

ESTUDIO DE LA ATENCION AL CLIENTE Y FORMULACION DE  
ESTRATEGIAS QUE PERMITA MEJORAR EL SERVICIO COMERCIAL DE UNA  
FORMA OPORTUNA Y SATISFACTORIA EN LA EMPRESA TRS PARTES S.A

VIVIANA VALENCIA VARGAS

GINNA PAOLA ARAUJO

FUNDACION UNIVERSITARIA SAN MARTIN  
UNIVERSIDAD ABIERTA, DISTANCIA Y VIRTUAL  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2016

ESTUDIO DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y FORMULACIÓN DE  
ESTRATEGIAS QUE PERMITA MEJORAR EL SERVICIO COMERCIAL DE UNA  
FORMA OPORTUNA Y SATISFACTORIA EN LA EMPRESA TRS PARTES S.A

VIVIANA VALENCIA VARGAS  
GINNA PAOLA ARAUJO



FUNDACION UNIVERSITARIA SAN MARTIN  
UNIVERSIDAD ABIERTA, DISTANCIA Y VIRTUAL  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
SANTIAGO DE CALI  
2016

ESTUDIO DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS  
QUE PERMITA MEJORAR EL SERVICIO COMERCIAL DE UNA FORMA  
OPORTUNA Y SATISFATORIA EN LA EMPRESA TRS PARTES S.A

VIVIANA VALENCIA VARGAS  
GINNA PAOLA ARAUJO

Trabajo de Grado para optar por el Título  
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

Director del proyecto:  
Esp. Rafael Salinas Rojas



FUNDACION UNIVERSITARIA SAN MARTIN  
UNIVERSIDAD ABIERTA, DISTANCIA Y VIRTUAL  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
SANTIAGO DE CALI  
2016

## **RESUMEN**

El siguiente proyecto tiene como propósito pretender realizar la investigación profunda sobre el tema problema que actualmente enfrenta la empresa TRS PARTES, así mismo hace énfasis en la necesidad de contar e implementar a manera de sugerencia (resultados soportados) unas estrategias precisas como medio para alcanzar el objetivo deseado y tener éxito en su atención al cliente.

Para ellos fue necesario emplear una serie de diagnósticos elaborados mediante encuestas, observación y resultado de las ventas, los cuales se mostraran detallados en el desarrollo del proyecto. Con todo este conjunto de información se logró determinar las estrategias para el mejoramiento enfocado en la ATENCION AL CLIENTE de la empresa TRS PARTES S.A.

**PALABRAS CLAVES.** Servicio al cliente, estrategia de servicio, presupuesto, plan de acción.

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN .....	11
1. PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA .....	13
1.1 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA .....	15
1.2 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	15
2. OBJETIVOS .....	16
2.1 OBJETIVO GENERAL .....	16
2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	16
3. JUSTIFICACIÓN .....	17
3.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.....	17
3.2 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA .....	17
3.3 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.....	18
4. MARCOS DE REFERENCIA.....	19
4.1 MARCO TEORICO .....	19
4.1.1 Servicio al cliente .....	19
4.1.2 Modelo Servqual .....	26
4.2 MARCO CONCEPTUAL.....	30
4.3 MARCO ESPACIAL.....	31
4.4 MARCO TEMPORAL.....	31
4.5 MARCO CONTEXTUAL .....	32
5. METODOLOGIA.....	37
5.1 TIPO DE ESTUDIO.....	37
5.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN .....	38

5.3	FUENTES DE INFORMACIÓN Y DATOS .....	39
5.4	TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	39
5.5	ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN .....	40
6.	FASES .....	41
6.1.	CONDICIONES ACTUALES REFERENTES A LA ATENCIÓN DE SERVICIO AL CLIENTE EN LA EMPRESA TRS PARTES S.A., EN SUS TRES SUCURSALES DE CALI. ....	41
6.2.	EVALUAR SEGÚN LA PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS RESPECTO AL SERVICIO AL CLIENTE QUE RECIBEN DE LAS SUCURSALES DE LA EMPRESA TRS PARTES S.A. ....	48
6.2.1.	Datos demográficos de los clientes .....	48
6.2.2.	Análisis de las causales por devolución. ....	61
6.3.	ESTRATEGIA DE SERVICIO CON SU RESPECTIVO PLAN DE ACCIÓN INDICANDO EL CRONOGRAMA, PRESUPUESTO E INDICADORES QUE GARANTICEN EL ÉXITO DE LA PROPUESTA. ....	62
6.3.1	Estrategia general de servicio .....	63
6.3.2	Estrategias específicas .....	64
6.3.3	Propuesta de mejoramiento .....	65
6.3.4	Presupuesto .....	67
7.	CONCLUSIONES .....	71
8.	RECOMENDACIONES .....	73
9.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	74
10.	ANEXOS .....	75

## INTRODUCCIÓN

Este trabajo tiene como objetivo realizar un estudio para establecer estrategias que permita mejorar el servicio comercial de una forma oportuna y satisfactoria con la atención al cliente en la empresa TRS Partes S.A., para alcanzar este objetivo se estableció primero describir las condiciones actuales referentes a la atención de servicio en las sucursales de la ciudad de Cali, posteriormente se procedió a medir y evaluar según la percepción de los usuarios y con base en los hallazgos encontrados se procedió a establecer una estrategia de servicio con su respectivo plan de acción indicando el cronograma, presupuesto e indicadores que garanticen el éxito de la propuesta.

TRS Partes S.A. nació el año 2005 en la ciudad de Cali, con la idea de atender el mercado de repuestos, partes y accesorios, necesarios para reparar, instalar o prestar mantenimiento a equipos de Aire Acondicionado, Refrigeración y Ventilación, en su oferta también incluye la línea de equipos de aire acondicionado y refrigeración para aplicación residencial y comercial ligera, sin embargo, la empresa sea concentrado en tener un amplio portafolio de productos con altos estándares de calidad a precios competitivos, y ha descuidado aspectos intangibles como la atención que reciben los clientes, y considerando que este aspecto incide en el éxito comercial, ya sea por la fidelización de los clientes actuales o por el atraer a nuevos, se hizo necesario formular estrategias para mejorar el proceso de atención al cliente y con ello contribuir a la eficiencia de la empresa, reduciendo el tema de las quejas, reclamos y pérdida de clientes.

Con este trabajo se busca diagnosticar el contexto del servicio al cliente de la empresa, además de definir las percepciones que tienen los usuarios del mismo,

con base en estos datos se procede a la presentación de una propuesta de estrategias que se ajusten a las falencias de la empresa, a sus recursos y necesidades. En el resultado de éste trabajo se describe las condiciones actuales referentes a la atención de servicio al cliente en la empresa TRS Partes S.A., en sus tres sucursales de Cali. Donde se evidenció algunos problemas como la demora en la atención y en algunos casos deficiencias en la atención que brindan los vendedores y asesores técnicos, donde el cliente percibe que estos no tienen los conocimientos y experiencia, además que la información no es suficientemente clara.

A nivel metodológico este trabajo corresponde a un estudio descriptivo con enfoque mixto; cuantitativo y cualitativo. A través de una encuesta se buscó medir y evaluar según la percepción de los usuarios respecto al servicio al cliente que reciben de las sucursales de la empresa TRS Partes S.A., con la aplicación de la encuesta se evidencio que existen dos grupos de clientes, frecuentes y ocasionales y que esta condición es clave para formular estrategias de atención al cliente. Con el uso de técnicas cualitativas se describió el proceso de atención al cliente, las actividades que se realizan y los responsables que intervienen. Para esta fase de atención al cliente se usó el modelo SERVQUAL. Finalmente, con base en los resultados de la encuesta se estableció una estrategia de servicio con su respectivo plan de acción indicando el cronograma, presupuesto e indicadores que garanticen el éxito de la propuesta.

Dentro de las limitaciones que se encontró en este trabajo se destaca que el diagnostico de atención al cliente se realizó en tres sucursales de Cali, a una muestra de 60 personas, una muestra que se escogió a conveniencia, y no corresponde a una muestra estadísticamente representativa.



### **Nota**

Este trabajo se encuentra disponible únicamente en **formato físico**, ya que no cuenta con versión digital. Por tal motivo, en este repositorio solo serán visibles las páginas preliminares con fines informativos. Para su consulta completa, el usuario deberá verificar la ubicación o sede donde se encuentra el ejemplar físico, o bien solicitar información adicional escribiendo al correo institucional:

**[repositoriofusm@sanmartin.edu.co](mailto:repositoriofusm@sanmartin.edu.co)**