la provincia del Guayas la principal actividad industrial y agrícola, muchos de estos cantones cuentan con piladoras como única herramienta de peso industrial para procesar el recurso, pero pese al gran potencial con el que cuentan estos sectores, problemas como la escasez de inversión, modernización y comercialización impide un desarrollo agroindustrial.

Su producción mundial alcanzó en el año 2017 los 503,9 millones de toneladas, alrededor de 29 millones de toneladas se produjeron en países de Latinoamérica según datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura (FAO), este organismo además indica que para el 2018 el consumo mundial de este cereal se incrementará en 1,1%. Otro de los grandes problemas que deben afrontar los pequeños productores de arroz es la intermediación comercial, frente a esto mencionan que *“es el productor quien recibe el menor porcentaje y absorbe buena parte de los riesgos asociados con la producción, cosecha y postcosecha”*, por su parte afirman que la producción agrícola rural generalmente se caracteriza por presentar poca diversificación, mínima generación y promoción de los productos agroindustriales de la zona,

predominancia de actividades productivas rurales informales, insuficientes competencias organizativas, tecnologías operativas y de gestión deficiente, lo que se convierte en un traspie para el desarrollo rural. (Mendoza , 2019).

La autora indica que en la provincia del Guayas se encuentran en su mayoría cantones en donde las piladoras y los cultivos son las herramientas de uso masivos de los agricultores pero que los mismos se ven vulnerables ya que no cuentan con el apoyo agroindustrial en sus producciones y son ellos mismos los que reciben el porcentaje más bajo en ganancias luego de producir a pesar de ser los mismos productores y esto se debe a la mala atención que hay dentro de las organizaciones que los representan debido a que favorecen a un grupo y a otro no . Dejando al área rural deficiente y con ganancias nulas

Una vez analizados proyectos similares al del proyecto investigativo se determina que es imperativo desarrollar estrategias de atención al cliente ya que estas no son las idóneas para el sector arrocerero y mucho menos para los grupos minoristas que son los que resultan afectados en todo este proceso de exportación

Es importante indicar que si dichas estrategias se implementan dentro de la UNA de Daule las exportaciones no solo mejoraran, sino que también beneficiaran a los agricultores ya que ellos son el eje de toda la producción.

Antecedentes Referenciales

Brindar un buen servicio a los usuarios siempre ha sido imperativo, debido a que de esta muestra cómo está estructurada una institución, como lo indica en su artículo (García, 2019):

La cultura de servicio presente en las organizaciones puede favorecer la optimización del servicio al cliente, basado en factores internos que influyen en la forma de generar los servicios que

brindan a los usuarios, para así satisfacer sus expectativas. De esta forma, se hace necesario tomar en cuenta que el mismo implica un conjunto de actividades que debe combinarse oportunamente para ofrecer al cliente el mejor resultado posible. Se requiere, entonces, estudiar nociones como el servicio al cliente, sus características, la cultura en la organización, tipos y funciones, claves para su desarrollo, objetivos para lograr la transformación cultural y la metodología para generar una cultura de servicio. (pág. 3).

El autor indica que el servicio al cliente es una cultura y este puede optimizar o empeora el servicio de una empresa ya que este es clave en el desarrollo de la misma por lo tanto una transformación cultural al servicio del cliente dependerá de la empresa y cuanto desee la misma incrementar sus estándares dentro del campo en el que se desarrolla.

Sin duda, el servicio al cliente constituye para las organizaciones una de las grandes exigencias que demanda adecuada atención para lograr una impecable prestación del mismo. Debido a su relevancia, las empresas realizan un gran esfuerzo por entregar a sus clientes este conjunto de actividades que implican una naturaleza propia, con el fin de lograr que el usuario se sienta complacido y lo encuentre acorde con el valor invertido por su adquisición.

Hoy en día es notable como la competitividad entre las organizaciones determinante ya que buscan brindar un servicio de calidad hacia sus usuarios pero a su vez se presentan instituciones que brindan esa atención ferviente pero a su conveniencia , es decir que favorecen a los que ellos creen productivos y no toman en cuenta que no siempre será así ,creando desventajas entro los otros usuario y dando un mal servicio que posteriormente los perjudicará ya que no están atendiendo con las funciones que ellos mismo determinaron.

Por lo tanto, las instituciones deben comprender como brindar una atención acorde a los requerimientos planteados por la misma entidad ya que una cosa es brindar un servicio y otra muy diferente es dar un buen servicio al cliente como se está dando dentro de UNA DE DAULE.

Sin duda los usuarios esperan que estas acciones cambien y sean favorables para todos y no para un grupo nada más. Por ende, las instituciones deben reconsiderar la filosofía del servicio al cliente que brindan de forma que los clientes logren percibir un cambio real y no solo a conveniencia dejando en claro que la empresa debe ser consiente del cambio que desea obtener para brindar un excelente servicio al cliente



Figura 1. Servicio al cliente
Elaborado por: Rendon G. (2021)

Independientemente de que una empresa sea pública, privada, multinacional o grande es necesario que el desarrollo de sus actividades en este caso la atención que se les brinde a los clientes sea optimas por parte de sus trabajadores como así lo plantea (Paz, 2005).

El servicio al cliente no es una decisión optativa sino imprescindible para la existencia de la empresa y constituye el centro de interés fundamental y clave de su éxito o fracaso, el servicio al cliente algo que podemos mejorar si queremos hacerlo.

Tal como indica la autora es de vital importancia que la empresa tenga clara la constitución de sus intereses ya que de esta dependerá su éxito, es decir que se debe aplicar la frase “El cliente siempre tiene la razón” ya que de los mismos depende el éxito de dicha organización.

Actividades que ligan a la empresa con el cliente.

- Asegurarse que el producto llegue al cliente a tiempo y en una presentación adecuada
- Relaciones de respeto entre el cliente y la empresa
- Servicios de atención, mantenimiento y resolución de problemas eficaces
- Comunicación fluida y clara por parte de la empresa hacia el cliente

Todas estas actividades permitirán una comunicación acertada y estable entre los clientes y la empresa.

¿Cómo entra el área del servicio al cliente en la actualidad?

Encaja en la actualidad tanto en la oferta y demanda por motivo de competencia y a las empresas les conviene mantener a los clientes permanentes que convencer a los regulares y de esta forma lograr mantener la fidelidad de los mismos a que disminuya y cause perdidas en la misma, pero este no es el caso en la UNA de Daule ya que la constitución por la que se rige la entidad no es clara y presenta favoritismo a quienes oferten más dinero para las exportaciones.

A continuación, se presentará un cuadro que representa el proceso de servicio al cliente.

Tabla 2 . Proceso de un buen servicio al cliente

SERVICIOS	Mantener al cliente como agente primordial para el desarrollo de las mismas
Relaciones	Lograr la fidelidad de los clientes.
Valor Añadido	Diferenciar la empresa de otras mediante una constitución clara.

Elaborado por: Rendon G. (2021)

Características de un buen servicio al cliente

Planteadas por (Aguilar , 2019) :

- Un servicio es más un proceso que un producto.
- Un servicio casi nunca se puede almacenar.
- El servicio no se puede inspeccionar o supervisar de manera rígida o inamovible, como ocurre con un producto.
- No se puede predeterminedar de antemano la calidad final de un servicio.
- La materia prima fundamental de casi todo proceso de servicio es la información.

¿Qué es servicio?

El servicio es un intangible que está compuesto por varias características y en ocasiones se convierte en el producto final que se entrega al cliente, de este va depender la satisfacción y la fidelidad de los usuarios. (Abad, 2014)

¿Qué es calidad?

Representa un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del cliente o se anticipen a ellas, participando actividad en el desarrollo del producto en este caso se hace referencia a las exportaciones dentro de la UNA de Daule en la cual deberían brindar un servicio de calidad para sus exportadores, pero no se logra evidenciar.

Objetivos de la calidad

- Suscripción responsable
- Excelencia en el servicio
- Satisfacción del cliente
- Innovación
- Mejoramiento continuo
- Recursos humanos calificado
- Mejoramiento de la eficacia de los procesos

Fundamentación Legal

Sección cuarta

Democratización de los factores de producción

Art. 334.- El Estado promoverá el acceso equitativo a los factores de producción, para lo cual le corresponderá:

1. Evitar la concentración o acaparamiento de factores y recursos productivos, promover su redistribución y eliminar privilegios o desigualdades en el acceso a ellos.
2. Desarrollar políticas específicas para erradicar la desigualdad y discriminación hacia las mujeres productoras, en el acceso a los factores de producción.
3. Impulsar y apoyar el desarrollo y la difusión de conocimientos y tecnologías orientados a los procesos de producción.
4. Desarrollar políticas de fomento a la producción nacional en todos los sectores, en especial para garantizar la soberanía alimentaria y la soberanía energética, generar empleo y valor agregado.
5. Promover los servicios financieros públicos y la democratización del crédito.

Sección quinta

Intercambios económicos y comercio justo

Art. 335.- El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará

la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos.

El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal.

Art. 336.-El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.

El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.

Art. 337.-El Estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la participación de la economía ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica.

Ley de Desarrollo agropecuario

Art. 13.- APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN DIRECTA. - Las inversiones que efectúen los particulares para el establecimiento de mercados mayoristas, podrán ser deducibles de la base imponible para el cálculo del impuesto a la renta, en los términos que se determine en el Reglamento a la presente Ley. El Estado estimulará el establecimiento de mercados y centros de acopio generados en la iniciativa de las organizaciones indígenas, campesinas y comunitarias, que tengan como función acercar a

productores y consumidores y evitar la inconveniente intermediación que eventualmente pueda perjudicar el interés económico de las mismas.

Variables de la Investigación

Variable independiente: Estrategias de Atención

Las estrategias comienzan con experiencias desarrolladas en el ámbito empresarial, desde aquí comienza a generarse un proceso de adaptación en el sector público, y no de "adopción", realizando en el momento oportuno las modificaciones a los modelos, métodos y herramientas que tienen su origen en el sector privado tratando de implantar los principios de competitividad y de estrategias en la gestión para el mando en las organizaciones y entidades del sector público. (Vera Alamo, F.R., 2016)

Variable dependiente: Servicio al cliente

Tiene su inicio en la Organización Internacional de Normalización (ISO), que se desarrolló en 1946 en Ginebra (Suiza) introduciendo los primeros estándares sobre la atención al cliente y la calidad del servicio. Ya en 1980 el Instituto de Calidad de Servicio inicia la preparación de empleados y empresas mediante seminarios y libros, obteniendo mejoras en la estandarización de los procesos de atención al cliente. (Servinform, 2019).

Definiciones Conceptuales

Estrategia. - Es el proceso a través del cual una organización formula objetivos, y está dirigido a la obtención de los mismos

Atención.- Es una capacidad que nos sirve para crear, guiar y mantener nuestro cerebro activo de manera que podamos procesar correctamente la información.

Servicio.- Es el proceso social y administrativo por el cual los individuos satisfacen sus necesidades al crear bienes y servicios (Kotler, 2002).

Cliente.- Hace referencia a las personas o empresas que utilizan los recursos o servicios brindados por otros (Raffino, 2020).

Comunicación. - Tiene como principal objetivo influenciar la disposición de compra o generar una actitud positiva en el cliente hacia una empresa, marca o producto. En ese sentido, la comunicación comercial o el lenguaje para servicio al cliente, requiere asertividad.

Silos. - Es una construcción diseñada para almacenar grano y otros materiales a granel; son parte del ciclo de acopio de la agricultura. Los más habituales tienen forma cilíndrica, asemejándose a una torre, construida de madera, hormigón armado o metal.

Competitividad. - Se refiere a la capacidad que tienen estos agentes económicos para permanecer vendiendo bienes o servicios en un mercado. A nivel nacional, el concepto de competitividad se refiere a las empresas que exportan productos y compiten en el mercado internacional.

Producción. - Desde el punto de vista de la economía, la producción es la actividad que aporta valor agregado por creación y suministro de bienes y servicios, es decir, consiste en la creación de productos o servicios y, al mismo tiempo, la creación de valor.

Importación. - La importación consiste en la introducción a plaza para el consumo de mercaderías procedentes del exterior del territorio aduanero nacional, sujetas al pago de tributos o al amparo de las franquicias correspondientes.

Exportación. - Las exportaciones son el conjunto de bienes y servicios vendidos por un país en territorio extranjero para su utilización. Junto con las importaciones, son una herramienta imprescindible de contabilidad nacional.

CAPITULO III

METODOLOGÍA

Presentación de la empresa

La Empresa **Pública Unidad Nacional de Almacenamiento “UNA EP”**, La UNA se creó el 27 de agosto del 2007, mediante Decreto Ejecutivo 589, como entidad adscrita al Ministerio de Agricultura (MAG). En el 2013 se transformó en empresa pública con el fin de comprar, almacenar y comercializar productos agropecuarios e insumos.

Logo de la Institución



Figura 2 . Logo de la Institución

Objeto social

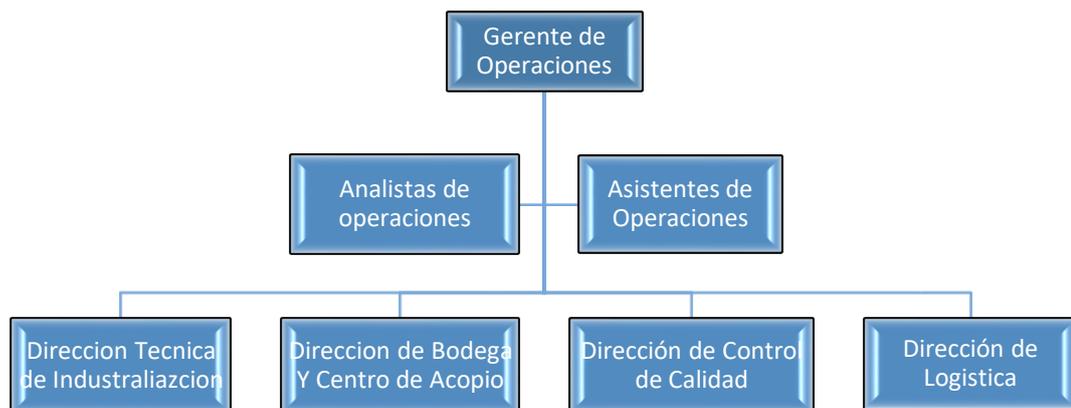
Es una sociedad de derecho público, con personalidad jurídica, patrimonio propio, dotada de autonomía presupuestaria, financiera, económica, administrativa y de gestión a los agricultores.

Misión: Somos una empresa pública ecuatoriana, que contribuye al efectivo funcionamiento del mercado agropecuario, a través de actividades económicas de abastecimiento, procesamiento, almacenamiento, administración, comercialización y distribución de productos e insumos agropecuarios; aportando a la soberanía, seguridad alimentaria y al incentivo a las actividades productivas en general.

Visión: Para el año 2021 ser una empresa referente con sostenibilidad financiera y eficiencia empresarial que genere beneficios al sector agropecuario impulsando el desarrollo del país.

Estructura organizativa

Figura 3. Esquema organizacional



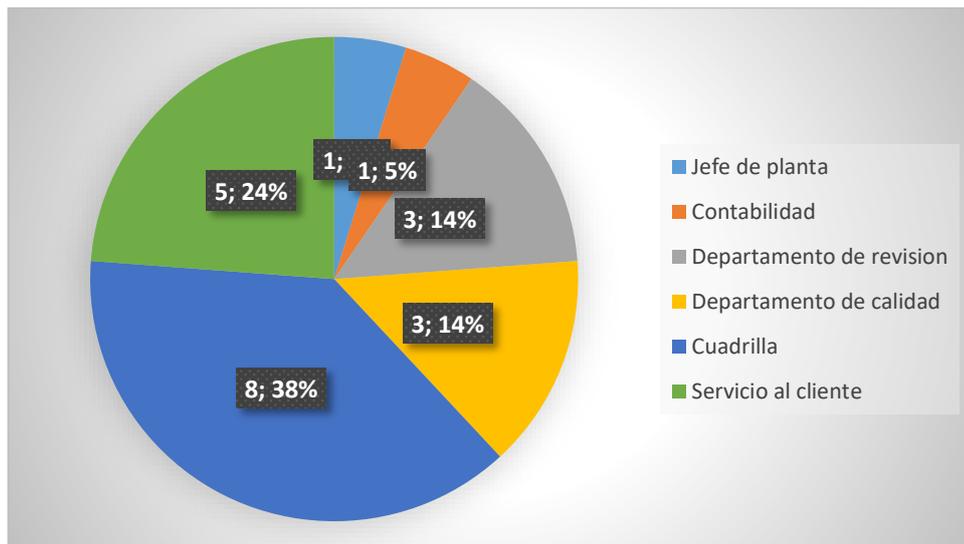
Elaborado por: Rendon G. (2021)

Plantilla total de trabajadores

La Empresa **Pública Unidad Nacional de Almacenamiento “UNA EP”**, cuenta con los diferentes departamentos, el cual hace un total de 21 personas distribuidas en las siguientes áreas:

- Jefe de planta (1 persona)
- Contabilidad (1 persona)
- Departamento de revisión (3 personas)
- Departamento de calidad (3 personas)
- Cuadrilla (8 personas)
- Servicio al cliente (5 personas)

Figura 4 .Trabajadores de la UNA



Elaborado por: Rendon G. (2021)

Clientes

Los principales clientes que tiene La Empresa **Pública Unidad Nacional de Almacenamiento “UNA EP”** son la:

- AFABA
- Pronaca.

Proveedores

Los principales proveedores que tiene La Empresa **Pública Unidad Nacional de Almacenamiento “UNA EP”**, es la que se centra en la comunidad dauleña.

Competidores más importantes

Sus principales competidores son las piladoras que están alrededor del mismo, la cual de manera privada puede actuar de manera más rápida en el pilado del arroz.

Principales productos o servicios

Adquisición, almacenamiento, comercialización y exportación de productos agropecuarios y alimentos procesados de pequeños y medianos productores; así como la importación y distribución de fertilizantes e insumos a los agricultores del país.

Valores Corporativos

- Compromiso Social
- Integridad
- Responsabilidad
- Excelencia
- Trabajo en Equipo

Objeto de estudio

- Fortalecer el acceso al servicio de almacenamiento y procesamiento de productos agropecuarios, fertilizantes e insumos agrícolas; enfocados a los pequeños y medianos agricultores.
- Implementar tecnología de punta en almacenamiento, procesamientos, transporte, comercialización y distribución de productos agropecuarios, insumos, equipos y maquinarias agrícolas.
- Reducir la intermediación y especulación en las cadenas productivas de los productos de pequeños y medianos productores. 51
- Impulsar la innovación y desarrollo en procesos y productos agropecuarios e insumos agrícolas que la empresa administra.
- Regular el mercado a través de la absorción parcial de las cosechas en condiciones normales de oferta de pequeños y medianos productores agropecuarios.
- Incrementar el desarrollo del talento humano y el capital intelectual
- Incrementar el uso eficiente del presupuesto.
- Mejorar continuamente los procesos operativos y administrativos, y tecnológicos de la empresa.

El presente proyecto investigativo se realizó en el Cantón Daule, Provincia del Guayas el cual consta con 173,684 habitantes del último censo poblacional y vivienda del 2010.

Daule tiene una extensión de 475 km² y cuenta con cuatro parroquias rurales: Laurel, Limonal, Juan Bautista Aguirre y Los Lojas; tiene una

parroquia satélite urbana que es La Aurora. Además, hay 180 recintos pequeños en el cantón.

Debido a su cercanía a la metrópolis de Guayaquil y en tener una parroquia propia dentro de la aglomeración urbana de Guayaquil (La Aurora), El cantón de Daule (junto con el cantón cercano de Nobol) es parte de la Conurbación de Guayaquil - Durán-Milagro-Salitre-Daule la cual les dan una población de 3.273.205.

Diseño de la investigación

La metodología es la ciencia encargada de dirigir un proceso de forma eficaz y eficiente para conseguir los resultados planteados, su objetivo se centra en otorgar la estrategia adecuada a seguir para cumplir con el proyecto o investigación planteada (Serrano, 2020).

Para el diseño de investigación se han establecido los tipos de investigación que se menciona a continuación.

Investigación Bibliográfica: (Lerma , 2009) “Se deben referenciar los libros, revistas, tesis de grado, referencias obtenidas por internet, y otros que se consultaron para la realización de la propuesta.” (pág. 41). La investigación será bibliográfica porque se realizará a través de consultas de libros, revistas, tesis, etc.

Investigación Científica: (Ander-Egg, 2015) “Es un proceso moderado, constituido por diversos pasos o fases interconectadas entre sí, que busca una permanente comprobación y contrastación empírica de los hechos, fenómenos o procesos que se quieren estudiar. (pág. 75). Se da en la investigación por su ayuda a la solución del problema de una manera ordenada

Investigación de campo: Se extrae los datos e informaciones directamente de la realidad o lugar de los hechos. (pág. 40).

Tipos de investigación

Tabla 3. Tipología investigativa

Exploratoria	Explicativa	Descriptiva	Correlacional
El objetivo es acercarse a fenómenos no estudiados lo cual permite comprender aspectos nuevos de conocimiento que existen (Rus, 2020)	Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y procesos de los fenómenos (Rodríguez, 2005)	Consiste en la identificación de un hecho, sujeto, o grupo con el fin de establecer su conducta o comportamiento (Arias, 2012)	Amplio conocimiento del marco de referencia, y el desarrollo en el área del fenómeno para saber cómo se afectan las variables entre si (Landeau, 2007)

Elaborado por: Rendon G. (2021).

Se realizará esta investigación empleando la investigación explicativa para determinar las causas del fenómeno y la investigación descriptiva identificando la relación y los procesos del fenómeno.

Población y Muestra

Población

Una población es un conjunto de individuos que se caracterizan por tener diversas cosas en común o a su vez se distinguen de otros grupos, con el propósito de formar parte del objeto de estudio de una investigación; de este modo, se acentúa que, para el presente estudio, se trabaja con una población finita, misma que consiste en el conjunto de individuos que son identificables totalmente por el investigador (García A. , 2020).

Población Finita: Son aquellos conglomerados de personas en los cuales están pre establecidos el número de participantes. (Mejía, 2018, pág. 90). Quiere decir que es la cantidad o número preciso de la población de estudio.

Población Infinita: Este tipo de población podemos compáralas con anterior en el sentido de que no se puede llevar un control numérico o cantable de la población. (Mejía, 2018, pág. 92). Quiere decir que se da cuando no se tiene un número preciso de la población que quiere estudiar.

Descripción de la población

En nuestro estudio de investigación se utilizará la población finita, la cual detallaremos a continuación:

Tabla 4. Población

Elementos	Cantidad
Jefe de Planta	1
Trabajadores de atención al cliente	5
Clientes	18
Total	24

Elaborado por: Rendon G. (2021)

Muestra

La muestra es un conjunto representativo de la población, el cual es seleccionado a partir de la delimitación de características que serán analizadas posteriormente. Conjuntamente, vale mencionar que la población objeto de estudio no requiere de la aplicación de una fórmula muestral. por tanto, esta investigación comprende una muestra no probabilística, la cual se refiere a que la elección de los sujetos depende de la decisión del investigador (Toledo, 2016).

Tipos de Muestra

Muestra probabilística: se refiere a que todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados (Toledo, 2016).

Muestra no probabilística: se refiere a que la elección de los sujetos depende de la decisión del investigador (Toledo, 2016)

Muestreo aleatorio simple: este método es muy simple y se caracteriza por la extracción de los individuos de una lista de forma azarosa. Cuando el universo es muy numeroso y complejo, no suele resultar eficaz. (Porto, 2008)

Muestreo sistemático: en este caso, el primer individuo se extrae al azar y a partir de este se elige, a intervalos constantes, el resto. Este método resulta más sencillo que el muestreo aleatorio simple y además no precisa de un listado elaborado para seleccionar a los individuos. Si bien el muestreo sistemático es aplicable a la mayoría de los casos, se debe tener en cuenta que la característica que se esté estudiando no posea una periodicidad igual a la del muestreo.

Muestreo aleatorio por conglomerados: aquí, la población es dividida en grupos que posean características similares entre ellos. Luego de realizar esto, algunos grupos son analizados completamente dejando de lado al resto.

Debido a que la población es finita y poca se no se tomara una muestra, ya que la misma es medible en su totalidad.

Tabla 5. Muestra

Elementos	Cantidad
Jefe de Planta	1
Trabajadores de atención al cliente	5
Clientes	18
Total	24

Elaborado por: Rendon G. (2021)

Métodos teóricos de la investigación

Método deductivo: (Morán & Alvarado, 2010) "Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares (pág. 12).

Método inductivo: (Morán & Alvarado, 2010) "Se utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general. (pág. 15).

Método descriptivo: (González, s/a) "Consiste en la descripción de las actividades y procedimientos utilizados por el personal en las diversas unidades administrativas que conforman la entidad.

Técnicas e instrumentos de investigación

Las técnicas e instrumentos de investigación a aplicar en el proyecto están enfocados en la entrevista y la encuesta, estas se encuentran detalladas a continuación:

Tabla 6. Instrumentos

Técnicas	Instrumentos
Observación	Guía
Entrevista	Formulario
Encuesta	Cuestionario

Elaborado por: Rendon G. (2021)

Observación: (Ruiz Olabuénaga, 2012) "Es el proceso donde se puede contemplar sistemática y detenidamente cómo se desarrolla la vida social. " (pág. 125)

Entrevista: técnica que consiste en establecer un diálogo entre dos personas basándose en un conjunto de preguntas (Vargas, 2019).

Encuesta: se trata de un conjunto de preguntas estructuradas con respuestas preestablecidas dirigidas hacia una muestra de la población (Gutiérrez, 2016).

Instrumentos de evaluación de proyecto

Una vez planteados los métodos que se pueden aplicar dentro de un proyecto investigativo se optó por realizar lo siguiente:

La encuesta mediante el instrumento que es el cuestionario, será aplicada a los clientes de la empresa estudiada, con el fin de conocer la satisfacción que atención de servicio al usuario, que han recibido por parte del personal de la empresa. Ello sirve para conocer el diagnóstico y con base a ello, tomar las medidas necesarias de mejora.

Por otra parte, la entrevista a través del formulario como instrumento de investigación, permite recopilar información verídica por parte de los colaboradores de la empresa de estudio; de modo, que ayude a levantar un análisis confiable para la toma de decisiones en relación al servicio al usuario y satisfacción del mismo.

Tabla 7. Instrumentos evaluativos

Elementos	Instrumentos
Jefe de Planta	Entrevista
Administrador	Encuesta
Clientes	Encuesta

Elaborado por: Rendon G. (2021)

Característica a medir

El diseño de la encuesta es para evaluar el desarrollo, el desempeño de los trabajadores y así mismo el ambiente en que se encuentran cada uno de ellos. Los aspectos propuestos en la encuesta son para evaluar el rendimiento del desarrollo de los empleados de la compañía de Servicios Administrativos Contables y Tributarios son:

ENTREVISTA DIRIGIDA AL JEFE DE PLANTA DE LA UNA- EP DE DAULE.

Objetivo de la entrevista: Recabar información pertinente acerca del servicio brindado a los agricultores que forman parte de la UNA -EP DE DAULE y a su vez determinar la importancia de poder brindar un excelente servicio al cliente y brindar una atención de calidad.

1. ¿Cómo jefe de planta para usted que es servicio al cliente?
2. ¿Cree usted que la empresa se está brindando un servicio adecuado al cliente?
3. ¿Desde su perspectiva cree usted que hay favoritismo para cierto grupo de agricultores?
4. ¿En el tiempo que lleva ejerciendo su cargo cree usted que todos los procesos que se realizan dentro de la empresa se dan de forma adecuada?
5. ¿Como jefe de planta está informado de los problemas o desacuerdo que ocurre dentro de la empresa, básicamente con los grupos agricultores minoristas?
6. ¿Qué ventajas cree usted que la empresa ofrece a sus clientes?
7. ¿Cree usted que su equipo de trabajadores brinda un excelente trato a sus clientes?
8. ¿Cómo valora usted el servicio al cliente por los trabajadores del área?
9. ¿En caso de no tener cupo para la recepción de producto por parte de sus clientes, que tipo de solución le brinda?
10. ¿Cree usted que la atención brindada por parte de la empresa crea inconformidad con sus clientes?

ENCUESTA DIRIGIDA AL EQUIPO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA UNA- EP DE DAULE.

Objetivo de la encuesta: Conocer la opinión del equipo que atiende a los clientes de la UNA- EP DE DAULE para determinar las falencias que puedan estar presentando dentro de la empresa, de tal forma que se pueda plantear a futuro mejores estrategias de atención al cliente.

1. ¿Considera usted que el servicio brindado a los clientes es adecuado?
2. ¿Cree usted que el dialogo que mantiene con los clientes es:
3. ¿Cuándo ocurre algún tipo de inconveniente con el servicio al cliente su ayuda es?
4. ¿En qué medida considera usted el servicio de atención al cliente?
5. ¿Está satisfecho (a) con la atención que brindan al cliente?
6. ¿Cada cuánto tiempo la empresa capacita en el área de servicio al cliente?
7. ¿El área de atención al cliente tiene un buzón de sugerencia?
8. ¿En caso de poseer uno, son tomadas en cuenta las sugerencias dadas por los clientes por el jefe de área?
9. ¿Con qué frecuencia realizan encuestas de satisfacción de servicio al cliente?
10. ¿Cree usted que el cliente debe tener siempre la razón?

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS AGRICULTORES MINORISTAS (CLIENTES) DE LA UNA- EP DE DAULE.

Objetivo de la encuesta: Determinar la eficiencia con la que tratan a los agricultores minoristas (clientes) de la UNA- EP DE DAULE ya que es importante para el proyecto conocer cada punto de vista, permitiendo un mejor desarrollo de la propuesta.

1. ¿Con que frecuencia hay cupos para la recepción del producto?
¿Cree usted que los silos llegan a su capacidad máxima, por lo tanto, no suele haber cupos para todos?
2. ¿Cómo califica el servicio de los trabajadores?
3. ¿Cree usted que existe favoritismo dentro de la empresa para ciertos clientes?
4. ¿Cómo determina la eficiencia en la solución de problemas?
5. ¿Con qué frecuencia les realizan encuestas de satisfacción?
6. ¿Cómo valora usted el área de servicio al cliente?
7. ¿Ante la posibilidad de plantear nuevas estrategias de atención cree usted que dejarían de presentarse los mismos problemas?
8. ¿Considera usted que deberían implementar más silos para que así no se presenten problemas de recepción de los productos?
9. ¿Está satisfecho con el servicio al cliente que recibe por parte de la empresa?.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Aplicación a las técnicas e instrumentos

Encuesta: Cuestionario

**ENCUESTA DIRIGIDA AL EQUIPO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA
UNA- EP DE DAULE.**

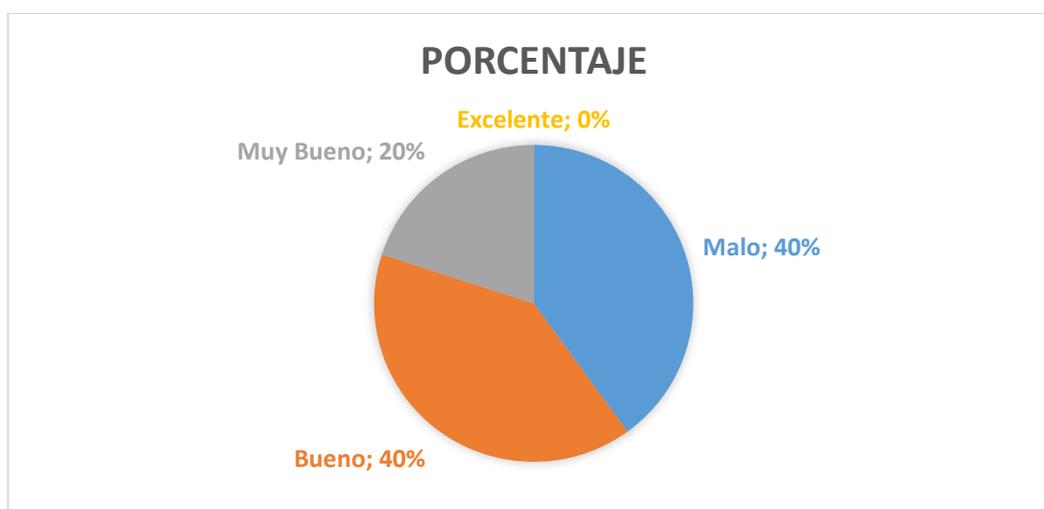
1. ¿Considera usted que el servicio brindado a los clientes es adecuado?

Tabla 8. Trato brindado

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Malo	2	40%
Bueno	2	40%
Muy bueno	1	20%
Excelente	0	0
Total	5	100%

Elaborado por: Rendon G. (2021)

Figura 5. Trato brindado



Elaborado por: Rendon G. (2021)

Análisis:

Según nos dicen que el trato que se le da al cliente en un 40% es malo, el otro 40% cree que es bueno y solo el 20% cree que es bueno, esto nos da a notar que el trato a los clientes debe mejorar.

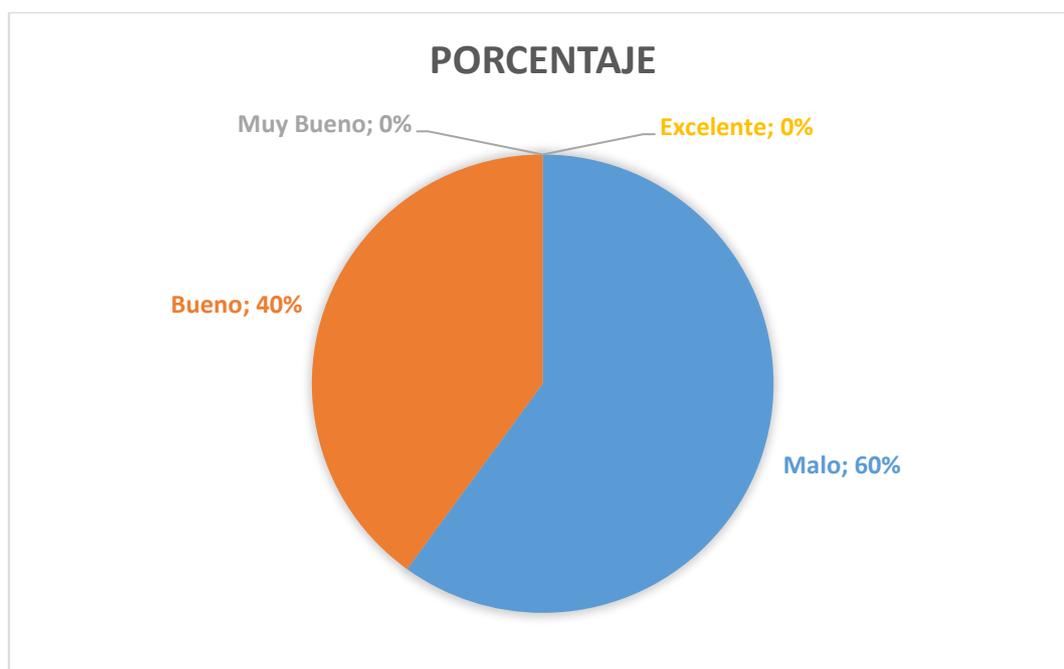
2. ¿Cree usted que el dialogo que mantiene con los clientes es:

Tabla 9. Dialogo con clientes

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Malo	3	60%
Bueno	2	40%
Muy bueno	0	0%
Excelente	0	0
Total	5	100%

Elaborado por: Rendon G. (2021)

Figura 6. Dialogo con clientes



Elaborado por: Rendon G. (2021)

Análisis:

El dialogo que se mantiene con los clientes es en un 60% malo y el otro 40% bueno, dándonos a conocer que debemos mejorar la comunicación que se mantiene con los mismos.

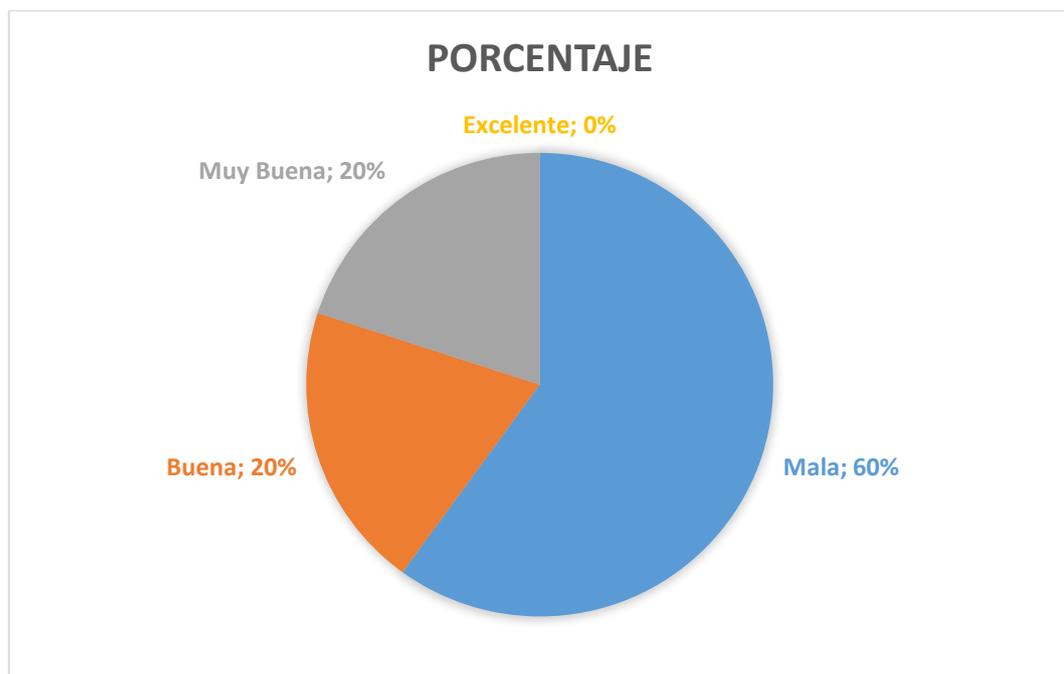
3. ¿Cuándo ocurre algún tipo de inconveniente con el servicio al cliente su ayuda es?:

Tabla 10. Inconvenientes

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Mala	3	60%
Buena	1	20%
Muy buena	1	20%
Excelente	0	0
Total	5	100%

Elaborado por: Rendon G. (2021)

Figura 7. Inconvenientes



Elaborado por: Rendon G. (2021)

Análisis:

Cuando existe algún tipo de inconveniente con el cliente la ayuda según lo interpretado es de un 60% mala, un 20% buena y el otro 20% muy buena. Dándonos a entender que debemos buscar soluciones inmediatas.

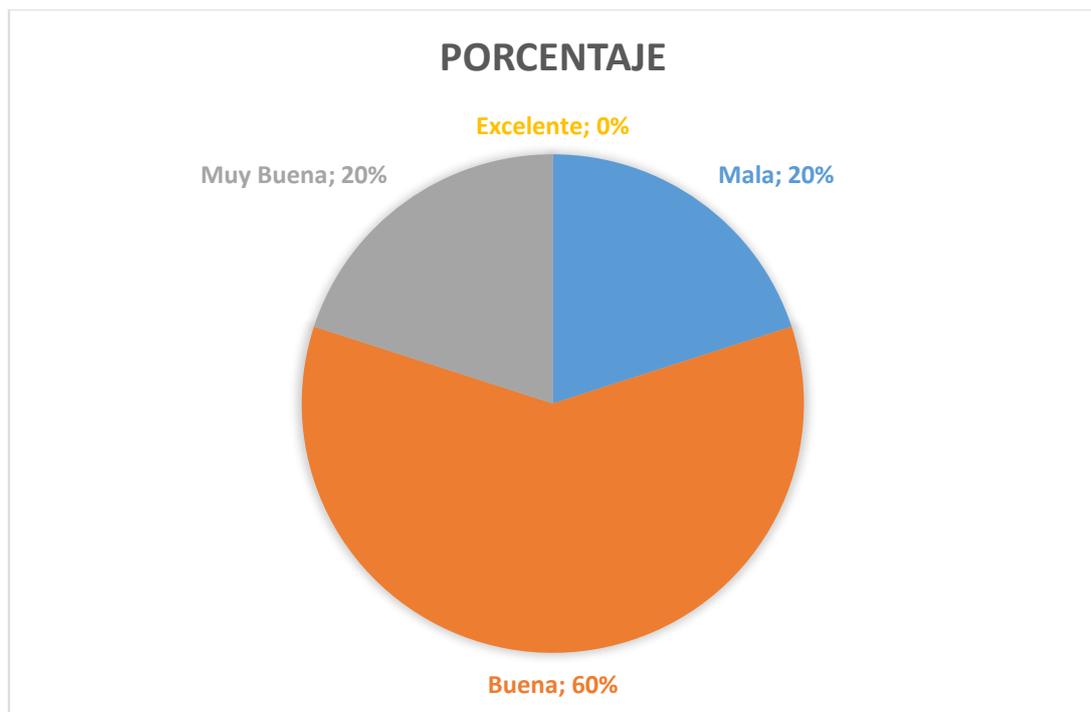
4. ¿En qué medida considera usted el servicio de atención al cliente?

Tabla 11. Eficiencia

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Mala	1	20%
Buena	3	60%
Muy buena	1	20%
Excelente	0	0
Total	5	100%

Elaborado por: Rendon G. (2021)

Figura 8. Eficiencia



Elaborado por: Rendon G. (2021)

Análisis:

Según la encuesta nos dice que la eficiencia de la atención para los clientes es buena en un 60%, el resto se divide entre muy bueno y mala.

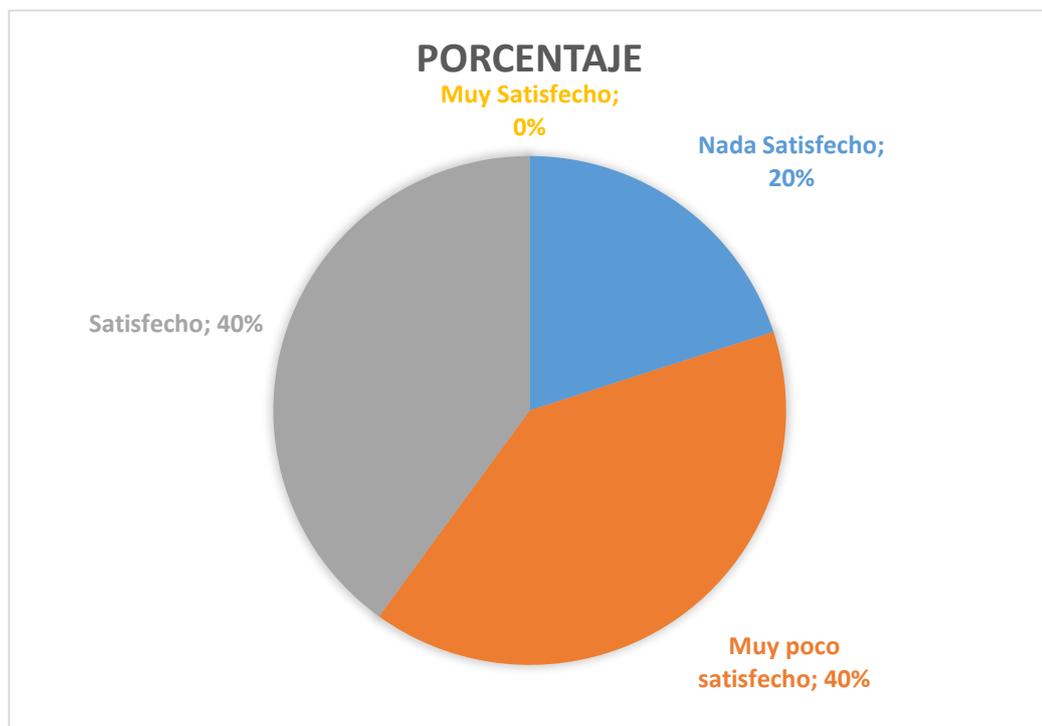
5. ¿Está satisfecho (a) con la atención que brindan al cliente?

Tabla 12. Satisfecho

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Nada Satisfecho	1	20%
Muy poco satisfecho	2	40%
Satisfecho	2	40%
Muy Satisfecho	0	0
Total	5	100%

Elaborado por: Rendon G. (2021)

Figura 9. Satisfecho



Elaborado por: Rendon G. (2021)

Análisis:

Según la atención que se brinda lo dejan en un 40% muy poco satisfecho, el otro 40% queda satisfecho y en cambio el 20% nos dice que no están nada satisfecho con el servicio que brindan.

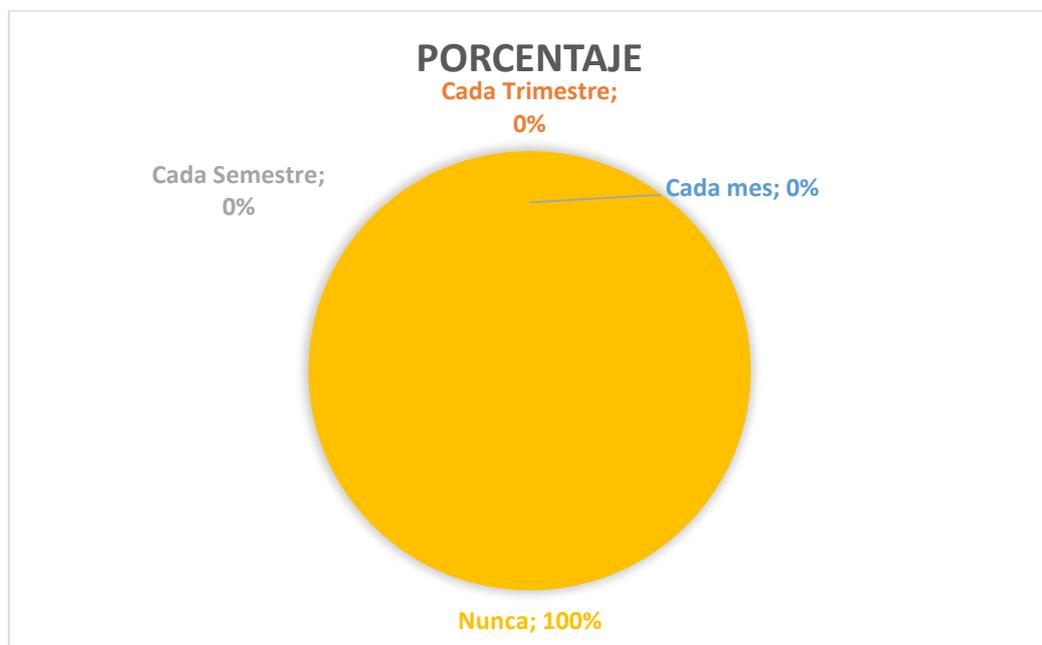
6. ¿Cada cuánto tiempo la empresa capacita en el área de servicio al cliente?

Tabla 13. Capacitación

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Cada mes	0	0%
Cada Trimestre	0	0%
Cada Semestre	0	0%
Nunca	5	100%
Total	5	100%

Elaborado por: Rendon G. (2021)

Figura 10. Capacitación



Elaborado por: Rendon G. (2021)

Análisis:

Según nos informan no existe capacitación previa sobre el área para plantear mejoras en la comunicación y trato con los clientes, debe darse mejoras en la capacitación de atención al cliente.

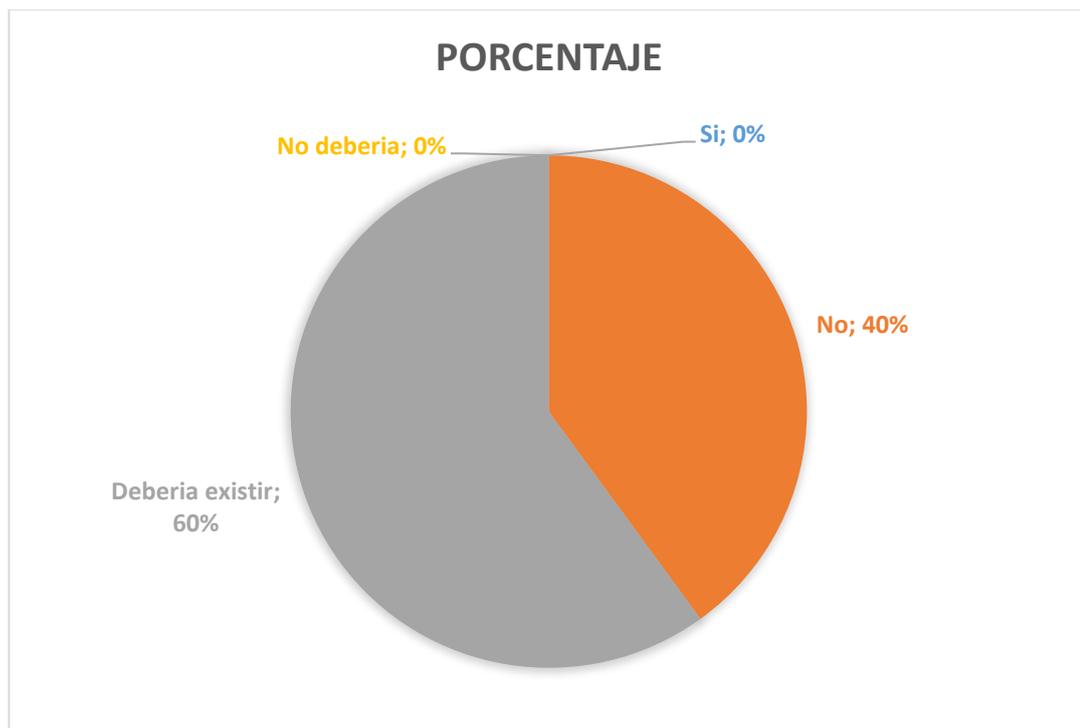
7. ¿En el área de servicio al cliente tienen un buzón de sugerencias?

Tabla 14. Buzón de sugerencias

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0%
No	2	40%
Debería existir	3	60%
No debería	0	0%
Total	5	100%

Elaborado por: Rendon G. (2021)

Figura 11. Buzón de sugerencias



Elaborado por: Rendon G. (2021)

Análisis:

Un 40% nos dice que no existe el buzón de sugerencia, el otro 60% nos informan que debería existir el buzón de sugerencia dentro del área, para saber así las necesidades del cliente y trabajadores.

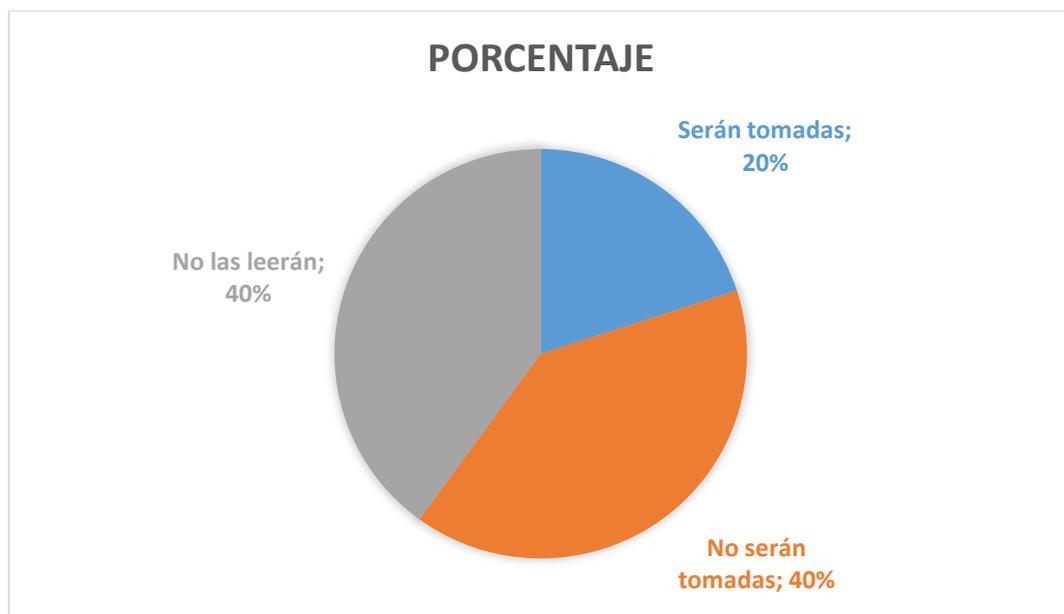
8. ¿En caso de poseer uno, cree usted son tomadas en cuenta las sugerencias dadas por los clientes por el jefe área?

Tabla 15. Sugerencias

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Serán tomadas	1	20%
No serán tomadas	2	40%
No las leerán	2	40%
	0	0%
Total	5	100%

Elaborado por: Rendon G. (2021)

Figura 12. Sugerencias



Elaborado por: Rendon G. (2021)

Análisis:

Las sugerencias tomadas por los clientes se creen en un 20% que serán tomadas, el otro 80% creen que no serán leídas y peor aún no serán tomadas en cuentas para mejoras del área.

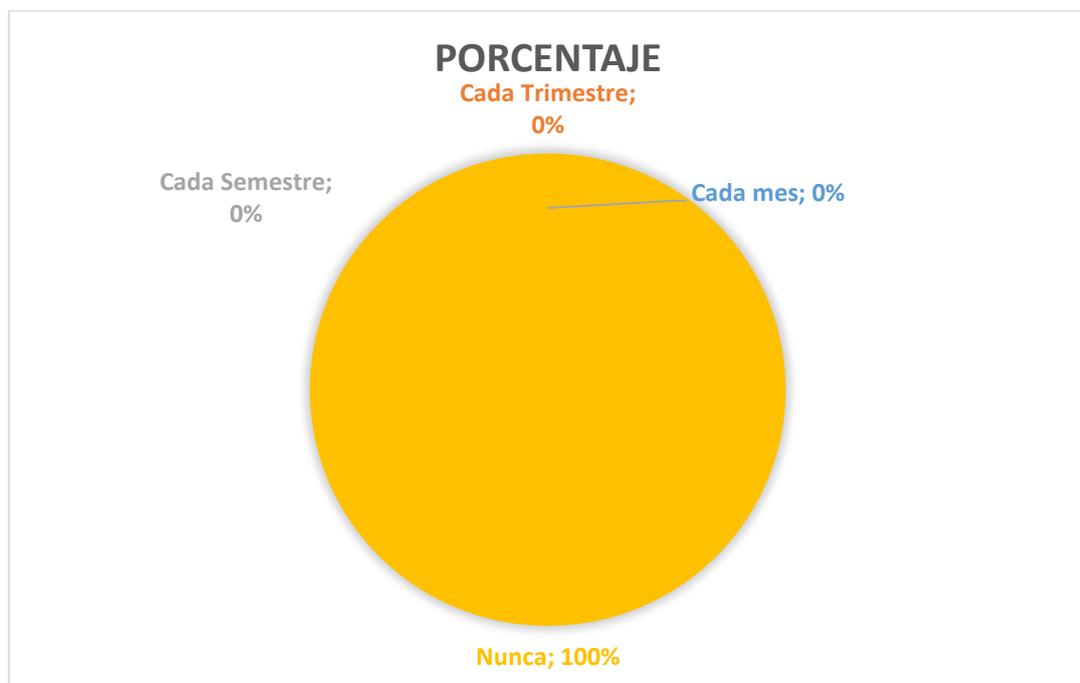
9. ¿Con qué frecuencia realizan encuestas de satisfacción de servicio al cliente?

Tabla 16. Frecuencia de encuestas

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Cada mes	0	0%
Cada Trimestre	0	0%
Cada Semestre	0	0%
Nunca	5	100%
Total	5	100%

Elaborado por: Rendon G. (2021)

Figura 13. Frecuencia de encuestas



Elaborado por: Rendon G. (2021)

Análisis:

Según nos informan nunca se realizan encuestas de eficiencia a los clientes.

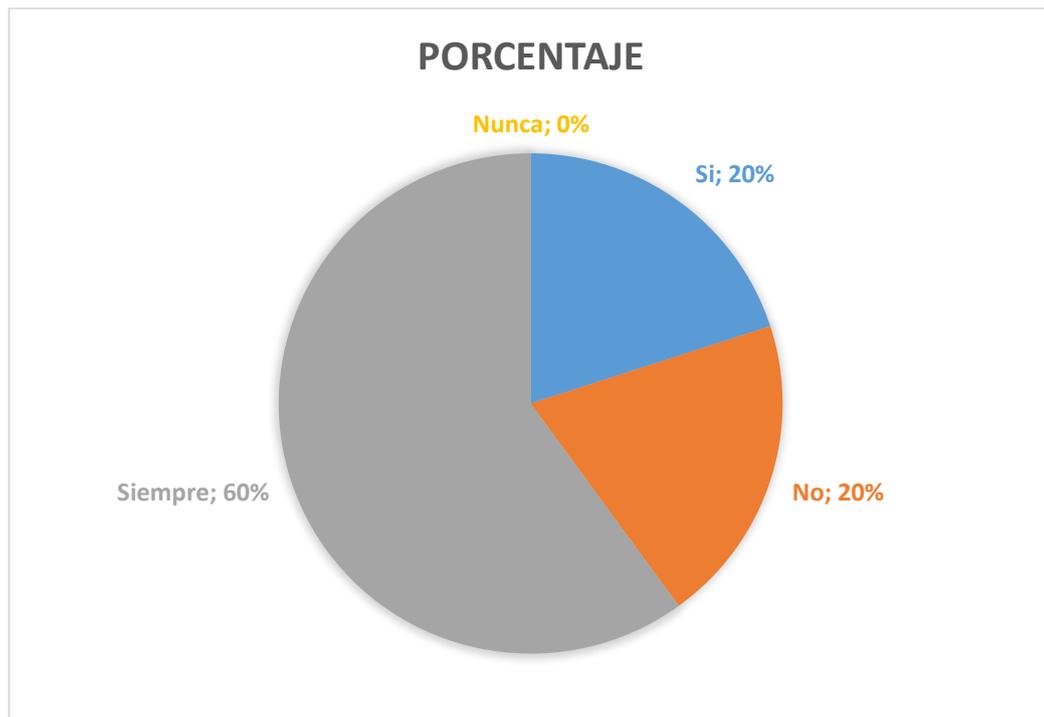
10. ¿Cree usted que el cliente debe tener siempre la razón?

Tabla 17. Razón

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	1	20%
No	1	20%
Siempre	3	60%
Nunca	0	0%
Total	5	100%

Elaborado por: Rendon G. (2021)

Figura 14. Razón



Elaborado por: Rendon G. (2021)

Análisis:

Según el 60% siempre dice que tiene la razón, el 20% solo nos dice que si tiene razón y el otro 20% dicen que no tiene la razón el 100% del tiempo.

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS AGRICULTORES MINORISTAS (CLIENTES) DE LA UNA- EP DE DAULE.

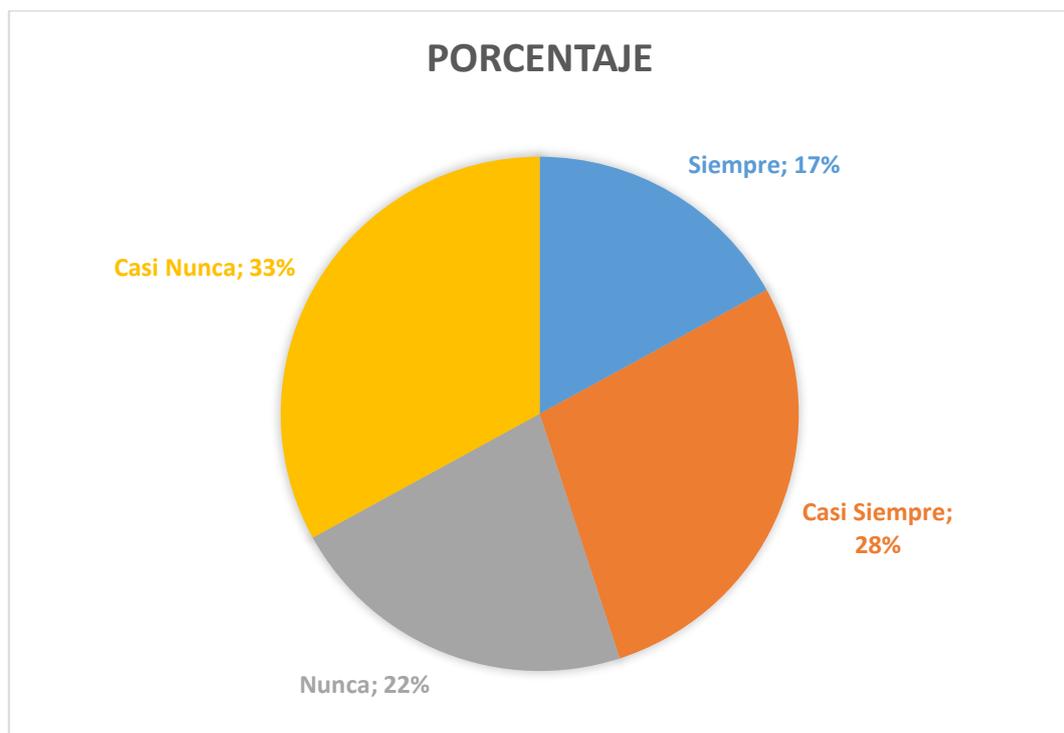
1. ¿Con que frecuencia hay cupos para la recepción del producto?

Tabla 18. Cupos

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	3	17%
Casi siempre	5	28%
Nunca	4	22%
Casi Nunca	6	33%
Total	18	100%

Elaborado por: Rendon G. (2021)

Figura 15. Cupos



Elaborado por: Rendon G. (2021)

Análisis:

Nos dice que la frecuencia con la que hay cupos para la recepción de productos es un 17% nos informan que siempre la hay, el otro 28% nos informa que casi siempre, el 22% nos dice que nunca hay cupos y el 33% que casi nunca encuentran cupo.

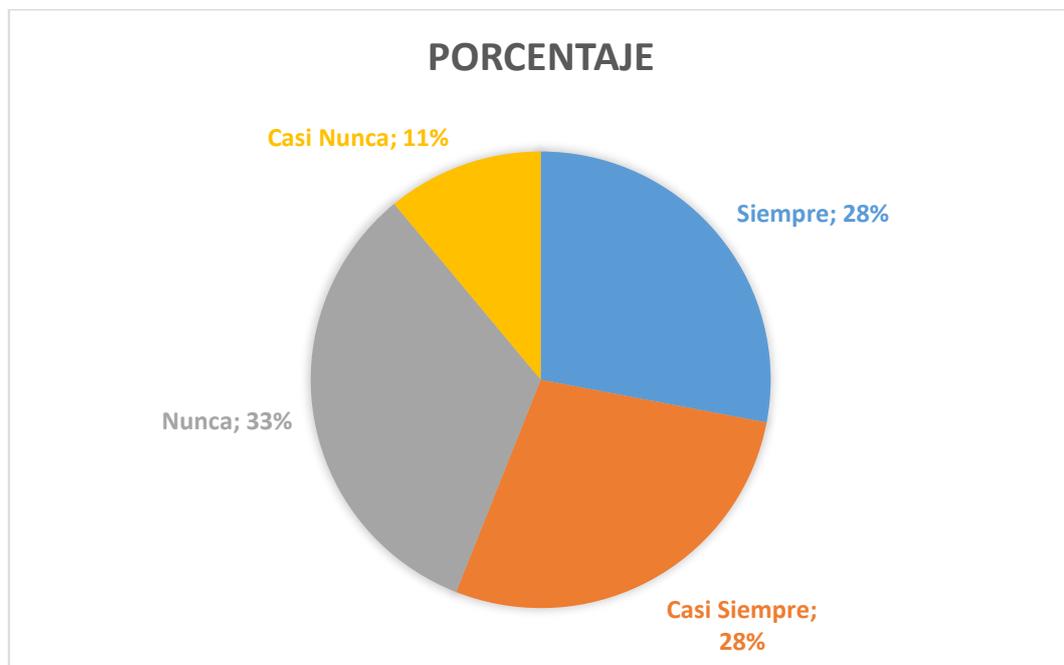
- ¿Cree usted que los silos llegan a su capacidad máxima, por lo tanto, no suele haber cupos para todos?

Tabla 19. Capacidad máxima

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	5	28%
Casi siempre	5	28%
Nunca	6	33%
Casi Nunca	2	11%
Total	18	100%

Elaborado por: Rendon G. (2021)

Figura 16. Capacidad máxima



Elaborado por: Rendon G. (2021)

Análisis:

Según el informe el 33% nos dice que nunca están llenos los silos, el otro 11% nos dice que nunca, el 28% nos dice que siempre están a su capacidad máxima y el 28% dice que casi siempre están a su capacidad.

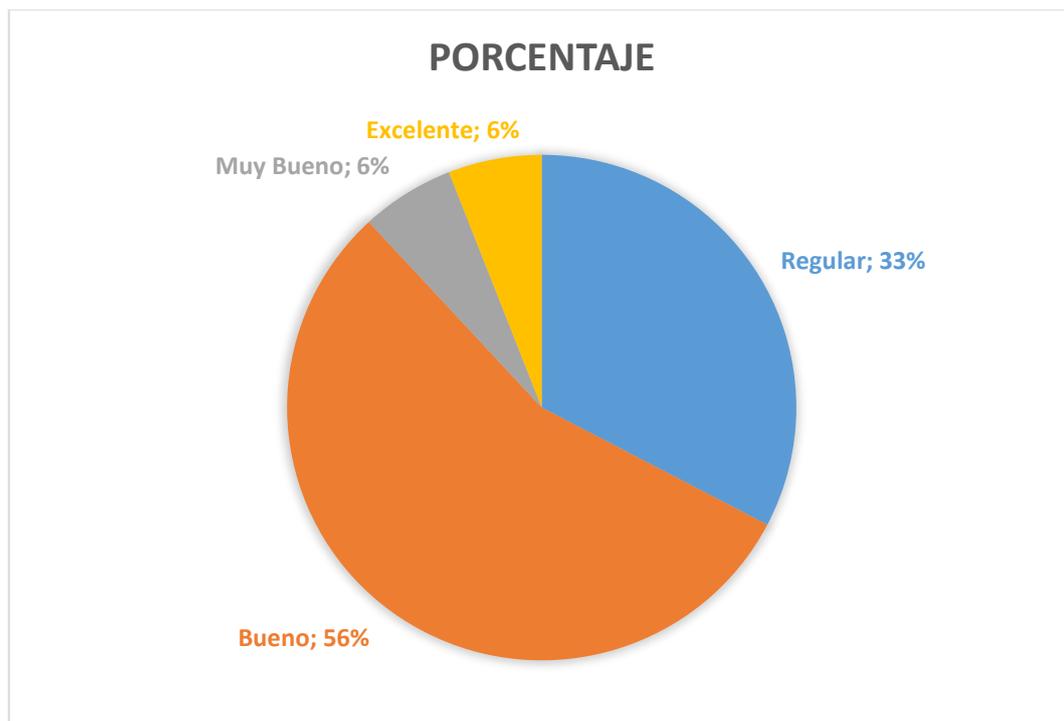
3. ¿Cómo califica el servicio de los trabajadores?

Tabla 20. Trato de trabajadores

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Regular	6	33%
Bueno	10	56%
Muy Bueno	1	6%
Excelente	1	6%
Total	18	100%

Elaborado por: Rendon G. (2021)

Figura 17. Trato de trabajadores



Elaborado por: Rendon G. (2021)

Análisis:

El trato de los trabajadores con los clientes está dividido en un 33% calificado de manera regular, el 56% nos dice que es bueno la trata, el otro 12% está dividido entre muy bueno y excelente.

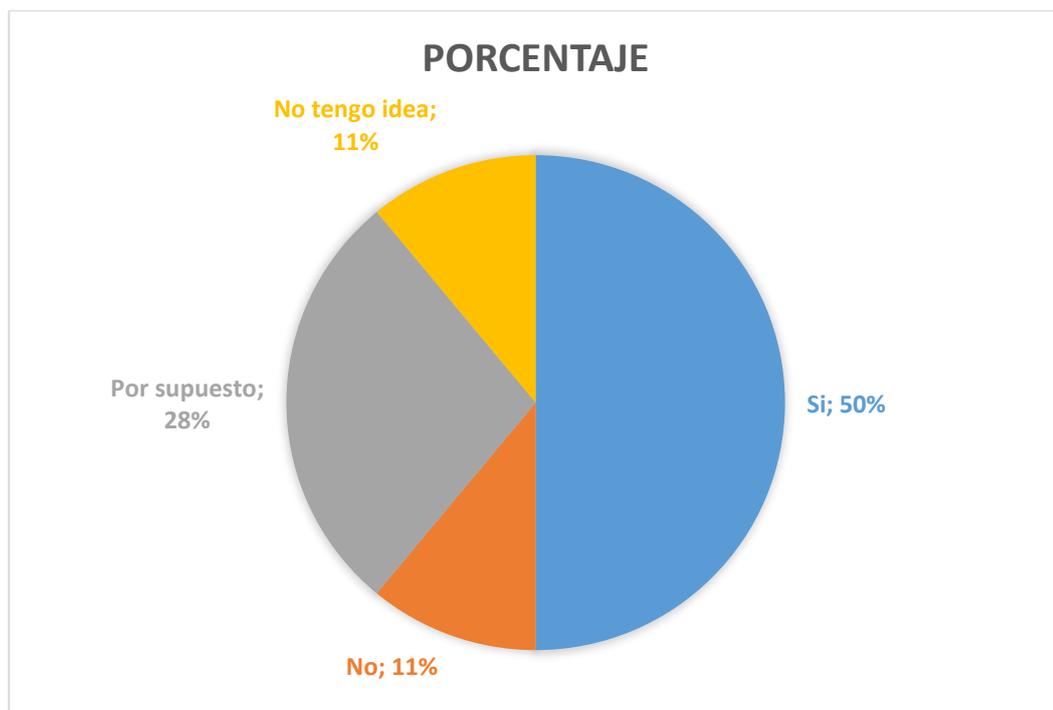
4. ¿Cree usted que existe favoritismo dentro de la empresa para ciertos clientes?

Tabla 21. Favoritismo

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	9	50%
No	2	11%
Por supuesto	5	28%
No tengo idea	2	11%
Total	18	100%

Elaborado por: Rendon G. (2021)

Figura 18. Favoritismo



Elaborado por: Rendon G. (2021)

Análisis:

El 50% nos dice que si existe favoritismo para clientes dentro de la empresa. El 11% nos informa que no existe, el 28% también nos dice que si existe ese favoritismo y el 11% no tienen ni idea.

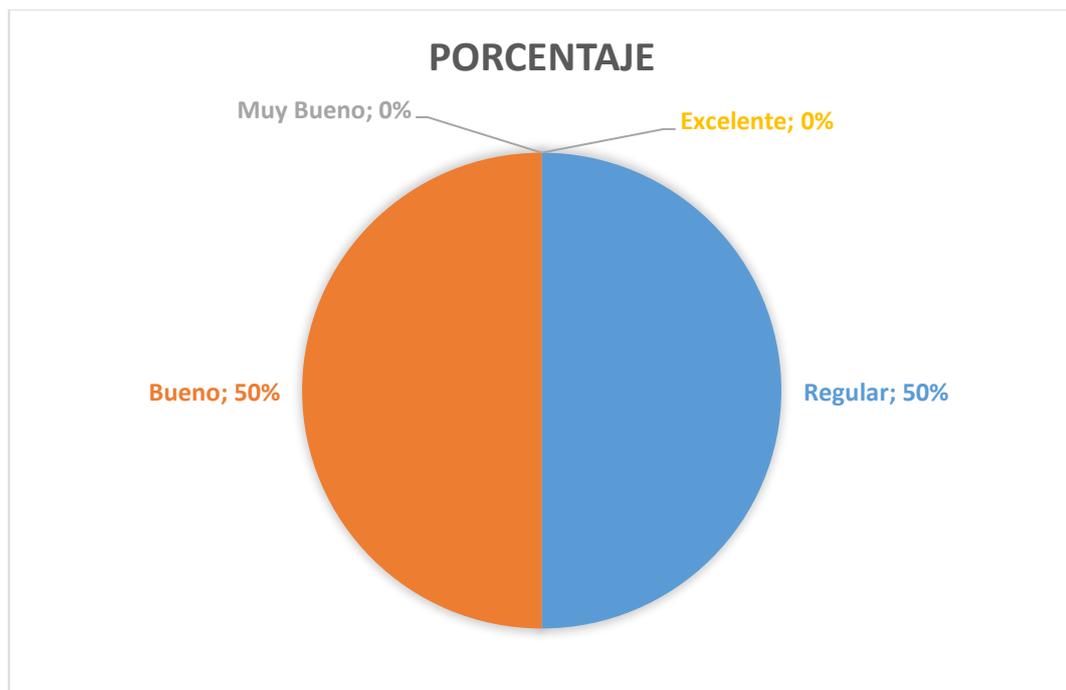
5. ¿Cómo determina la eficiencia en la solución de problemas?

Tabla 22. Solución de problemas

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Regular	9	50%
Bueno	9	50%
Muy Bueno	0	0%
Excelente	0	0%
Total	18	100%

Elaborado por: Rendon G. (2021)

Figura 19. Solución de problemas



Elaborado por: Rendon G. (2021)

Análisis:

Podemos conocer que la eficiencia determinada en la resolución de problema está en un 50% a 50% entre regular y buena, dejando ver que esta área necesita mejoras inmediatas.

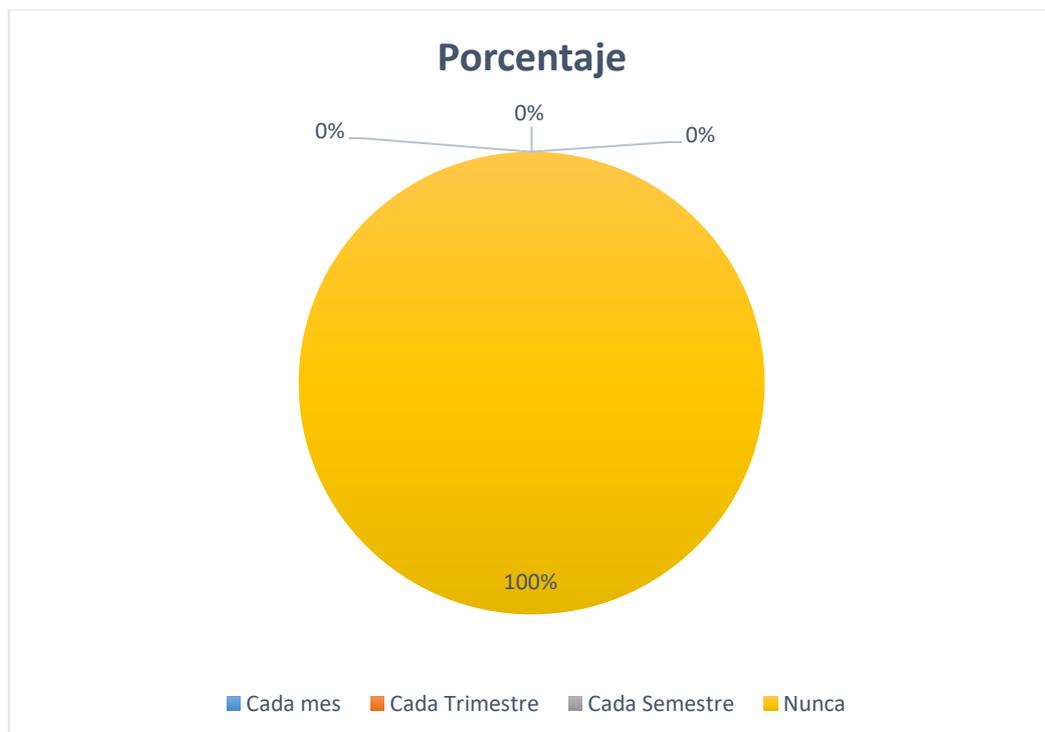
6. ¿Con qué frecuencia les realizan encuestas de satisfacción?

Tabla 23. Encuesta de satisfacción

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Cada mes	0	0%
Cada Trimestre	0	0%
Cada Semestre	0	0%
Nunca	18	100%
Total	18	100%

Elaborado por: Rendon G. (2021)

Figura 20. Encuesta de satisfacción



Elaborado por: Rendon G. (2021)

Análisis:

Con un 100% de confirmación de la encuesta nos dicen que nunca hacen tal encuesta de satisfacción dentro de la entidad.

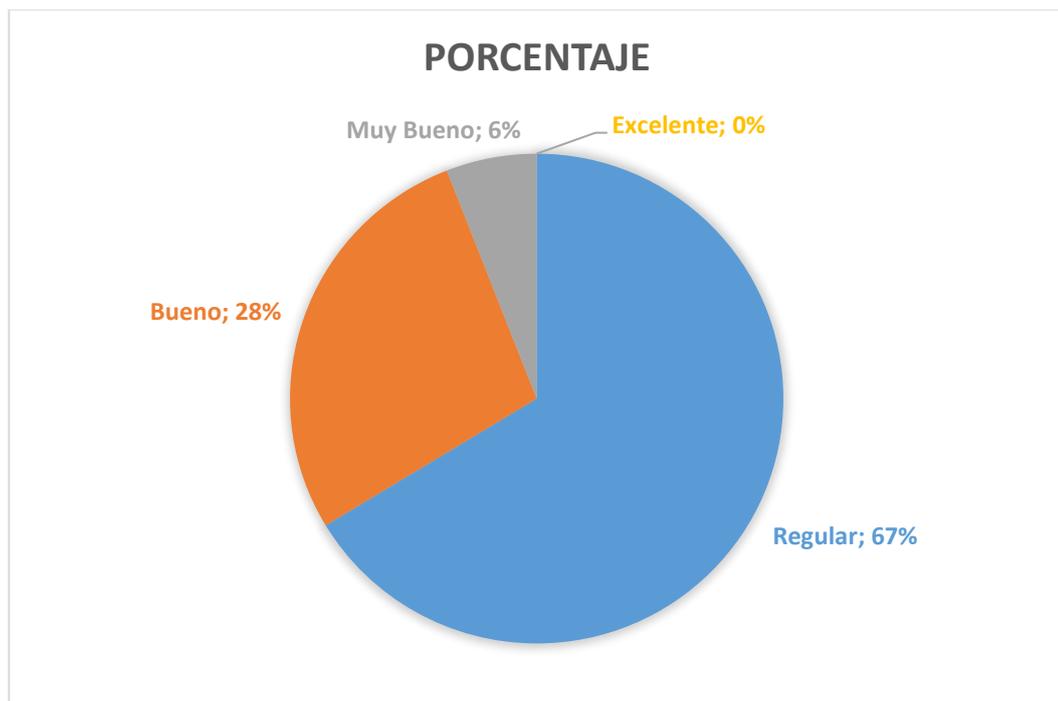
7. ¿Cómo valora usted el área de servicio al cliente?

Tabla 24. Solución de problemas

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Regular	12	67%
Bueno	5	28%
Muy Bueno	1	6%
Excelente	0	0%
Total	18	100%

Elaborado por: Rendon G. (2021)

Figura 21. Solución de problemas



Elaborado por: Rendon G. (2021)

Análisis:

Según la valorización del área de servicios al cliente nos dice que el 67% piensa que es regular el servicio, el 28% piensa que es bueno y el 6% solamente nos indica que es muy bueno.

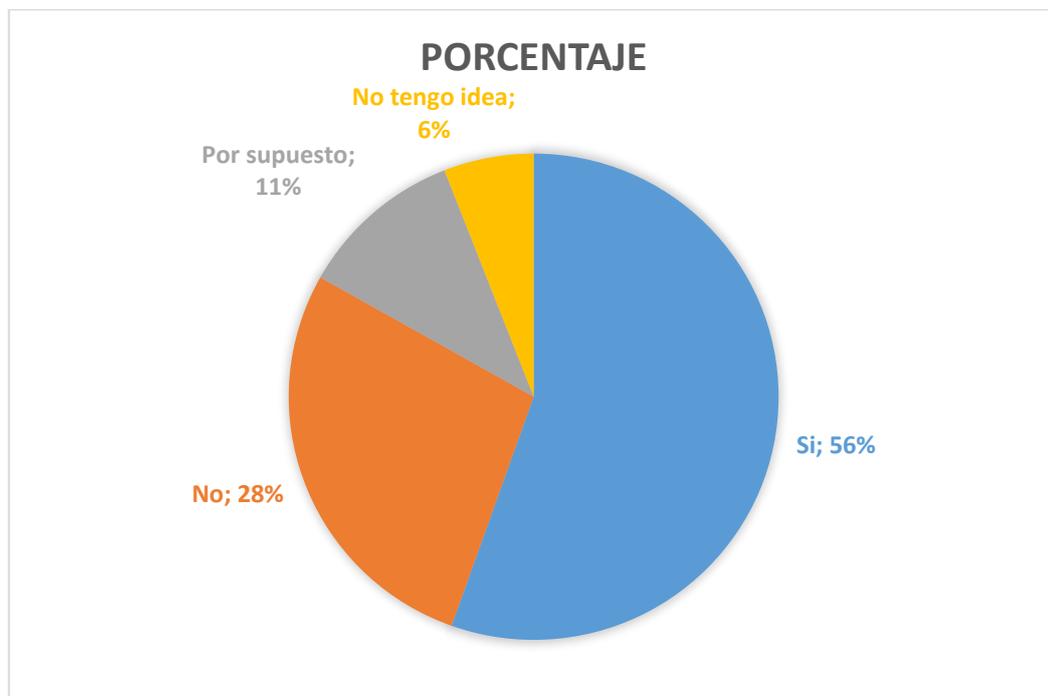
8. ¿Ante la posibilidad de plantear nuevas estrategias de atención cree usted que dejarían de presentarse los mismos problemas?

Tabla 25. Nuevas estrategias

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	10	56%
No	5	28%
Por supuesto	2	11%
No tengo idea	1	6%
Total	18	100%

Elaborado por: Rendon G. (2021)

Figura 22. Nuevas estrategias



Elaborado por: Rendon G. (2021)

Análisis:

El 56% nos dice que si funcionaria plantearse nuevas estrategias de atención, pero el 28% nos dice que no funcionarían, el otro 11% también nos que por supuesto que funcionaria y el 6% no tiene idea de si funcionaria o no.

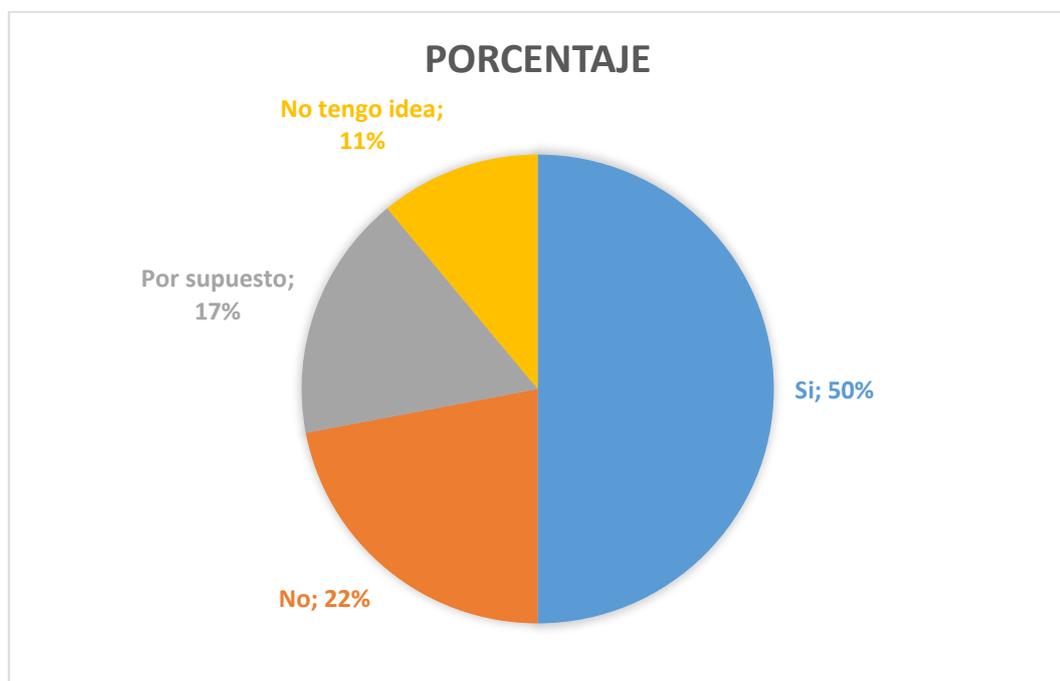
9. ¿Considera usted que deberían implementar más silos para que así no se presenten problemas de recepción de los productos?

Tabla 26. Implementar

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	9	50%
No	4	22%
Por supuesto	3	17%
No tengo idea	2	11%
Total	18	100%

Elaborado por: Rendon G. (2021)

Figura 23. Implementar



Elaborado por: Rendon G. (2021)

Análisis:

El 50% nos dice que, si se debería implementar más silos para que así no se presenten problemas de recepción de los productos, el otro 22% dice que no se debería, el 17% dice que por supuesto que si y el 11% no tiene idea si serviría.

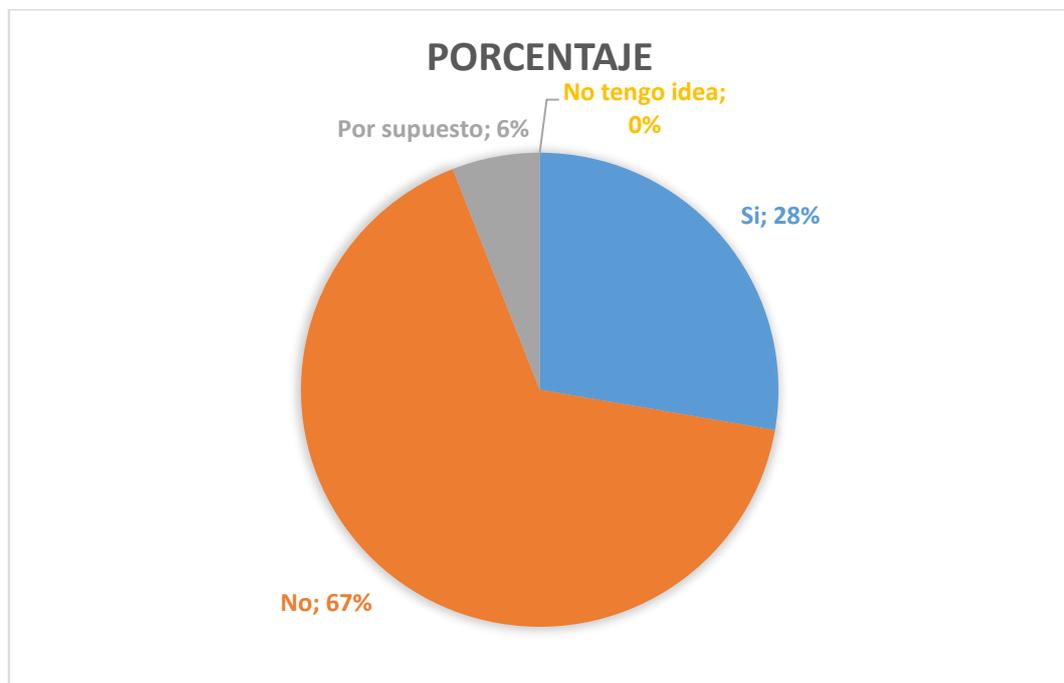
10. ¿Está satisfecho con el servicio al cliente que recibe por parte de la empresa?

Tabla 27. Trato

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	5	28%
No	12	67%
Por supuesto	1	6%
No tengo idea	0	0%
Total	18	100%

Elaborado por: Rendon G. (2021)

Figura 24 . Trato



Elaborado por: Rendon G. (2021)

Análisis:

El 28% nos dice que, si está satisfecho con el trato que se le brinda, el 67% nos dice que no están satisfechos, el 6 % dice que por supuesto está satisfecho.

ENTREVISTA DIRIGIDA AL JEFE DE PLANTA DE LA UNA- EP DE DAULE.

Objetivo de la entrevista: Recabar información pertinente acerca del servicio brindado a los agricultores que forman parte de la UNA -EP DE DAULE y a su vez determinar la importancia de poder brindar un excelente servicio al cliente y brindar una atención de calidad.

1. ¿Cómo jefe de planta para usted que es servicio al cliente?

Es brindarle la información correcta y completa durante o después de la compra de un producto satisfaciendo la necesidad que requiere el cliente de manera inmediata y a largo plazo.

2. ¿Cree usted que dentro de su empresa se está brindando un servicio al cliente adecuado?

Se capacita de manera continua a nuestro personal del departamento de servicio al cliente para que se atienda de manera eficiente y en la brevedad posible a los pequeños y medianos agricultores.

3. ¿Desde su perspectiva cree usted que hay favoritismo para cierto grupo de agricultores?

No lo creo posible pues somos una empresa donde predomina la equidad brindada a todo los agricultores pequeños, medianos o mayoristas un servicio justo con los mismos e iguales beneficios como en el precio o fecha de cancelación de su producto sin excepción alguna.

4. ¿En el tiempo que lleva ejerciendo su cargo cree usted que todos los procesos que se realizan dentro de la empresa se dan de forma adecuada?

Respecto a ese tema nos reunimos semanalmente con mi equipo de trabajo para buscar la mejora continua en cada uno de las áreas involucradas para buscar la eficiencia en el servicio que se brinda como es la compra del arroz y la adquisición de insumos agrícolas importados que son para beneficio del agricultor.

5. ¿Es usted informado de todos los problemas o desacuerdos que se dan dentro del establecimiento básicamente con los grupos agricultores minoristas?

Concretamente del ese tema se encarga el departamento de servicio al cliente, ellos manejan y solucionan los inconvenientes que puedan suscitarse con los pequeños agricultores como, por ejemplo: la asignación de cupos

6. ¿Qué ventajas cree usted que ofrecen a sus clientes?

Un servicio ordenado y ágil en la asignación de cupos para poder recibir su producto, pagos de la gramínea en el menor tiempo posible y un excelente trato que los hace sentir a gusto a los señores agricultores.

7. ¿Cree usted que su equipo de trabajo brinda un excelente trato a sus clientes?

Estoy consciente del equipo de trabajo que tengo puede ocurrir en casos fortuitos donde se nos puede escapar del mano temas como el de la lentitud en el desembarque de la gramínea que viene derramado en el camión, por falta de personal.

8. ¿Cómo valora usted el trato de sus trabajadores hacia sus clientes?

Muy bueno además inculco siempre en mis trabajadores el valor del respeto para con cada uno de los agricultores del sector arrocero que recibimos a diario.

9. ¿En caso de no tener cupo para la recepción del producto de sus clientes, que tipo de solución les brinda?

En situaciones extremas al tener completamente llenos los silos, se le sugiere al cliente que lleve su arroz a ciertas industrias arroceras que tienen convenio con el Ministerio de Agricultura (MAG) donde reciben los mismos beneficios solo que tendrá un costo adicional de movilización que corre por cuenta del cliente.

10. ¿Cree usted que la atención brindada por parte de su empresa crea inconformidad con sus clientes?

No tengo quejas por parte de mis colaboradores respecto a que haya algún tipo de inconformidad por el servicio y trato que brindamos al cliente arrocero.

Análisis:

No se tiene el respectivo conocimiento de lo que sucede en el área de servicio al cliente, al no saber cómo resuelven sus problemas o pedir informes de manera semanal, mensual o anual, el evaluar a los colaboradores debería de ser de suma importancia para saber cómo estos se desempeñarían y resolverían cualquier problema que se presente a futuro.

Plan de mejoras

Por medio de la investigación que se realizó en las instalaciones DEL CENTRO DE ALMACENAMIENTO (UNA) DEL CANTÓN DAULE se llega a la conclusión que la misma se encuentra en la necesidad de implementar nuevas estrategias para mejorar el área de servicio al cliente para atención al minorista presentando en el siguiente cuadro una información más detallada.

Tabla 28. Plan de Mejora

Oportunidad de Mejora	Atención al cliente				
Meta	Nuevas estrategias en el área de servicio al cliente				
Responsable	Rendón García Jonathan Arnoldo				
¿Que?	¿Para qué?	¿Cómo?	¿Cuándo ?	¿Quién?	¿Dónde ?
Elaboración de estrategias de atención al cliente dirigido al agricultor minorista en el centro de almacenamiento (una) del cantón Daule	Para elaborar nuevas estrategias en el área de servicio al cliente	Poniendo en práctica las nuevas estrategias	el año actual 2021 en adelante	Rendón García Jonathan Arnoldo	Centro de almacenamiento (una)

Elaborado por: Rendon G. (2021)

Identificación de las falencias en el área de servicio al cliente

Área: Servicio al cliente

El servicio al cliente se ha convertido en una parte fundamental de todo negocio, pero el cual siempre va evolucionando y buscando maneras de cómo mejorar dentro del área, a continuación, presentamos algunas de falencias que encontramos a lo largo de la investigación:

- La falta de atención de la persona que está atendiendo al cliente, no prestar la adecuada atención puede conllevar a no saber solucionar los problemas.
- Lentitud en el servicio no se los atendía de inmediato.
- Trato desconsiderado para los pequeños agricultores.
- Favoritismo para los intermediarios en la asignación de cupos para la recepción del arroz.
- Entrega no equitativa de los kits agrícola (insumos agrícolas).
- Posibles actos de corrupción en el proceso de entrega de cupos.
- Ausentismo del personal.
- La resolución de los problemas, de seguro ya han de ver pasado por cada uno de estos pasos, el no saber cómo solucionar algún tipo de problema, la falta de capacitación necesaria para afrontar.
- No dar solución inmediata y tener en esperar a los clientes
- El cliente busca una solución y este no la obtiene, lo derivan de un lado al otro sin ninguna respuesta coherente a lo que anda buscando.

Figura 25. FODA



Elaborado por: Rendon G. (2021)



UNIDAD NACIONAL DE ALMACENAMIENTO EP



**ELABORACIÓN DE ESTRATEGÍAS DE ATENCIÓN AL
CLIENTE DIRIGIDO AL AGRICULTOR MINORISTA EN EL
CENTRO DE ALMACENAMIENTO (UNA) DEL CANTÓN
DAULE**



UNIDAD NACIONAL DE ALMACENAMIENTO EP



Introducción:

Después de ver realizado el análisis sobre las falencias que presenta el departamento de servicio al cliente, llegamos a deducir las muchas falencias que en este caso encontramos.

Por este motivo presentaremos un plan de estrategias en atención al cliente dirigido a los agricultores minoristas en el canto Daule.

EL CENTRO DE ALMACENAMIENTO (UNA) DEL CANTÓN DAULE luego de verificar las necesidades del cliente dentro de su área, reconoce la necesidad de implementar nuevas estrategias para el mejoramiento del área y sea este beneficioso tanto para el cliente como para el centro.



UNIDAD NACIONAL DE ALMACENAMIENTO EP



Objetivo:

Establecer estrategias de atención al usuario para la mejora del servicio al cliente del agricultor minorista en la Unidad Nacional de Almacenamiento (UNA) del cantón Daule.

Alcance:

Va dirigido a los clientes o agricultores minoristas que viene al centro por una atención adecuado o idónea, que ellos merecen. Buscando mejoras dentro del departamento, de cómo estos deben ser tratados, atendido y logrado solucionar cada una de las necesidades por las cuales acuden al centro.

Normas y procedimientos generales para una adecuada atención al cliente.

1. Brindar una buena impresión al cliente, brindando desde una sonrisa hasta un saludo y haciéndoles creer que ellos son importantes.
2. Ser empáticos, darles la confianza a los clientes para crea una conexión de confianza entre ambos.
3. Ofrecer una atención que se vea más humana, que el cliente sienta que se le está dando toda la confianza para resolver la situación.
4. Hacerle sentir al cliente la seguridad de que se domina y se tiene conocimiento acerca de la situación que este presentada.
5. Agilidad al momento de atender al cliente conjuntamente con la resolución de lo que vaya a realizar
6. Reducir la burocracia dentro del centro, para que de esta manera sea más ágil todo proceso.
7. Utilizar tecnología actual para dar un mejor servicio y de manera más ordenada.

Tabla 29. Estrategias

Estrategia	Actividades	Acción	Responsable	Tiempo de ejecución
Configurar un programa en la página de la UNA para agendar y separar un turno para la entrega de la gramínea	Adquirir el programa más la compra de la licencia y permiso	Se contratará a un tecnólogo en sistema para la instalación de la plataforma	Departamento de sistema	Primer trimestre del año 2022
Capacitación al área de servicio al cliente	Elaborar un plan de capacitaciones semanales para él. Área de servicio al cliente	Contratar a un profesional con experiencia en el campo de relaciones humanas	Departamento de Recursos Humanos	Anualmente desde enero 2022 hasta diciembre 2022
Contratar un supervisor de servicio al cliente	Reconocimiento e inducción del nuevo supervisor por parte del jefe planta	Mantener, establecer y mejorar constantemente los procesos operativos, las políticas y los procedimientos del área implicada.	Departamento de Recursos Humanos	Primer trimestre del año 2022
Cubrir vacantes o puede ser un contralor por irregularidades dentro del área de servicio.	Evaluar el servicio o atención que se está prestando	Responder por cada una de las situaciones que se de en el área	Departamento de Recursos Humanos	Anualmente desde enero 2022 hasta diciembre 2022
Insertar tecnología adecuada	Turnos para agricultores minoristas	Agilizar y evitar tumultos de personas	Supervisor de área	Anualmente desde enero 2022 hasta diciembre 2022

Elaborado por: Rendon G. (2021)

Conclusiones

Luego de investigar las teorías pertinentes a estrategias de atención al usuario y de servicio al cliente, y de evaluar la actual estrategia de atención al usuario que ofrece la Unidad Nacional Almacenamiento (UNA). Para luego poder elaborar nuevas estrategias de atención al usuario en los centros de almacenamiento nacional de arroz llegamos a las siguientes conclusiones:

- No se presta la adecuada atención al cliente cuando este hace su requerimiento.
- No existen turnos y eso causa aglomeración de personas y no llevar un adecuado control de a quien le toca o a quien no.
- Se encuentra que existe quejas de los agricultores minoristas, por el trato que se les da.
- Falta de personal para agilizar la atención al cliente que se trata de conseguir.
- No están debidamente capacitados para la resolución de problemas que se presenten al diario.
- Falta de una persona que sea responsable del área.
- Aceptación que existe diferentes problemas en el área de servicio al cliente.

Recomendaciones

Llegando a la parte final se realizó la investigación de las teorías pertinentes a estrategias de atención al usuario y de servicio al cliente, y también se evaluó la actual estrategia de atención al usuario que ofrece la Unidad Nacional Almacenamiento (UNA). Para luego poder elaborar nuevas estrategias de atención al usuario en los centros de almacenamiento nacional de arroz apoyándonos en las conclusiones antes dichas llegamos a las siguientes recomendaciones:

- Necesario que las personas encargadas de atender al cliente presten la adecuada atención a todos los clientes.
- Implementar nuevas tecnologías las cuales permitan agilizar a las personas que ingresan para ser atendidas.
- Crear un buzón de quejas, donde los clientes puedan depositar sus descontentos si estos existieran.
- Contratar personal para poder abracar lo que se necesita atender al diario.
- Capacitar al personal de como poder sobrellevar cada uno de los inconvenientes se presentase y cómo manejar correctamente la situación.
- Contratación de una persona la cual se haga responsable de todo lo que suceda dentro del área.
- Poner en práctica las estrategias de atención al usuario en los centros de almacenamiento nacional de arroz presentadas.

Bibliografía:

(s.f.).

Abad, M. (2014). *Análisis de servicio al cliente interno y externo para propuesta de modelo de gestión de calidad para una empresa de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Politécnica de Guayaquil.

Aguilar, J. (2019). EL SERVICIO AL CLIENTE. *Dirección de personal.com*, 36. Obtenido de http://www.direcciondepersonal.com/servicio_al_cliente.pdf

Ander-Egg, E. (2015). *Aprender a investigar: nociones básicas para la investigación social*. Buenos Aires: Brujas.

Arias. (2012). Población Y Muestra. *Investigación e Innovación Metodológica*, 81. Obtenido de [http://investigacionmetodologicaderojas.blogspot.com/2017/09/poblacion-y-muestra.html#:~:text=Seg%C3%BAn%20Hern%C3%A1ndez%20y%20Fern%C3%A1ndez%20y%20Baptista,con%20determinadas%20especificaciones%20\(p.&text=poblaci%C3%B3n%20un%20conjunto%20finito%](http://investigacionmetodologicaderojas.blogspot.com/2017/09/poblacion-y-muestra.html#:~:text=Seg%C3%BAn%20Hern%C3%A1ndez%20y%20Fern%C3%A1ndez%20y%20Baptista,con%20determinadas%20especificaciones%20(p.&text=poblaci%C3%B3n%20un%20conjunto%20finito%20)

Arias, f. (2012). *El proyecto de Investigación ,Introducción a la metodología Científica 6ta Edición*. Caracas: Episteme, C.A.

Azuay. (2012). Prefectura del Azuay obtendrá certificación ISO 9001 Y 14001. *koneggi.com.ec*, 1. Obtenido de <https://koneggi.com.ec/blog-iso/prefectura-del-azuay-obtendra-certificacion-iso-9001-y-14001>

Fajardo, I., & Moyon, M. (2017). *“DISEÑO DE SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD ISO 9001–2015 PARA LA*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Obtenido de [file:///C:/Users/WIN10/Downloads/TESIS%20IRIS%20Y%20MARIO%20%20FINAL%20MAYO%20%202026_2017%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/WIN10/Downloads/TESIS%20IRIS%20Y%20MARIO%20%20FINAL%20MAYO%20%202026_2017%20(1).pdf)

Fuentesaz, C., Pulpón, A., & Icart, M. (2006). *Elaboración y Presentación de un Proyecto de Investigación y Una Tesina*. Barcelona: Graficas Rey. S .I.

- García, A. (2019). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *redalyc.org*, 19. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/993/99346931003.pdf>
- García, A. (2020). *La estadística*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- González, M. E. (s/a). *El control interno*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/el-control-interno/>
- Gutiérrez, A. (2016). *Estrategias de muestreo: Diseño de encuestas y estimación de parámetros*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Halten, K. (1987). *Freddy William Castillo Palacios*. Obtenido de Freddy William Castillo Palacios: <http://blog.pucp.edu.pe/blog/freddycastillo/2012/03/14/el-concepto-de-estrategia/>
- kotler. (2002). *marketing de servicios*. Obtenido de marketing de servicios: <http://marketingdeservicios2538.blogspot.com/2016/11/definicion-de-marketing-de-servicio.html>
- Landeau, R. (2007). *Elaboración de trabajos de investigación*. Caracas: Alfa
- Lerma , H. (2009). *Metodología de la investigación: propuesta, anteproyecto, proyecto (4a ed.)*. Bogotá.
- Martínez, R. (2011). *Investigación comercial. Técnicas e instrumentos*. Madrid: Tebar.
- Mejía, E. D. (Octubre de 2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/15424/1/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf>
- Mejía, E. D. (Octubre de 2018). *Mejía Edison Damián Cabezas científica, Introducción a la metodología de la investigación*. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/15424/1/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf>

- Mendoza , H. (2019). El arroz y su importancia en los emprendimientos rurales de la agroindustria como mecanismo de desarrollo local. *scielo.sld.cu*, 1-4.
- Meprosa. (1 de Noviembre de 2019). *meprosa.mx*. Obtenido de meprosa.mx: <https://meprosa.mx/cambios-de-los-silos-a-traves-de-la-historia/>
- Morán, G., & Alvarado, D. (2010). *Método de Investigación*. México: Pearson Educación de México, S.A.
- Paz, R. (2005). *Servicio al cliente, comunicaciúon y la calidad en el servicio a la atención al cliente*. España: Ideaspropias Editorial. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=3hovRPM1Di0C&oi=fnd&pg=PT9&dq=tesis+de+servicio+al+cliente&ots=PnBo0d6jIN&sig=ISBce8NcEi2yV2Gneoslcr2-llc#v=onepage&q&f=false>
- Porto, J. P. (2008). *muestra*.
- Raffino, M. (28 de Mayo de 2020). *concepto.de*. Obtenido de concepto.de: [//concepto.de/cliente/https](https://concepto.de/cliente/)
- Rodriguez, E. (2005). *Metodologia de la Investigacion*. Tabasco: Alma Sandoval Valenzuela.
- Ruiz Olabuénaga, J. I. (2012). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Ruiz, J. (2012). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Rus, E. (10 de Diciembre de 2020). *Economipedia.com*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-exploratoria.html>
- Sentis, J., Pardel, H., Cobo, E., & Canela, J. (2003). *Bioestadística*. Barcelona: MASSON. S.A.
- Serrano, J. (2020). *Metodologia de la Investigacion*. Juárez: Bernardo Reyes.

Servinform. (2019). La evolución de la atención al cliente. *Servinform*.
Obtenido de <https://www.servinform.es/2019/11/29/la-evolucion-de-la-atencion-al-cliente/>

Toledo. (2016). *Poblacion y Muestra*. Obtenido de
<https://core.ac.uk/download/pdf/80531608.pdf>

Vargas, M. (2019). *Entrevista semiestructurada*. Chile: Academia.

Vera Alamo, F.R. (2016). *iedee@aedem-virtual.com*. Obtenido de
iedee@aedem-virtual.com:

<https://www.redalyc.org/pdf/2741/274120280006.pdf>