



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

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

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

TÍTULO

Desarrollo de estrategias para mejorar la atención
al cliente en la Piladora "MIL ARROZ"

Autora Pérez Anchundia Johanna Geoconda
Tutor Echeverría Vásquez Huber Gregorio

Milagro, Diciembre, 2016

ECUADOR

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que me comprometo asesorar durante la etapa del desarrollo hasta su presentación, evaluación y sustentación del trabajo de titulación, cuyo tema es **DESARROLLO DE ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA PILADORA MIL ARROZ.**

Presentado por la, estudiante Pérez Anchundia Johanna Geoconda, para optar al título de Ingeniería Comercial.

Milagro, a los cinco días del mes de Enero del 2016



Firma del tutor

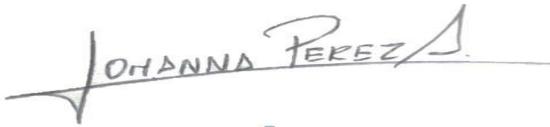
Echeverría Vásquez Huber Gregorio

Cédula: 0916577810

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 05 días del mes de Enero del 2016

A handwritten signature in black ink that reads "JOHANNA PEREZ A." with a horizontal line extending to the right.

Firma del estudiante

Nombre: Pérez Anchundia Johanna Geoconda

CI: 094199412-1

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

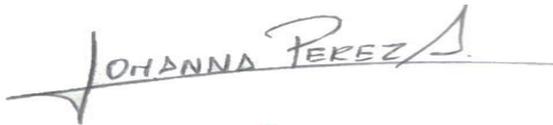
Fabricio Guevara Viejó, MAE.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo hacer entrega de la Cesión de Derecho de Autor del Trabajo Práctico de Examen de Grado o de Fin de Carrera de Carácter Complexivo, realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue “Desarrollo de estrategias para mejorar la atención al cliente en la Piladora Mil Arroz” que corresponde a la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, a los 05 días del mes de Enero del 2016



Firma del estudiante

Nombre: Pérez Anchundia Johanna Geoconda

CI: 094199412-1

ABREVIATURAS

S.A: Es una sociedad mercantil formada por acciones con responsabilidad circunscrita al capital que representan.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	01
CAPITULO I	
El problema	
1.1 Planteamiento del Problema.....	02
1.1.1 Delimitación.....	04
1.2 Objetivos	
1.2.1 Objetivo General.....	05
1.2.2 Objetivos Específicos.....	05
CAPITULO II	
MARCO TEORICO Y METODOLÓGICO	
2.1 Marco Teórico y Referencial.....	06
2.2 Marco Metodológico	
2.3 Población y Muestra.....	13
2.4 Métodos y Técnicas.....	14
2.5 Resultados.....	14
CAPITULO III PROPUESTA	
3.1 Descripción de la Propuesta.....	16
3.1.1 DESARROLLO DE LA PROPUESTA (ANEXO #).....	17
3.2 Conclusiones.....	26
3.3 Recomendaciones.....	27
Bibliografía.....	28
Apéndice.....	30

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Plan de Acción.....	22
Tabla 2 Presupuesto para fomentar una cultura de compromiso.....	22
Tabla 3 Plan de Acción.....	23
Tabla 4 Presupuesto para Capacitar al personal.....	23
Tabla 5 Plan de Acción.....	24
Tabla 6 Presupuesto para fortalecer servicio.....	24
Tabla 7 Plan de Acción.....	25
Tabla 8 Presupuesto para cumplir con la demanda.....	25

RESUMEN

Título: Desarrollo de estrategias para mejorar la atención al cliente en la Piladora “Mil Arroz”

La presente propuesta se sustenta en el compromiso de desarrollar estrategias para mejorar la atención al cliente en la Piladora “Mil Arroz”, la misma que se encarga de comercializar arroz pilado y demás sub-productos, para esto se tomó en cuenta la decisión de desarrollar estrategias, y proponerle este cambio a los directivos de la piladora esto se da por el incorrecto trato en atención al cliente que está brindando, al instante de acercarse a la empresa a recibir información acerca del producto, por esta razón se considera establecer estrategias para así orientar al dueño a dar un cambio el cual consiste brindar un servicio de calidad, para ello se tomarán puntos como un enriquecido marco teórico para ello expertos en talento humano y calidad dan su aporte sobre el cómo brindar un excelente servicio, la cual se necesitara tomar en cuenta la contratación de un profesional que capacite al personal el saber cómo tratar a un cliente y brindarle toda la asesoría que él requiera en el momento de la compra y dé como resultado la complacencia de los mismos siendo esto uno de los objetivos del caso.

Para efecto se tomó en cuenta realizar entrevistas al Gerente de la Piladora y personal de la misma con el propósito de ver las necesidades que conciernen a brindar una excelente atención, los resultados son analizados para sacar una conclusión y dar las respectivas recomendaciones, cual la propuesta se enmarca en mantener al personal con conocimientos actualizados en atención y ventas, el poseer información acerca del producto a ofrecer y sobre todo diferenciarse a la competencia dando un valor agregado esto con la finalidad de satisfacer al cliente y ganar más crecimiento en el mercado.

Palabras Claves: Plan Estratégico, servicio al cliente, calidad, satisfacción

ABSTRACT

Title: Development of strategies to improve customer service in the "Thousand Rice"

The present proposal is based on the commitment to develop strategies to improve customer service in the "Mil Arroz" Plant, which is responsible for the commercialization of rice and other by-products. For this, the decision was taken to develop strategies, And to propose this change to the managers of the piling machine this is due to the incorrect treatment in the customer service it is providing, the instant of approaching the company to receive information about the product, for this reason it is considered to establish strategies to guide The owner of the piladora to give a change which consists of providing a quality service, for it will take points as an enriched theoretical framework for it experts in human talent and quality give their contribution on how to provide an excellent service, which is You need to take into account the hiring of a professional that enables the staff to know how to treat a client and provide all the advice that he requires at the time of purchase and result in complacency of the same being this one of the objectives of the case.

For this purpose, it was taken into account to carry out interviews with the Pilot Manager and the staff of the Pilot with the purpose of seeing the needs that concern to provide excellent care, the results are analyzed to draw a conclusion and give the respective recommendations, as the proposal is in keeping with the staff with up-to-date knowledge in care and sales, possessing information about the product to offer and above all differentiate itself to the competition, giving added value in order to satisfy the customer and gain more growth in the market.

Key Words: Strategic Plan, customer service, quality, satisfaction

INTRODUCCION

El siguiente caso de estudio presenta de desarrollo de estrategias para mejorar la atención al cliente en la Piladora Mil Arroz situada en el Cantón Yaguachi, Provincia del Guayas, la cuál se enfoca en la necesidad de contar con una debida capacitación el estar actualizado en temas de cómo tratar con clientes muy exigente o la forma de atenderlos y el poder de convencimiento de llevar un producto de excelente calidad.

El no contar con la debida instrucción que se requiere en estos casos, ha llevado a la Piladora, que se conciba una serie de quejas y reclamos por parte de clientes acerca del servicio que se brindó al momento de la compra causando esto mucha molestia tanto para el comprador como para el personal que atendió en ese momento al cliente.

La Falta de capacitación en los trabajadores hace que los compradores no se inclinen por consumir el producto, debido a la incorrecta atención que se ofrece esto hace que elijan la competencia causando esto una baja de clientes.

Debido esto se tomará en cuenta una serie de procesos para la debida solución al problema se va a establecer un Análisis Foda, Misión, Visión, Tácticas e indicador de gestión, para así identificar problemas en donde se proporcionan, y soluciones que ayuden a disminuir las falencias.

CAPITULO I EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema

La empresa Piladora Mil Arroz se dedica al proceso de pilado y mercadeo del arroz, mediante diversos procesos que se realiza a la materia prima, obteniendo subproductos, en este caso polvillo y arrocillo de dos calidades, los cuales representan un aporte económico en la generación de ingresos para la Piladora. En la actualidad, la gerencia está dirigida por el Sr. Milton Ruiz Meza, la administración general, está a cargo de la Esposa Priscila Montenegro Pacheco. Cuenta con activos propios, que admiten la concepción de sus ingresos, y poder generar con la demanda de producción.

La atención al cliente en varias empresas de Ecuador ha estado un poco olvidado dando así más interés, el seguir una correcta administración, cómo saber dirigir, administrar los recursos, dejando a lado el proponer un buen servicio al cliente y que cada día nos preocupamos en crecer pero no nos alarmamos que si nuestra competencia está creciendo, debido a correctas estrategias que estas ofrecen.

Esto se ha transformado de gran manera en una herramienta de vital importancia en empresas al lapso de realizar negociaciones con clientes, permitiendo así mediante un diálogo ameno, cordial y amable conocer las actitudes y expectativas para poder anticiparse a las exigencias del cliente.

Actualmente Piladora mil arroz necesita tener un desarrollo de estrategias, para fortalecer sus habilidades en cuanto a la atención al cliente. Su principal causa es la insatisfacción de clientes al momento de ofrecer el producto y para mejorar esta situación se ha determinado desarrollar estrategias para mejorar la atención al cliente.

Aunque la empresa cuenta con reconocimiento a nivel regional, muchas de sus políticas de calidad son deficientes, y estas no son del agrado del cliente,

aumentando así el número de quejas y reclamos al no existir un diseño apropiado de políticas, se considera muy significativo ver la valoración actual de consumidores con el fin de diseñar estrategias que permitan fortalecer la imagen de la empresa en el mercado retener clientes actuales y atraer nuevos clientes.

La falta de formación y desarrollo del personal, al instante de solicitar el producto hace que conste una inexistencia de personal capacitado causando un verdadero descontento del cliente, por esta razón se debe establecer lineamientos necesarios para la respectiva capacitación de trabajadores y así poder brindar un producto de excelente calidad.

Otra situación que se generó es la pérdida de clientes esto se debe a la poca eficiencia en la atención, debido al momento de realizar la compra el cliente es sensible al servicio que sea rápido, y esto origina a que este lo califique como poco profesional, para ello se ha analizado el realizar diseño de estrategias eficientes en Atención.

El desarrollo de estrategias para mejorar la atención al cliente tiene la finalidad de generar un cambio de cultura en el Servicio y un impacto positivo en nuestros clientes para que así se refleje una mejora para la empresa.

Si no se llegará a plantear una solución al problema mencionado, esto afectaría a piladora porque no tendría clientes potenciales y conlleva a una baja en el área financiera, y seguir con estos índices de inconformidades respecto al servicio que brinda la Piladora Mil Arroz.

1.1.1 Delimitación

Este proyecto se llevará a cabo en:

País: Ecuador

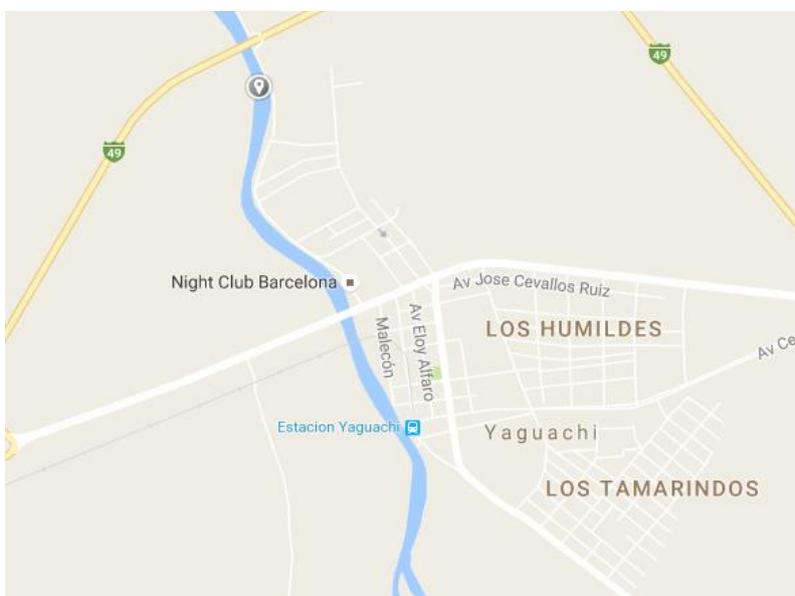
Provincia: Guayas

Cantón: San Jacinto de Yaguachi

Campo: Piladora Mil Arroz

Aspecto: Desarrollo de estrategias para mejorar la Atención al Cliente

Ubicación de la Piladora



Elaborado por: Johanna Pérez Anchundia

Fuente: <https://www.google.com.ec/maps/@-2.0960968,-79.6995342,15.1z>

1.2. Objetivos

1.1.1 Objetivo General

Diseño de estrategias que permita ver las falencias del personal a través de un análisis de necesidades y fortalecimiento en las habilidades, mejorar la atención al cliente en la Piladora Mil Arroz.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Plantear estrategias que admitan fortalecer la calidad del producto mediante actualizaciones de las mismas.

- Establecer lineamientos necesarios sobre ventas y atención al cliente para la respectiva capacitación a trabajadores.

- Diseño de estrategias eficientes en atención al cliente para así incrementar el nivel de clientes.

CAPITULO II

MARCO TEORICO Y METODOLÓGICO

2.1 Marco Teórico y Referencial

En el desarrollo de esta propuesta se expondrá varias teorías y conceptos relacionados con el tema principal, parte esencial para la respectiva comprensión sobre el tema desarrollo de estrategias para mejorar la atención al cliente en la piladora MIL ARROZ.

A continuación se presentan definiciones de estrategias:

Estrategia

La estrategia es el entramado de objetivos o metas y de las principales políticas y planes de acción, conducentes al logro de esas metas, formulado de manera que quede definido el negocio en el cual va a estar la compañía y la clase de compañía que es en presente y que va a ser en el futuro. (Gomez, 2012, pág. 162)

(Hax & Majluf, 2004, pág. 23) La estrategia es como un medio de establecer el propósito de la organización en términos de sus objetivos a largo plazo, sus programas de acción y sus prioridades en materia de asignación de recursos.

Para que sirven las estrategias

(Kotler & Keller, 2015) “Las metas exponen que quiere alcanzar en cada sección de negocio, y la estrategia indica lo que hay que hacer para conseguirlo. Cada negocio debe diseñar una estrategia genérica para alcanzar sus metas”

Implantación de una estrategia

(DAVID, 2016) “La implantación de la estrategia requiere que una empresa establezca objetivos anuales, tácticas motive a los empleados y distribuya los recursos de tal manera que se ejecuten las estrategias formuladas”.

Desarrollo de una estrategia

(Echeverria, 2013) Para desarrollar una estrategia acorde a las necesidades de una empresa, es esencial tomar en cuenta algunas variables y factores que fijan la funcionalidad y la eficiencia de dichas estrategias con base en la estructura de la compañía. Se deben tomar en cuenta los elementos cuantitativos, cualitativos empresariales y los relativos al poder y al comportamiento, que son los que a menudo determinan el triunfo de una estrategia en una situación específica.

Definición de cliente

(Boubeta, 2014, pág. 2) “Es la persona que adquiere un bien o servicio para uso propio o ajeno a cambio de un precio determinado por la empresa y aceptado socialmente. Constituye el elemento fundamental por y para cual se crean productos en las empresas”.

Importancia del cliente en una empresa

El cliente es una parte esencial de la empresa, se debe responder a sus necesidades y así mismo satisfacerlas. No se debe dejar atrás sino siempre aceptar sus sugerencias y reclamos porque esto permite que la empresa siga creciendo o se estanque o quede por debajo de la competitividad.

Tipos de Clientes

(Vértice, 2015, pág. 33) Habitualmente, se encuentran dos tipos de clientes característicos que son el cliente interno y el cliente externo.

- El cliente interno es el que forma parte de la empresa, ya sea como empleado o como proveedor y que no por formar parte de ella dejará de requerir la misma prestación de servicio por parte de los empleados.
- El cliente externo es la cual no pertenece a la empresa, pero es a quien la empresa dirige su atención. Ofreciéndoles sus productos y servicios.

Calidad en el servicio

(Servicio, 2015)“Los clientes tienen una serie de necesidades, requisitos y expectativas. Una empresa proporciona calidad cuando el producto supera sus expectativas de los consumidores; si en todo momento trata de satisfacer las necesidades estará proporcionando calidad”.

Control de calidad

Para los autores (Ishikawa, Lu, & Cárdenas, 1997, pág. 60)“Es desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, y útil siempre satisfactorio para el consumidor”.

Servicio al cliente

Para el autor (Cousco, 2014, pág. 1)“Todas las actividades que ligan a la empresa con sus clientes constituyen el servicio al cliente”

- Las actividades necesarias para asegurar que el producto se entregue al cliente en tiempo, unidades, y presentación adecuados.
- El servicio de atención, información y reclamos de clientes.
- La recepción de pedidos de la empresa

Satisfacción del cliente

(G.Vavra, 2014, pág. 25) La satisfacción es una respuesta emocional del cliente ante su evaluación de la discrepancia percibida entre su experiencia previa/expectativas de nuestro producto. Creemos que la satisfacción de los clientes influirá en futuras relaciones con nuestra empresa (ganas de volver a comprar, interés en recordarnos, deseo de comprar nuestro producto sin tener que buscar un proveedor que venda más barato).

Porque es importante capacitar al personal

(Aguilar, 2014, pág. 25)“Es de gran importancia la capacitación porque se asemeja a las necesidades que tiene reales de una empresa u organización basada en un cambio de los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador”

Fidelidad del cliente

(Pamies, 2015) En primer lugar, la fidelidad o retención del cliente puede generar un incremento de los ingresos a través de las ventas de repetición. Es decir, la empresa puede ver mejorados sus ingresos cuando es capaz de conseguir que el cliente no le compre una vez sino repetidas veces a lo largo del tiempo.

Misión

(Ballvé, Debeljuh, & Nueno, 2014) "La misión representa la razón de ser de la empresa que anuncia a que clientes sirva, que necesidades satisface, que tipos de productos ofrece y en general cuáles son los límites de sus actividades".

Visión

Para los autores (Daniel & Milla Gutiérrez, 2012, pág. 21) "Es una manifestación que decreta donde queremos llegar en el futuro. Una visión puede o no puede tener éxito todo esto depende de las estrategias a utilizar y estas se lleven a cabo correctamente".

Análisis FODA

(MAPCAL, 1994) "El análisis FODA es la determinación de los factores que pueden favorecer (Fortalezas y Oportunidades) u obstaculizar (Debilidades y Amenazas) el logro de los objetivos establecidos para un cambio positivo en la empresa".

Método Deductivo

(Torres, 2006, pág. 56) "Es un método de raciocinio que radica en tomar cumplimientos generales para explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teorías, estatutos, principios, etcétera, de aplicación universal y de demostrada su validez"

Marco Referencial

Repositorio 1

Tema: Propuesta de Mejoramiento para el Servicio al Cliente del Grupo Unipharm Bogotá

Autor: Oliveth Botia Fonseca; Diana Paola Rivera Moreno

Institución: Universidad de la Salle Facultad de Administración de Empresas

Año: 2008

Problemática: Corregir la calidad en la atención y el servicio al cliente de la empresa Grupo Unipharm Bogotá, con base en la identidad de las debilidades en cuanto a la calidad, y los niveles de complacencia.

Objetivo: Plantear una propuesta de mejora de la calidad del servicio al cliente para el grupo UNIPHARM BOGOTÁ con base en una valoración previa del entorno actual del servicio.

Metodología: El plan que se manipulará en esta investigación, es el inductivo; ya que conlleva “un análisis sistemático, relacionado y lógico del problema de indagación, tomando como referencia premisas verdaderas”.

Conclusión: Por tal motivo se concluye es de gran necesidad implementar un modelo de atención al cliente acompañado de una excelente capacitación lo cual contribuirá de gran manera a fortalecer las debilidades de la empresa Grupo Unipharm Bogotá. (Oliveth & River Moreno, 2008)

<http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/4111/T11.08?sequence=1>

Repositorio 2

Tema: Propuesta de un programa de capacitación en servicio al cliente para Homecenter Soacha.

Autor: Yenny Oyola Orjuela y Rolando Hebert Castro Sosa

Institución: Facultad de Ingeniería “Programa de Tecnología Logística

Año: 2009

Problemática: Se ha descubierto en Homecenter Soacha la falencia en el servicio al cliente, al cual se le debe reconocer como el socio primordial para que la economía del establecimiento salga adelante. Igualmente se nota la disminución e insatisfacción de los clientes en compañías de cadenas.

Metodología: Para la propuesta del programa de capacitación en servicio al cliente, se empleó el ciclo de mejoramiento continuo PHVA (Planear, Hacer, Verificar, Asegurar).

Conclusión: De acuerdo con lo que dice es de gran necesidad implantar un programa de capacitación en el cual mediante este se pueda bajar el índice de falencias al brindar un servicio de calidad al cliente y esto ayudará en gran medida a la compañía a que puedan incrementar su nivel de clientes. (Oyola Orjuela & Castro, 2009)

http://repository.uniminuto.edu:8080/jspui/bitstream/10656/2640/1/TTL_OyolaOrjuelaYenny_2010.pdf

Repositorio 3

Tema: Plan estratégico de la Empresa Anita

Autor: Parra Solís Sofía Madeleine

Institución: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Año: 2015

Problemática: La empresa no cuenta con un plan estratégico de impulso, que le ayude a optimizar su crecimiento u ordenamiento, no existe un programa de marketing que esté fundamentada en diversas acciones que vayan direccionadas a lograr el objetivo, el personal que trabaja no ha sido capacitada para atender de una manera cortés, donde el vendedor se vaya satisfecho de haber acudido a dicha empresa, no tiene un direccionamiento a futuro, abandono de planes de contingencia, lo que da como deducción información errónea, lo que sin lugar a duda podría acarrear en un decrecimiento en desarrollo, la falta de búsqueda productivo contable hace desconocer la situación económica de la empresa.

Objetivo: Elaborar el plan estratégico de la Empresa Anita para ser competidor en la ciudad de Babahoyo durante el periodo 2015-2020.

Metodología: Este tipo de investigación que utilizamos fue la descriptiva, ya que este tipo de investigación nos admite explicar con detalle cada uno de los métodos que la empresa lleva a cabo, manejando las diferentes técnicas de levantamiento de información y herramientas de análisis a utilizar y así poder abarcar todas las exigencias necesarios en el proceso de investigación (Madeleine, 2015)

Conclusión: La empresa Anita necesita de gran manera un Plan estratégico para mejorar así su rentabilidad enfocándose en sus empleados darle una respectiva capacitación que permita direccionar a los trabajadores a un ambiente de amabilidad, cordialidad, respetuoso, y sobre todo enfocarlos en técnicas de ventas para el mejor funcionamiento de la empresa.

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/3489>

2.2 Marco Metodológico

Para este caso de estudio se utilizará el procedimiento deductivo que va de lo habitual a lo particular

Es por ello que este método se considera como ventaja por los siguientes motivos:

- Permite describir que se está investigando por intermedio de principios o teorías ya aceptadas para inferir conclusiones para los casos o situaciones particulares.
- Logra acarrear y localizar principios desconocidos a partir de los ya conocidos.
- Puede generar varias interpretaciones

En el desarrollo de esta propuesta se tomó en cuenta la técnica que orientarán nuestra investigación y las estrategias que se tratarán son para la entrevista dirigida al personal de la Piladora y la entrevista al Gerente.

Observación: Esta técnica se realizó para representar la realidad que viven los clientes al momento de ejercer la compra con el personal de la Piladora.

Entrevista: El objetivo de esta herramienta o técnica es el de recopilar información en que peritan demostrar las falencias que se están dando en el proceso de atención al cliente mediante una estructura particular de preguntas y respuestas.

2.3 Población y Muestra

La Piladora Mil Arroz cuenta con una población de trabajadores alrededor de 10 personas las cuales están distribuidas en los siguientes puestos de trabajo. Esta investigación que se está desarrollando es de tipo no probabilístico ya que la empresa cuenta con un número de trabajadores inferior a 100 es por ello que no se procede a realizar la población finita.

CARGO	NUMERO DE EMPLEADOS
Gerente	1
Administrador	1
Contadora	1
Secador	1
Pilador	1
Guardia	1
Obreros	3
Servicio de Bascula	1

Elaborado: Johanna Geoconda Pérez Anchundia

Fuente: Piladora "Mil Arroz"

2.4 Métodos y Técnicas

En el diseño de este caso se escogió el método deductivo que orientan a nuestra investigación en el proceso, y va a servir para ver planteamiento del problema revisión de literatura, recolección de datos, análisis de datos, reporte de resultados, mediante la aplicación de estos procesos son válidos y en muchos casos da cabida a la solución de un problema.

Las técnicas de investigación aplicadas a nuestro caso de estudio son:

Observación: Mediante esta técnica podemos representar las realidad que sufren los trabajadores en la Piladora Mil Arroz el no tener la debida capacitación y ofrecer un servicio de calidad.

Entrevista: Esta técnica fue dirigida al personal de la Piladora y Gerente lo cual se dio mediante preguntas abiertas, y se establecerá lineamientos necesarios para corregir el déficit que se presente en la técnica propuesta.

2.5 Resultados

De acuerdo a la aplicación de la técnica entrevista proporcionada por personal y gerente de la piladora Mil Arroz se obtuvieron los siguientes resultados:

- La falta de capacitación es vital en cada uno de sus colabores no cuenta con debida formación en materia de Atención al cliente y ventas.

- Fortalecer la calidad del producto
- No cuenta con trabajadores entregados a la Piladora
- Poco poder de convencimiento al cliente de llevar el producto

CAPITULO III

PROPUESTA

3.1 Descripción de la Propuesta

La Piladora Mil Arroz es una empresa familiar la cuál carece de un buen asesoramiento al personal en el tema de atención al cliente y ventas, he ahí que la presente propuesta pretende mejorar la situación de sus empleados al momento de dialogar con el cliente, estar capacitado y conocer sobre como recibir a un cliente y darle las pautas a que se sienta satisfecho ante el servicio brindado y así generar una cartera de clientes sólidos con lo que incrementarían el nivel de ventas en la piladora.

Por ello, se desarrollará estrategias para mejorar la atención al cliente el cual servirá para mejorar las fortalezas y aprovechar las oportunidades en cuanto, a capacitar al personal para enriquecer su conocimiento acerca del producto y optimizar tiempo en la atención al cliente, instruir al personal sobre temas de ventas, fidelizar a nuestros clientes mediante una buena atención al cliente dándole un valor agregado que la competencia no posea.

En la propuesta encierra un desarrollo de estrategias, en las que determina su misión empresarial, visión, valores, análisis de foda, cuadro de estrategias fofadoda, y sus objetivos, el indicador y las metas a establecerse en este, año 2017 todos estos con fin ofrecer un producto de calidad, y sea este bien recibido por parte del cliente con la mayor satisfacción posible.

3.1.1 DESARROLLO DE LA PROPUESTA (ANEXO # 1)

I. ANÁLISIS FODA

a) Fortalezas

- Producto ofrecido de muy buena calidad
- Excelente ubicación geográfica en el sector arrocero
- Proyección de una buena imagen de la empresa
- Infraestructura y maquinarias acorde a brindar un buen servicio
- Cuenta con activos propios de la empresa
- Espacios suficientes para tener una mayor demanda de arroz
- Cultura de compromiso con el cliente
- Lealtad de clientes
- Promueve el trabajo en equipo
- Buen clima laboral

b) Oportunidades

- Mercado en Crecimiento
- Posee un personal dispuesto a trabajar
- Cuenta con sub – productos derivados del arroz (a diferencia de la competencia)
- Cuenta con equipos tecnológicos que permite brindar un buen servicio
- Tiene una base de datos de clientes potenciales
- Producto de primera necesidad para los consumidores
- Apertura de nuevos clientes
- Innovación en productos
- Personal con habilidades
- Apoyo en redes sociales para dar a conocer nuestro producto

c) Debilidades

- No brindan la información necesaria al momento de ofertar el producto
- Poca publicidad de la Piladora
- Falta de capacitación sobre ventas al personal de la Piladora
- Ambiente poco acogedor al momento de atender al cliente
- El personal no conoce sobre la empresa su misión, visión
- No tienen conocimiento sobre la variedad de arroz con que cuenta la Piladora.
- No disponen de un programa de difusión de sus productos en días establecidos.
- Mala atención a clientes
- Rentabilidad inferior a años anteriores
- No posee una dirección estratégica clara en cuanto a brindar un buen servicio

d) Amenazas

- Bajo nivel de clientes
- Entrada de nuevos competidores preparados
- Disminución de ventas
- Competencia muy agresiva en el área arrocera
- Incremento de quejas y reclamos por parte de clientes
- Crecimiento lento en el mercado (debido a brindar pésimo servicio al cliente)
- Cambio de gustos y preferencias de clientes
- Ausencia de proveedores
- Desacuerdo con el precio por parte de clientes
- Incumplimiento de metas en la Piladora

II. MATRIZ DE ESTRATEGIAS FOFADODA

a) ESTRATEGIAS FO

- Dar a conocer a nuestros clientes potenciales, el producto de calidad que ofrece la Piladora Mil Arroz.
- Aprovechar la excelente ubicación que posee la Piladora y dar a conocer a nuevos consumidores sobre los sub-productos que ofrece a diferencia de la competencia.
- Remodelar la infraestructura de la piladora y su respectivo mantenimiento de las maquinarias en buen estado, para así brindar a nuestros consumidores un producto innovador y calidad.
- Abastecerse de suficiente arroz para así cumplir con la demanda de clientes en todo momento, y esto se logrará mediante el anuncio en redes sociales sobre el producto de excelente calidad que ofrecemos, aumentando así su nivel en el mercado.

b) ESTRATEGIAS FA

- Fomentar una cultura de compromiso al personal de la Piladora y así brindar un servicio de calidad mediante técnicas de mejoramiento en atención al cliente, con ello se pretende elevar el crecimiento de la empresa en el mercado.
- Beneficiarse de la excelente ubicación arrocerá, ofrecer a clientes un buen servicio estar preparados siempre y sobresalir a la competencia y así aprovechar la lealtad de los clientes
- Realizar un buzón de sugerencias en los cuales el cliente pueda expresar la situación que vivió al momento de la compra, tomando en cuenta sus comentarios e ir mejorando en las falencias detectadas, para así disfrutar de un perfecto clima laboral.
- Brindar una buena asesoría al cliente sobre el producto que se está ofreciendo, darle detalles sobre este, así el entenderá, y sabrá que está pagando por un producto de calidad.

c) ESTRATEGIAS DO

- Capacitar al personal de la Piladora en atención al cliente y técnicas para así aprovechar al máximo sus habilidades, la disposición de trabajar, y pongan sus conocimientos adquiridos en práctica, en el momento de atender al cliente
- Ofrecer un servicio de calidad a clientes muchas veces predecir qué calidad de arroz prefiere, esto será posible mediante equipos tecnológicos que nos permitan llegar al consumidor de una manera más práctica y dando como resultado un cliente satisfecho de la información brindada
- Realizar publicidad sobre producto principal y demás sub- productos que ofrece la empresa, con ello los clientes se informará de esto y optaran por la empresa, recibéndolos en un lugar acogedor en la cual se permita una buena negociación del producto.
- Desarrollar políticas de atención al cliente, en las cuales también se especifique la variedad de productos y la respectiva descripción del mismo, con ello asesorar muy bien al cliente y este se pueda sentir satisfecho del servicio brindado
- Desarrollar estrategias con el objetivo que todo el personal de la Piladora tenga acceso a este, y estos puedan conocer sobre sus objetivos, el conseguir nuevos clientes, la innovación en el producto son conocimientos esenciales que debe tener los empleados de una empresa para tener su respetivo crecimiento en el mercado

d) ESTRATEGIAS DA

- Establecer lineamientos necesarios sobre ventas y atención al cliente, para así desarrollar el potencial del personal y este en poco tiempo se dirccione a brindar un buen servicio de calidad
- Realizar capacitaciones al personal para que conozcan el producto a fondo saber sobre sus características y todo su englobe sobre la materia, acompañado esto de brindar una buena asesoría a consumidores, el cómo vender el producto que llevan en sus negocios y esto dará un valor adicional que hace a clientes inclinarse por la empresa

- Establecer un ambiente acogedor en el cual poder recibir al cliente y darle el trato que se merece, haciendo esto sobresalir de la competencia por su excelente infraestructura y ser reconocidos por brindar un servicio diferente y aumentar el nivel de clientes en la empresa.

DESARROLLO DE ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA PILADORA “MIL ARROZ”

Miembros de la Piladora MIL ARROZ

- Gerente
- Administrador
- Contadora
- Secador
- Pilador
- Guardia
- Obreros
- Servicio de Bascula

MISIÓN EMPRESARIAL

Ofrecer servicios y productos mediante procesos de selección de variedades de calidad, elegir siempre el mejor producto para clientes esto se da a través de una administración responsable.

VISIÓN EMPRESARIAL

En el 2021 la Piladora Mil Arroz se habrá, apuntalado como líder en el mercado arrocero, ofertando así un eficiente servicio de pilado y venta de arroz de calidad, incluida con las necesidades de sus clientes y responsabilidad de cada uno de sus colaboradores para alcanzar las metas propuestas.

VALORES EMPRESARIALES

- Trabajo en equipo
- Compromiso
- Respeto
- Honestidad

ESTRATEGIA 1:

Fomentar una cultura de compromiso al personal y así brindar un servicio de calidad mediante técnicas de mejoramiento en atención al cliente, con ello se pretende elevar el crecimiento de la empresa en el mercado.

OBJETIVOS 1:

1. FOMENTAR UNA CULTURA DE COMPROMISO

Este objetivo está diseñado con la finalidad de brindar un servicio de calidad mediante una cultura empresarial comprometida a estar siempre a la vanguardia en temas de atención al cliente, acogiéndose empleados a este régimen mejorara el crecimiento de la empresa en el mercado.

PLAN DE ACCION				
ACTIVIDADES	FECHA		RESPONSABLE	TOTAL
	INICIO	FIN		
Contratar personal especializado para mejorar la atención al cliente.	9 de Enero 2017	23 de Enero 2017	Gerente de la Piladora "MIL ARROZ"	\$ 470,00
Motivar al personal para crear una cultura de compromiso empresarial.	Ene-17	Ene-18	Gerente de la Piladora "MIL ARROZ"	

Elaborado: Johanna Geoconda Pérez Anchundia

Fuente: Piladora "Mil Arroz"

PRESUPUESTO PARA FOMENTAR UNA CULTURA DE COMPROMISO				
RECURSOS	Precio Unitario	Días de Capacitaciones	Números de Trabajadores	P.Total
Personal Especializado en motivacion y atención al cliente	\$450	11		\$450,00
Refrigerios	1,00		10	\$ 10,00
Folletos de induccion a la charla	1,00		10	\$ 10,00
TOTAL				\$ 470,00

Elaborado: Johanna Geoconda Pérez Anchundia

Fuente: Piladora "Mil Arroz"

INDICADOR: Porcentaje de Cultura Empresarial

Meta: Aumenta un 50% el nivel de compromiso por parte de trabajadores de la Piladora "Mil Arroz" enfocadas siempre en ir mejorando la atención al cliente.

ESTRATEGIA 2:

Capacitar al personal en atención al cliente y técnicas de ventas, para así aprovechar al máximo sus habilidades, la disposición de trabajar, y pongan sus conocimientos adquiridos en práctica, al momento de atender al cliente.

OBJETIVO 2:

2. CAPACITAR AL PERSONAL

El objetivo es lograr una capacitación efectiva en la cual los empleados aprendan a dar un buen servicio y explotar todas sus habilidades para vender esto será un cambio positivo para la empresa.

ACTIVIDADES	PLAN DE ACCION		RESPONSABLE	TOTAL
	FECHA			
	INICIO	FIN		
Contratación de personal especializado en impartir técnicas de ventas.	24 de Enero 2017 de 8am a 12pm 4 Horas	30 de Enero 2017 de 8am a 12pm 4 Horas	Gerente de la Piladora "MIL ARROZ"	\$ 260,00
Desarrollar habilidades al personal mediante pruebas especiales como: Analizar, comunicación, toma de decisiones.	24 de Enero 2017 de 14pm a 17pm 3 Horas	30 de Enero 2017 de 14pm a 17pm 3 Horas	Gerente de la Piladora "MIL ARROZ"	

Elaborado: Johanna Geoconda Pérez Anchundia

Fuente: Piladora "Mil Arroz"

PRESUPUESTO PARA CAPACITAR AL PERSONAL				
RECURSOS	Precio Unitario	Dias de Capacitacion	Números de Trabajadores	P.Total
Personal Especializado en tecnicas de ventas	25	5	10	\$125
Refrigerios	1,00			10
Personal preparado en explotar habilidad al personal	25		\$ 125,00	
TOTAL				\$ 260,00

Elaborado: Johanna Geoconda Pérez Anchundia

Fuente: Piladora "Mil Arroz"

INDICADOR: Índice de Desempeño Laboral

Meta: Aumenta un 75% el índice de desempeño laboral en el cual empleados tendrán que poner en práctica todos los conocimientos adquiridos en las capacitaciones siendo esto un cambio positivo para la empresa.

ESTRATEGIA 3:

Ofrecer un servicio de calidad a clientes muchas veces predecir qué calidad de arroz prefiere, esto será posible mediante equipos tecnológicos que nos permitan llegar al consumidor de una manera más práctica y dando como resultado un cliente satisfecho de la información proporcionada.

OBJETIVO 3

3. FORTALECER EL SERVICIO DE CALIDAD A CLIENTES

Este objetivo pretender atender al cliente de una manera que el vendedor del producto pueda predecir lo que desea el cliente entre sus gustos y preferencias de la calidad de arroz que llevara, y así generar clientes satisfechos.

PLAN DE ACCION				
ACTIVIDADES	FECHA		RESPONSABLE	TOTAL
	INICIO	FIN		
Poseer un personal actualizado en temas informaticos	01 de Febrero 2017 de 8am a 12pm 4 Horas	03 de Febrero 2017 de 8am a 12pm 4 Horas	Gerente de la Piladora "MIL ARROZ"	\$ 220,00
Capacitar al personal sobre características del producto a ofrecer.	01 de Febrero 2017 de 14pm a 17pm 3 Horas	03 de Febrero 2017 de 14pm a 17pm 3 Horas	Gerente de la Piladora "MIL ARROZ"	

Elaborado: Johanna Geoconda Pérez Anchundia

Fuente: Piladora "Mil Arroz"

PRESUPUESTO PARA FORTALECER EL SERVICIO				
RECURSOS	Precio Unitario	Dias de Capacitacion	Números de Trabajadores	P.Total
Personal Especializado en Sistemas	\$30	3		\$90,00
Refrigerios	1,00		10	\$ 10,00
Persona que imparte conocimientos e	40,00		10	\$ 120,00
TOTAL				\$ 220,00

Elaborado: Johanna Geoconda Pérez Anchundia

Fuente: Piladora "Mil Arroz"

INDICADOR: Índice de desempeño del servicio al cliente

META: Se pretende aumentar un 65% el índice en el desempeño a brindar un buen servicio siendo parte clave la excelente asesoría que reciban por personal especializado, empleados de la Piladora estarán enriquecidos de información en temas de conocimiento de producto y sistemas informáticos.

ESTRATEGIA 4:

Abastecerse de suficiente producto para así cumplir con la demanda de clientes en todo momento, y se logrará mediante el anuncio en redes sociales para aumentar su nivel en el mercado.

Objetivo 4:

4. CUMPLIR CON DEMANDA DE PRODUCTOS A CLIENTES

Este objetivo se diseñó con el fin de tener almacenado un stock de productos en bodegas para poder suplir las necesidades a cliente, de esta manera el cliente quedara satisfecho porque se ha podido cumplir con su requerimiento de compra.

PLAN DE ACCION				
ACTIVIDADES	FECHA		RESPONSABLE	TOTAL
	INICIO	FIN		
Acordar con proveedor para la obtencion del producto en todo momento.	Ene-17	Ene-18	Gerente de la Piladora "MIL ARROZ"	\$ 600,00
Publicidad mediante redes sociales ofertando producto existente	Ene-17	Ene-18	Gerente de la Piladora "MIL ARROZ"	

Elaborado: Johanna Geoconda Pérez Anchundia

Fuente: Piladora "Mil Arroz"

PRESUPUESTO PARA CUMPLIR CON DEMANDA			
RECURSOS	Precio	Costo Anual	P.Total
Viaticos del proveedor	\$20	12	\$240,00
Pago de servicio de internet	30,00	12	\$ 360,00
TOTAL			\$ 600,00

Elaborado: Johanna Geoconda Pérez Anchundia

Fuente: Piladora "Mil Arroz"

INDICADOR: Cumplimiento de productos a clientes

META: Se cumplirá un 80% si se utiliza un proveedor responsable, que cuenta con características de prever productos a la Piladora todos los meses y poder suplir con la demanda que genera los clientes.

3.2 Conclusiones

Luego del análisis de la información recogida se pudo evidenciar y representar la verdadera realidad que presenta la empresa.

Se ha podido evidenciar con los datos obtenidos que la empresa no cuenta con un personal capacitado para la atención al cliente.

- No lleva una iniciativa en formar a su personal mediante expertos en la materia de ventas ya atención al público.
- Ofrece el producto sin ningún valor agregado para ser diferenciado a la competencia.
- No se ha realizado ningún plan estratégico centrado en atención al cliente para mejorar la situación de la empresa.
- Existen muchos reclamos y quejas por parte de clientes por la mala atención que se da por parte del personal de la Piladora.

3.3 Recomendaciones

- Desarrollar estrategias para mejorar la Atención al cliente.
- Capacitación a los empleados de la empresa para ayudarle a que sigan una correcta atención a clientes de la piladora
- Socializar las estrategias con miembros de la Piladora para que todos tengan conocimientos acerca de las acciones a utilizarse.

BIBLIOGRAFÍAS:

- Aguilar, A. S. (2014). *Capacitacion y desarrollo de personal (Cuarta Edicion)*. Mexico: LIMUSA NORIEGA S.A.
- Ballvé, A. M., Debeljuh, P., & Nueno, P. (2014). *Mision y valores: la empresa en busca de su sentido*. Buenos Aires, Argentina: Planeta S.A.I.C.
- Boubeta, A. I. (2014). *Fidelizacion del cliente. Introduccion a la venta personal y a la direccion de ventas*. España: Ideas Propias.
- Cousco, R. P. (2014). *Servicio al cliente. La comunicacion y la calidad del servicio en la atencion al cliente*. España: Ideas Propias.
- Daniel, M. P., & Milla Gutiérrez, A. (2012). *Metas estratégicas*. Madrid: Diaz de Santos.
- DAVID, F. R. (2016). *Conceptos de Administracion Estrategica*. Mexico: PEARSON EDUCACION.
- Echeverria, S. G. (2013). *Estrategia empresarial: cómo implementar la estrategia en la empresa*. Madrid, España :: Díaz de Santos, 1993.
- G.Vavra, T. (2014). *Como medir la satisfaccion del cliente; segun la ISO 9001:2000*. Madrid: Fundacion Confemetal, DL 2003.
- Gomez, A. C. (2012). *Administraciòn de la empresa*. Costa Rica: Eniversidad Estatal a Distancia EUNED.
- Hax, A. C., & Majluf, N. S. (2004). *Estrategias para el liderazgo competitivo (De la vision a los resultados)*. Buenos Aires: Buenos Aires ; México : Granica, 2004.
- Ishikawa, K., Lu, D. J., & Cárdenas, M. (1997). *Qué es el control total de calidad? : la modalidad japonesa*. Bogota: Editorial Norma, 1997.
- Kotler, P., & Keller, K. (2015). *Direccion de Marketing; Duodècima ediciòn*. Mexico: Pearson Educacion.
- Madeleine, P. S. (25 de Noviembre de 2015). *Tesis de Universidad Catolica de Santiago de Guayaquil*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2016, de Plan estratégico de la "Empresa Anita" periodo 20152020 en la ciudad de Babahoyo:
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/3489>
- MAPCAL, S. (1994). *El plan de negocios : un sistema de trabajo imprescindible para facilitar la continuidad, desarrollo, crecimiento y rentabilidad de su empresa*. Madrid, España: Madrid Díaz de Santos D.L. 1993.
- Oliveth, B. F., & River Moreno, D. P. (21 de Octubre de 2008). *Universidad de la Salle*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2016, de PROPUESTA DE MEJORAMIENTO PARA EL SERVICIO AL CLIENTE DEL GRUPO UNIPHARM BOGOTÁ:
<http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/4111/T11.08?sequence=1>
- Oyola Orjuela, Y., & Castro, R. H. (28 de Octubre de 2009). *PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE CAPACITACION EN SERVICIO AL CLIENTE PARA HOMECENTER SOACHA*. Recuperado el

20 de Noviembre de 2016, de PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE CAPACITACION EN SERVICIO AL CLIENTE PARA HOMECENTER SOACHA:
http://repository.uniminuto.edu:8080/jspui/bitstream/10656/2640/1/TTL_OyolaOrjuelaYenny_2010.pdf

Pamies, D. S. (2015). *De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente*. Madrid: ESIC EDITORIAL.

Servicio, L. c. (2015). *La calidad en el servicio al cliente*. Madrid: Editorial Vértice.

Torres, C. A. (2006). *Metodología de la Investigación. Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Mexico: PEARSON EDUCACION, Mexico 2006.

Vértice, E. (2015). *Atención eficaz de quejas y reclamaciones*. Malaga: Málaga Vértice.

Apéndice 1: Análisis de plagio con la firma del tutor

Resultados del análisis del Anti plagio

URKUND

Documento [DESAROLLO DE ESTRATEGIAS JOHANNA PEREZ ANCHUNDIA.docx](#) (D24312795)

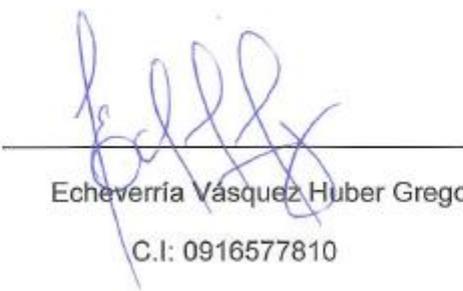
Presentado 2016-12-13 17:43 (+01:00)

Presentado por Johanna Perez (johannaperez370@gmail.com)

Recibido hecheverriav.unemi@analysis.orkund.com

Mensaje Fwd: DESAROLLO DE ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA ATENCION AL CLIENTE EN PILADORA MIL ARROZ [Mostrar el mensaje completo](#)

1% de esta aprox. 15 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 1 fuentes.


Echeverría Vásquez Huber Gregorio

C.I: 0916577810

Apéndice 3: Matriz del Problema

PROBLEMA	CAUSAS	OBJETIVO
Clientes Insatisfechos	Bajo nivel de convencimiento al cliente	Diseño de estrategias que permita ver las falencias del personal a través de un análisis de necesidades y fortalecimiento en las habilidades, y mejorar la atención al cliente en la Piladora Mil Arroz.
Estrategias de calidad deficientes	No existir un diseño apropiado	Plantear estrategias que permitan fortalecer la calidad del producto mediante actualizaciones de las mismas.
Falta de formación y desarrollo del personal	Inexistencia personal capacitado	Establecer lineamientos necesarios sobre ventas y atención al cliente para la respectiva capacitación a trabajadores.
Pérdida de clientes	Poca eficiencia en la atención al cliente	Diseño de estrategias eficientes en atención al cliente para así incrementar el nivel de clientes.

Apéndice 4: Formato de las entrevistas

Anexo 1:

Modelo de Entrevista aplicada al Gerente de la Piladora “Mil Arroz”



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADEMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

ENTREVISTA

PERFIL DEL ENTREVISTADO

Nombre: Sr. Milton Ruiz Meza

Empresa: Piladora MIL ARROZ

Ubicación: vía Durán – San Jacinto de Yaguachi km 20 al suroeste de la Provincia del Guayas

Cargo: Administración General

1. ¿Cuál es el Perfil del cliente que comúnmente visita su piladora?

Son clientes y personas aledañas que tienen sus tiendas y supermercados que llevan al por mayor nuestro producto.

2. ¿Cuál ha sido la clave para atraer nuevos clientes?

Nuestro factor es solamente brindar un buen producto

3. ¿Cómo logra la fidelidad de su clientela?

Ofreciendo producto de calidad

4. ¿Cuáles son los aspectos que el cliente toma más en cuenta, al momento de comprar el arroz, como ejemplos el servicio, higiene y tratado del arroz, seguridad en la Piladora, etc.

Al momento de compra el cliente siempre se fija en el servicio y la calidad del producto que nosotros impartimos en el momento de la negociación.

5. ¿Para que un persona prefiera la Piladora MIL ARROZ solo basta con tener un buen servicio, o que aspectos cree que hagan que una persona escoja determinada Piladora?

Son muchos complementos que hace que el cliente se incline por mi piladora entre ellos es la calidad del arroz.

6. ¿Qué problemas ha tenido con sus clientes y como los ha resuelto?

Hemos tenido varias quejas y reclamos en cuanto al servicio que da mis empleados dan al cliente las he resuelto asesorándolo personalmente.

7. ¿Al momento que el cliente llega a solicitar el producto cual es el tipo de asesoramiento por parte de su equipo de trabajo?

Por parte de empleados hemos tenido también varias quejas porque mi personal no está capacitado no tiene la correcta información acerca del producto que ofrecemos y esto hace que el cliente quede insatisfecho.

8. ¿Usted como propietario de la Piladora ofrece a su clientela el respaldo de Garantía del producto que está llevando, y si encuentra una anomalía en el arroz estaría sujeto a cambio o devolución del mismo?

Si ofrecemos la devolución o el cambio de producto en el lapso de 48 horas.

9. ¿Considera usted que es necesario implementar en la Piladora un Plan de Capacitación para mejorar la Atención al Cliente?

Si sería de gran ayuda ese plan de Capacitación de mejorar la Atención al cliente ya que contribuiría de mucha ayuda en mi piladora.

10. ¿Cuenta usted con un equipo de trabajo totalmente capacitado para recibir y atender a clientes con la debida amabilidad y paciencia requerida en ese momento?

No al momento mi personal no se encuentra capacitado para ofrecer a mis clientes la debida atención que ellos merecen.

Anexo 2:

Modelo de Entrevista aplicada al Personal de la Piladora



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADEMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

ENTREVISTA

PERFIL DEL ENTREVISTADO

Nombre: Personal de la empresa

Empresa: Piladora Mil Arroz

Ubicación: vía Durán – San Jacinto de Yaguachi km 20 al suroeste de la Provincia del Guayas

Cargo: Encargado en atender clientes

- 1. ¿Considera usted necesario un tipo de capacitación por parte de profesionales en ventas y atención al cliente?**

Sería de gran ayuda ya que al momento no contamos con saber a profundidad sobre el producto solo damos a conocer al cliente lo esencial como es precio, de buena calidad, y sentimos que el cliente necesita saber más de lo que está llevando.

- 2. ¿Al momento de brindar el servicio de ofrecer el arroz como lo realiza?**

Normal con aptitudes que el cliente siempre está acostumbrado no se innova en la piladora en atención al cliente y ese es una baja para la empresa.

- 3. ¿Estaría dispuesto a poner todo su potencial en la piladora una vez que se haya capacitado en manos de profesionales?**

Si estaría dispuesto

MATRIZ DE PONDERACIÓN DE ESTRATEGIAS (MPEC)

FACTORES CRITICOS PARA EL ÉXITO	ESTRATEGIAS ALTERNATIVAS											
	PESO	CA	CAT	CA	CAT	CA	CAT	CA	CAT	CA	CAT	
OPORTUNIDADES												
1 Mercado en crecimiento	0,05	0	0,00	0	0,00	1	0,05	3	0,15	3	0,15	
2 Posee un personal dispuesto a trabajar	0,10	2	0,20	4	0,40	2	0,20	3	0,3	1	0,1	
3 Cuenta con sub-productos derivados del arroz	0,10	0	0,00	0	0,00	2	0,20	0	0	2	0,2	
4 Cuenta con equipos tecnologicos	0,05	0	0,00	0	0,00	4	0,20	0	0	1	0,05	
5 Tiene una base de datos de clientes potenciales	0,05	2	0,10	0	0,00	2	0,10	1	0,05	2	0,1	
6 Productos de primera necesidad	0,05	1	0,05	0	0,00	3	0,15	1	0,05	2	0,1	
7 Apertura de nuevos clientes	0,05	2	0,10	0	0,00	2	0,10	1	0,05	2	0,1	
8 Personal con habilidades	0,05	0	0,00	4	0,20	1	0,05	0	0	0	0	
9 Innovación en productos	0,05	0	0,00	0	0,00	1	0,05	0	0	1	0,05	
10 Apoyo en redes sociales para dar a conocer nuestros productos	0,05	0	0,00	0	0,00	1	0,05	0	0	3	0,15	
AMENAZAS												
1 Bajo nivel de clientes	0,02	0	0,00	0	0,00	1	0,02	1	0,02	1	0,02	
2 Entrada de nuevos competidores preparados	0,05	3	0,15	0	0,00	1	0,05	1	0,05	1	0,05	
3 Disminucion de ventas	0,05	2	0,10	0	0,00	1	0,05	1	0,05	0	0	
4 Competencia muy agresiva en el area arrocerá	0,05	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	0,05	0	0	
5 Incremento de quejas y reclamos por parte de clientes	0,04	0	0,00	0	0,00	2	0,08	1	0,04	0	0	
6 Crecimiento lento en el mercado	0,05	0	0,00	0	0,00	2	0,10	2	0,1	2	0,1	
7 Cambio de gusto y preferencias de clientes	0,02	0	0,00	0	0,00	2	0,10	1	0,02	2	0,04	
8 Ausencia de proveedores	0,02	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0	1	0,02	
9 Desacuerdo con el precio por parte de clientes	0,05	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0	2	0,1	
10 Incumplimiento de metas en la Piladora	0,05	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0	2	0,1	
SUMA 1	1,00	0	0,70		1,00		1,55		0,93		1,43	
FORTALEZAS												
1 Producto ofrecido de muy buena calidad	0,08	2	0,16	1	0,08	2	0,16	2	0,16	3	0,24	
2 Excelente ubicación geografica en el sector arroce	0,05	4	0,20	1	0,05	2	0,10	1	0,05	1	0,05	
3 Proyeccion de una buena imagen de la empresa	0,05	2	0,10	0	0,00	2	0,10	1	0,05	1	0,05	
4 Infraestructura y maquinarias acordos	0,03	3	0,09	0	0,00	1	0,03	0	0	2	0,06	
5 Cuenta con activos propios de la empresa	0,05	1	0,05	0	0,00	0	0,00	0	0	1	0,05	
6 Espacio suficientes para mayor demanda de arroz	0,03	2	0,06	0	0,00	0	0,00	0	0	2	0,06	
7 Cultura de compromiso con el cliente	0,03	0	0,00	0	0,00	2	0,06	4	0,12	1	0,03	
8 Promueve el trabajo en equipo	0,03	0	0,00	1	0,03	2	0,06	3	0,09	2	0,06	
9 Lealtad de clientes	0,04	0	0,00	1	0,04	3	0,12	3	0,12	2	0,08	
10 Buen clima laboral	0,05	0	0,00	0,00	0,00	1	0,05	1	0,05	1	0,05	
DEBILIDADES												
1 No brindan informacion necesaria	0,05	2	0,10	0	0,00	2	0,10	1	0,05	1	0,05	
2 Poca Publicidad de la Piladora	0,05	1	0,05	0	0,00	2	0,10	1	0,05	1	0,05	
3 Falta de Capacitacion sobre ventas	0,08	1	0,08	4	0,32	3	0,24	2	0,16	0	0	
4 Ambiente poco acogedor al momento de atender al cliente	0,05	1	0,05	0	0,00	2	0,10	1	0,05	0	0	
5 El personal no conoce sobre la empresa	0,10	1	0,10	3	0,30	3	0,30	1	0,1	1	0,1	
6 No tienen conocimiento sobre la variedad de arroz que cuesta la Piladora	0,05	1	0,05	3	0,15	3	0,15	3	0,15	3	0,15	
7 No disponen de un programa de difusion de sus productos en dias establecidos	0,03	1	0,03	2	0,06	2	0,06	2	0,06	2	0,06	
8 Mala atencion a clientes	0,07	4	0,28	4	0,28	3	0,21	2	0,14	3	0,21	
9 Rentabilidad inferior a años anteriores	0,03	1	0,03	2	0,06	1	0,03	1	0,03	1	0,03	
10 No posee una direcion estrategica clara en cuanto brindar un buen servicio.	0,05	1	0,05	1	0,05	2	0,10	1	0,05	0	0	
SUMA 2	1,00		1,48		1,42		2,07		1,48		1,38	
TOTAL			2,18		2,42		3,62		2,41		2,81	