

# FORMACIÓN SOBRE HABILIDADES DE SERVICIO AL CLIENTE PARA LOS PEQUEÑOS COMERCIANTES DEL SECTOR DE JARDINES DE COAVICONSA.

AUTOR:

LADY KATHERYNE GUTIÉRREZ PLATA

Tecnología en Gestión Empresarial

2022

# Planteamiento del problema

- Haciendo referencia al termino servicio al cliente se tiene en cuenta que es fundamental para prestar cualquier tipo de servicio o algún producto que se quiera comercializar ya que este va ligado con esa relación cliente – empresa, en ocasiones los emprendedores desmeritan este importante factor; por el tamaño del negocio o actividad que se ejerce
- Dado lo anterior es de vital importancia que estos comerciantes sean capacitados y/o formados en este tema con el fin de que pueda este conocimiento ser aplicado en cada uno de sus negocios, crear conciencia que el servicio al cliente no solo se aplica en las grandes empresas sino en cualquier actividad que se realice, bien sea un puesto de empanadas en la puerta de la casa, una tienda, micro mercado.

# Formulación del problema

¿Qué acciones deben tomar los pequeños comerciantes del sector de jardines de COAVICONSA para aplicar un correcto servicio al cliente logrando observar un aumento considerable en sus ventas y número de clientes?

# SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿De qué manera pueden obtener conocimiento en servicio al cliente los comerciantes del sector?
- ¿Qué influencia tiene el servicio al cliente con las ventas?
- ¿De qué manera pueden fidelizarse los clientes de los negocios del sector?

# Objetivos

## OBJETIVO GENERAL

Ejecutar un proceso de formación para los pequeños comerciantes del sector de Jardines de coaviconsa con el fin de capacitarlos Sobre la importancia del servicio al cliente en un negocio y el impacto que este genera en los resultados.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar el grado de conocimiento sobre la gestión de servicio al cliente en los diferentes tipos de actividades comerciales que se encuentran en el sector de jardines de coaviconsa.
- Desarrollar el proceso de formación creando e impartiendo conocimientos para mejorar el servicio y satisfacción del cliente en sus negocios.
- Evaluar los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación y establecer el nivel de satisfacción de la formación brindada.

# Justificación

El servicio al cliente va ligado con la calidad, siendo esta un conjunto de características que están directamente relacionadas con la satisfacción del cliente que quizás no fueron atendidas por alguna otra entidad o compañía en este caso otro negocio, aunque los clientes no miden la calidad por igual, estos se fijan dependiendo del sector en el que se encuentren siempre será agradable para ellos satisfacer esas necesidades o que bueno es sentirse a gusto en un lugar donde nos están prestando un servicio.

Este proceso de formación les permitirá a los propietarios de los negocios del sector realizar mejoras y un análisis de cuál es su situación actual en el servicio al cliente de manera que pueda aplicar alguna estrategia o poner en marcha algún plan de mejora para lograr mayor satisfacción a sus clientes con el fin de incrementar sus ventas y puedan fidelizar sus clientes.

# Marco Referencial

## MARCO TEORICO

El servicio al cliente influye altamente cuando hablamos de calidad ya que lo podemos tomar como una herramienta para darle un valor agregado a nuestro producto, no es algo nuevo para las organizaciones ya que desde el principio los clientes siempre esperan una correcta y amable atención, es un conjunto precio-calidad, de manera que las organizaciones han tenido que adoptar nuevas estrategias o acciones con el fin de darle mayor valor a esta área que con el pasar del tiempo ha solicitado mayor relevancia frente a la competencia.

## MARCO CONCEPTUAL

Se pretende lograr que los comerciantes del sector adquieran las habilidades necesarias en cuanto al servicio al cliente; que conozcan más a fondo los conceptos y de una manera clara, didáctica y precisa tomen y asuman las estrategias que más les convengan o se acondicionen de manera que puedan ver resultados en corto y mediano plazo, ya que no se le da la importancia necesaria al considerar que es un negocio de “barrio” pero sea pequeña, mediana o grande la empresa.

**Habilidades** que son cada una de las cosas que una persona ejecuta con gracia y destreza, o la Capacidad y disposición para algo

**Servicio** que es el Mérito que se adquiere sirviendo a otra persona o Acción y efecto de servir.



## MARCO ESPACIAL

El estudio previo y la capacitación se llevó a cabo en el sector de jardines de coaviconsa



Ubicación de locales comerciales de la calle 103 con Carrera 14 Jardines de Coaviconsa

## MARCO TEMPORAL

Este proyecto se realiza teniendo en cuenta la cantidad de locales comerciales y negocios de comida formal e informal que se encuentran en el sector de jardines de coaviconsá notando la carencia de servicio al cliente y la necesidad de cada pequeño empresario en adoptar o capacitarse en estas sencillas, pero muy importantes temáticas, de manera que de forma dinámica y clara puedan obtener el conocimiento necesario y puedan aplicarlo inmediatamente.

# Metodología

## ALCANCE

El alcance de este proyecto es la ejecución de un proceso de formación para los comerciantes del sector con el fin de adquirir habilidades para que posteriormente puedan ser aplicadas en sus negocios, mejoren el servicio al cliente y los resultados que obtendrían.

## TIPO DE INVESTIGACION

La metodología utilizada en este proyecto se refiere a una investigación de tipo descriptiva, porque está basada en una representación de la falta de conocimiento de los pequeños comerciantes del sector en un área tan importante como lo es el servicio al cliente; la poca relevancia que se le da, por el hecho de ser un pequeño negocio o estar ubicado en una zona residencial.

# FUENTES DE INFORMACION

## PRIMARIA

Como fuente de información primaria se aplicó una encuesta que arrojó un diagnóstico del grado de conocimiento que los comerciantes del sector de Jardines de Coaviconsa tienen sobre servicio al cliente.

## SECUNDARIA

- Sonia Santamaria

Revista Servicio Al Cliente, (2017). Recuperado de: <https://www.calameo.com/read/0049948255a49382dca89>.

- Natalia Sanabria

Glosario Servicio Al Cliente, Fundación Universitaria San Mateo (5 de noviembre de 2019).

- Andrea Catalina Sanabria Ladino

Cartilla Marketing, (2014).

- Carolina Hernández Yate

Manual De Servicio Al Cliente Terpel, SENA: Servicio Nacional de Aprendizaje. (2021)

## UNIVERSO, POBLACION Y MUESTRA

- La muestra tomada en este proyecto es intencional ya que se escogieron de una base de comerciantes del sector de Coaviconsa en Bucaramanga Santander
- Universo: 12.336 Comerciantes en Bucaramanga.
- Población: 150 comerciantes del Sector de Jardines de Coaviconsa en Bucaramanga Santander.
- Muestra: 20 comerciantes de la calle 103 con Carrera 14 del sector de Jardines de Coaviconsa en Bucaramanga Santander.

## ANALISIS DE LA INFORMACIÓN

La metodología a utilizar es un Muestreo no probabilístico con un enfoque de investigación Análisis cualitativo como método principal de investigación, ya que se realiza por medio de la observación y se toma una parte de los comerciantes para determinar el tema a tratar después de detectar ciertas opciones de mejora.

# Estudios o Desarrollo del proyecto

## Diagnóstico de la situación

Se realizó la visita a algunos locales comerciales del sector con el fin de visualizar el proceso de venta y atención al cliente en general en cada uno de sus negocios respectivamente.

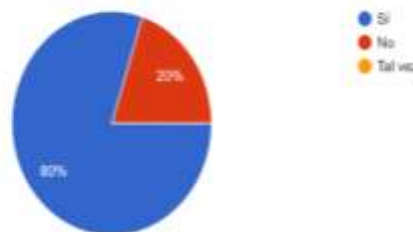
Como resultado de esto se les plantea a los dueños y administradores de estos locales la búsqueda de soluciones en servicio al cliente creando estrategias generales para abordar el tema más a fondo creando un interés común con este proyecto.

# RESULTADOS

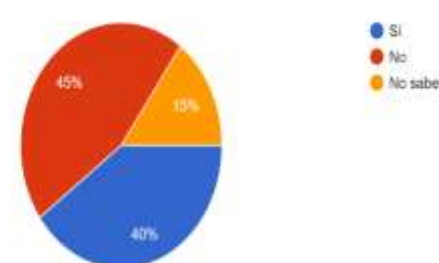
1) Considera que el servicio al cliente es importante para su negocio:  
20 respuestas



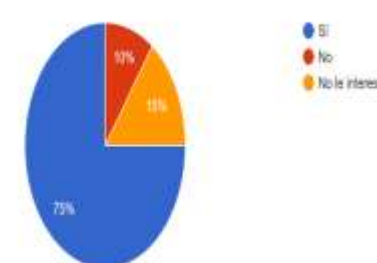
2) Tiene conocimientos de servicio al cliente:  
20 respuestas



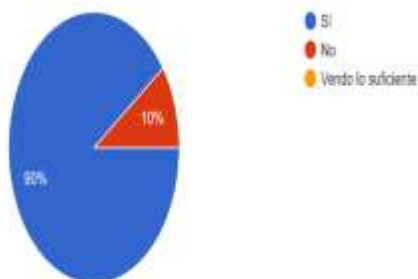
3) Considera que el cliente siempre tiene la razón:  
20 respuestas



4) Estaría dispuesto a participar en una formación de servicio al cliente:  
20 respuestas



5) Aplicaría cambios en su establecimiento con el fin de mejorar las ventas:  
20 respuestas



Se puede comprobar que esta encuesta de diagnóstico arroja concordancia con los objetivos trazados en este proyecto, por medio de esta también se puede percibir que los comerciantes son conscientes de la importancia y necesidad de brindar un correcto servicio al cliente, demostrando el interés por recibir mayor conocimiento sobre dicho tema y adoptar estas estrategias en sus comercios de allí surge la necesidad de abordar este tema con mayor profundidad con el fin de impartirles de una manera más formal y educativa dicho conocimiento que sería de vital importancia para ellos.

# PROCESO DE FORMACIÓN



El proceso de formación destaca el servicio al cliente y todas esas estrategias que componen este importante tema como enfocarse en los empleados que son el cliente interno, la importancia de los ciclos de servicio al cliente que son acceso, contacto e información, lograr que cada comerciante pueda reconocer los tipos de clientes y que es lo que el cliente realmente está buscando al momento de llegar a cada comercio, estar preparados para atender cualquier reclamo o sugerencia del cliente aunque el ideal es que se eviten estos inconvenientes para no generar insatisfacción. La empatía, el contacto con el cliente ya sea visual o corporal, el tener en cuenta que el principal objetivo es satisfacer la necesidad de cada cliente.



## EVIDENCIA DEL PROCESO DE FORMACIÓN

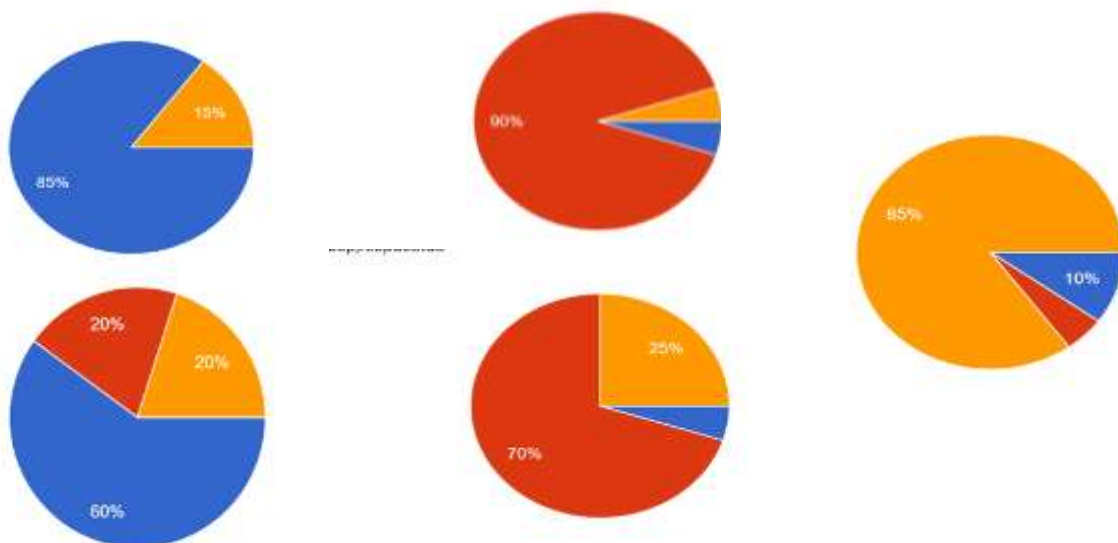


**FORMACIÓN  
GRUPAL E  
INDIVIDUAL**

## RESULTADOS OBTENIDOS POSTERIORES A LA FORMACION

### CUESTIONARIOS DE CONOCIMIENTO

respuestas



Se concluye que se obtuvo el aprendizaje que se tenía planeado como objeto en esta formación; en general los comerciantes que participaron recibieron la información necesaria y en su mayoría obtuvieron el conocimiento de los conceptos, algunos no los tenían claros o nunca los habían recibido.

Institución de Educación Superior sujeta a inspección y vigilancia por el Ministerio de Educación Nacional.

#### ANEXO A: CUESTIONARIO DE CONOCIMIENTOS.

#### FORMACIÓN SOBRE HABILIDADES DE SERVICIO AL CLIENTE PARA LOS PEQUEÑOS COMERCIANTES DEL SECTOR DE JARDINES DE COAVICONSA.

##### INFORMACIÓN DEL COMERCIANTE

NOMBRE: \_\_\_\_\_ CEDULA: \_\_\_\_\_

A continuación, le realizaremos unas preguntas sobre el proceso de capacitación recibida para confirmar si la información suministrada en este proceso ha sido clara y de fácil aplicación.

Seleccione la respuesta correcta:

##### Pregunta 1: Que es el servicio al cliente:

- El Servicio al Cliente es el conjunto de actividades que se ofrece con el fin de que el cliente obtenga lo que busca.
- El Servicio al Cliente es el que se da solo en los call center.
- El Servicio al Cliente es atender bien al cliente

##### Pregunta 2: Un consejo para causar una buena impresión es:

- Abrir temprano el negocio
- El aspecto del negocio sea agradable, organizado, limpio con olor significativo. Puntual en los horarios establecidos de apertura y cierre del negocio.
- Tener un aviso de que se fían los productos.

##### Pregunta 3: Causo una buena impresión al cliente cuando:

- Le pongo uniforme a todos los empleados
- Está bien pintada la Fachada
- Mantengo el contacto visual con el cliente (Demuestro interés).

##### Pregunta 4: Los contactos importantes:

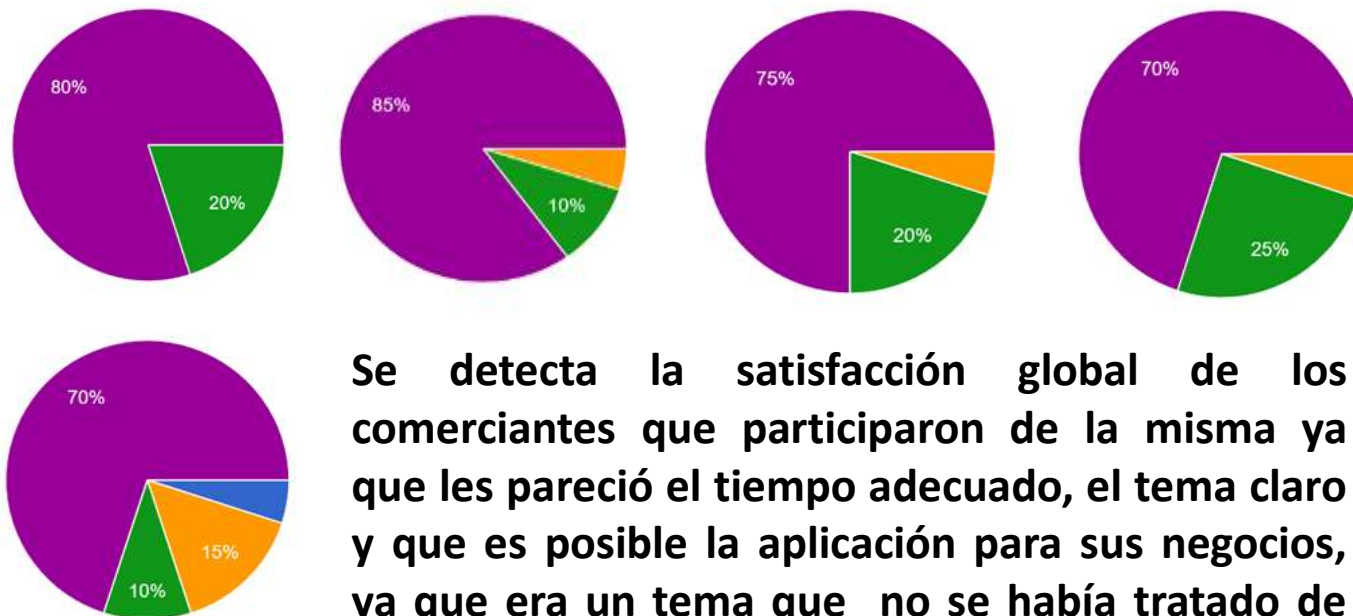
- Telefónico, electrónico, cara a cara
- Visual, corporal,
- Ninguna de las Anteriores

##### Pregunta 5: Los componentes del ciclo de Servicio al Cliente son:

- Contacto, visión, llamada
- Acceso, contacto, información
- Todas las anteriores

# RESULTADOS OBTENIDOS POSTERIORES A LA FORMACION

## ENCUESTA DE SATISFACCIÓN



Se detecta la satisfacción global de los comerciantes que participaron de la misma ya que les pareció el tiempo adecuado, el tema claro y que es posible la aplicación para sus negocios, ya que era un tema que no se había tratado de una manera formal o técnica con las definiciones claras de cada concepto y sus respectivos procesos.

### ANEXO A: ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

Estimado comerciante permítanos conocer su valiosa opinión respecto a la capacitación recibida.

Califique de 1 a 5 los siguientes aspectos, Tenga en cuenta que: (1) Muy Insatisfecho (2) Insatisfecho (3) Neutral (4) Satisfecho y (5) Muy Satisfecho.

PREGUNTAS	1	2	3	4	5
¿Qué tan satisfactorio fue el proceso de formación?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Qué tanto aprendió en la formación?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿La información suministrada es clara y correcta?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿La formación duro el tiempo adecuado?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Cree que es posible aplicar en su negocio la información suministrada?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

# Conclusiones

Gracias a todo lo anterior es posible concluir que se da por cumplido el objetivo de esta investigación, el cual se dio después de detectar como vecina del sector, la ausencia de servicio al cliente en los diferentes comercios de coaviconsas se logró obtener un diagnóstico concreto de las carencias de conocimiento frente al tema, pero también se percibieron los deseos de los comerciantes por afianzar su poco conocimiento. Permitieron que se ingresara a sus locales para ver el manejo y funcionamiento de cada uno, participaron de la encuesta y acudieron al llamado bien sea en una de las reuniones o cada uno en su negocio dependiendo de cada caso y disponibilidad. Fue posible aplicar la formación, siendo gratificante ver como se interesaron por el tema, realizaron preguntas participaron de toda la actividad, respondieron el cuestionario y la encuesta de satisfacción con la mejor disposición.

# Recomendaciones

Se da la recomendación de verificar y comparar los resultados posteriores a este tipo de estudios donde también con estadísticas y cifras sea posible identificar las mejoras obtenidas y los planes de acción implementados por los comerciantes o las personas que de una forma u otra obtienen conocimiento más técnico y práctico con el fin de lograr su objetivo principal que es mejorar las ventas, tener más clientes.

El realizar un correcto diagnóstico permite al investigador reconocer el tipo de asesoría a brindar, los temas que se deben tratar el tipo de comerciante y la manera mas adecuada para llegar a despertar el interés por realizar mejoras en su negocio y cambiar la visión que cada uno tiene.

# Referentes Bibliográficos

García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente . Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales, 18.

Jonás Snaider Calle García, D. D. (2021). “LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE Y SU INCIDENCIA EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL, CANTÓN PEDRO CARBO, PERIODO 2015 – 2020. Repositorio Digital UNESUM, 114.

Juan Gilberto Silva-Treviño, B. A.-H.-L.-R. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. CienciaUAT, 17.

La calidad del servicio al cliente. (s.f.). m: Publicaciones Vertices S L.

Nubex. (14 de 06 de 2015). Ciclo de servicio al cliente: ¿qué es y cómo funciona? Medellin, Antioquia, Colombia.

Olmedo, J. (2009). Técnicas para perfeccionar la actitud en el servicio. En M. C. MEJIA, ¿CÓMO PUEDO MEJORAR EL

SERVICIO AL CLIENTE? (pág. 99). MEXICO: ACADEMIA Accelerating the world's research.