

Caracterización del Servicio y Atención al Cliente en los Negocios Informales
del Cantón Esmeraldas

Characterization of Service and Customer Service in Informal Businesses
Of the Esmeraldas Cantón

Freddy L. Betancourt Aguilar,
Alexandra M. Bautista Segovia, y
Pedro R. Suárez Surí

Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Esmeraldas.

La correspondencia sobre este artículo debe ser dirigida a Freddy L. Betancourt Aguilar.

Email: freddy.betancourt@pucese.edu.ec

Fecha de recepción: 6 de octubre de 2017.

Fecha de aceptación: 9 de febrero de 2018.

¿Cómo citar este artículo? (Normas APA): Betancourt Aguilar, F.L., Bautista Segovia, A.M., Suárez Surí, P.R. (2018). Caracterización del Servicio y Atención al Cliente en los Negocios Informales del Cantón Esmeraldas. Revista Científica Hallazgos21, 3, (Suplemento Especial). Recuperado de <http://revistas.pucese.edu.ec/hallazgos21/>

Resumen

Con el objetivo de caracterizar el servicio y la atención al cliente en los negocios informales de las parroquias rurales Tachina, San Mateo y Camarones del cantón Esmeraldas, se realizó una investigación descriptiva, de alcance cuanti-cualitativa. La población estuvo conformada por 330 clientes (56% mujeres y el 44% hombres) y entrevistados 31 propietarios de negocios (72% mujeres y el 28% hombres), además se entrevistaron a cuatro expertos. La muestra fue seleccionada mediante un muestreo estratificado, se utilizó como métodos y técnicas para la investigación el análisis y síntesis, el dialéctico, la observación, la encuesta y la entrevista. Los resultados demostraron que el 55,5% de los encuestados observaron que el servicio y la atención al cliente en los negocios informales son buenos. Según el análisis de las opiniones de clientes y propietarios los factores que se deben mejorar para brindar un servicio y atención al cliente de calidad son la deficiente imagen de la infraestructura de los negocios, la inadecuada presentación e imagen del personal que labora en los negocios, la falta de agua casi siempre en las tres parroquias rurales antes mencionadas y la poca oferta de productos en los negocios informales. Se concluye que los negocios informales de Tachina, San Mateo y Camarones no avanzan más como emprendimientos por no haberse invertido en la mejora de los locales, en la capacitación de sus empleados y en el aumento de las ofertas al público visitante.

Palabras clave: servicio al cliente; atención al cliente; negocio informal; economía; trabajo informal.

Abstract

In order to characterize the service and customer service in the informal businesses of the rural parishes of Tachina, San Mateo and Camarones of the Esmeraldas canton, a descriptive investigation was carried out, of quantitative and qualitative scope. The population consisted of 330 clients (56% women and 44% men) and 31 business owners interviewed (72% women and 28% men), and four experts were interviewed. The sample was selected by stratified sampling, analysis and synthesis, dialectic, observation, survey and interview were used as methods and techniques for research. The results showed that 55.5% of respondents observed that service and customer service in informal businesses are good. According to the analysis of the opinions of clients and owners, the factors that must be improved in order to provide a quality service and customer service are the poor image of the business infrastructure, the inadequate presentation and image of the personnel working in the business, the lack of water almost always in the three rural parishes mentioned above and the low supply of products in informal businesses. It is concluded that the informal businesses of Tachina, San Mateo and Camarones do not advance more as undertakings because they have not invested in the improvement of the premises, in the training of their employees and in the increase of the offers to the visiting public.

Keywords: Customer service; customer service; informal business; informal economy; informal work.

Caracterización del Servicio y Atención al Cliente en los Negocios Informales del Cantón Esmeraldas

Al brindar el servicio y la atención al cliente por parte de una empresa o negocio los factores preponderantes son una excelente infraestructura, imagen y precio justo. El cliente a la hora de recibir un servicio busca tener comodidad, seguridad, un ambiente agradable y que sea de calidad; acompañado de una atención cargada de amabilidad, cordialidad, a tiempo, y que contenga un valor agregado.

Según Cottle (2005), el servicio y la atención al cliente es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing.

El servicio y la atención al cliente al ser una importante herramienta del marketing, permite a la empresa o negocio a través de la calidad poder fidelizar a sus clientes y tener mucha demanda de lo que oferta.

De acuerdo a Denton (2000) las características del servicio y la atención al cliente en una empresa son una óptima infraestructura, empatía con el cliente, servicios básicos adecuados, limpieza en todo el negocio, uniformidad de los trabajadores, personal capacitado, instalaciones con una excelente imagen y un letrero estratégicamente ubicado. Las empresas o negocios deben tener un servicio y atención al cliente que presente características que al cliente les pueda satisfacer sus necesidades, estos beneficios van desde una excelente bienvenida hasta un producto de calidad.

El sector informal es el medio más expedito para que los pobres se incorporen a la economía, pero en condiciones de alta

vulnerabilidad y empleo precario; en tales condiciones, es el principal insumo del subempleo (Torres, 2010, p. 8). En Esmeraldas el negocio informal es importante, ya que al no existir fuentes de trabajo las personas optan por crear un negocio pequeño que no les represente mucha documentación, pero que les genere algo de ingresos económicos para poder subsistir con la familia. Al no contar con datos cualitativos y cuantitativos que determinen como se caracteriza el servicio y la atención al cliente en los negocios informales en el cantón Esmeraldas, se investigó este fenómeno en las parroquias rurales de: Tachina, San Mateo y Camarones que pertenecen al cantón Esmeraldas.

En primer lugar, Tachina es una parroquia rural del cantón Esmeraldas, donde se construyeron los puentes en el estuario del río Esmeraldas, los cuales permiten que diariamente exista una gran afluencia de personas de la ciudad de Esmeraldas que visitan este lugar, para degustar los alimentos que se preparan en diferentes negocios informales. Tiene la cercanía al aeropuerto de Esmeraldas "Coronel Carlos Concha Torres", el cual ha sido un aliado estratégico para que la gente pueda realizar una parada en Tachina para servirse los platos que se venden en los negocios ubicados en la vía principal de dicho lugar.

Otros de los lugares donde se efectuó la investigación es San Mateo, ya que las personas al llegar a esta zona por vía terrestre casi siempre se detienen a degustar de los alimentos que se preparan, también en esta área geográfica muchas personas se dedican a la venta de cocadas que es un producto apetecido por propios y extraños.

El tercer lugar donde se desarrolló la presente investigación es Camarones, un área geográfica ubicada cerca del mar, el

cual es visitado por las personas que viene de la ciudad de Esmeraldas y de la zona norte de la provincia de Esmeraldas, zona que se caracteriza por la proliferación de negocios informales dedicados a la venta de comidas.

La actividad económica de las tres parroquias en estudio se centra en la agricultura, la ganadería y la pesca; lo que ha permitido un crecimiento en la economía de los habitantes de esta zona. Ubicados en una vía que conduce a la zona norte, esto ha permitido que las personas puedan acceder con facilidad al consumo de los alimentos que se preparan en los tres lugares antes mencionados, con lo cual se ha podido a través de los negocios informales satisfacer las necesidades de los clientes internos y externos. De esto nace la interrogante ¿Cuáles son las características del servicio y la atención al cliente en los negocios informales del cantón Esmeraldas?

En la presente investigación se pretende caracterizar el servicio y la atención al cliente en los negocios informales del cantón Esmeraldas.

A continuación, se presenta un mapa

del cantón Esmeraldas, en el cual se indica la ubicación de las tres parroquias rurales, donde se realizó la presente investigación.

Método

Se efectuó una investigación cuantitativa, de alcance analítico y descriptivo sobre el servicio y la atención al cliente en los negocios informales de la parroquia rural Tachina, San Mateo y Camarones del cantón Esmeraldas. La población estuvo conformada por 200 clientes en Tachina, 70 clientes en San Mateo y 60 clientes en Camarones que reciben el servicio y la atención, y además 19 propietarios de los negocios en Tachina, 7 propietarios en San Mateo y 5 propietarios en Camarones; en total fueron encuestados 330 clientes (56% mujeres y el 44% hombres), además 4 expertos especializados en servicio y atención al cliente. En la muestra se evidencia que en Tachina hay más clientes encuestados, ya que en esta área geográfica es donde asisten asiduamente más clientes que en las otras parroquias rurales que fueron tomadas para la presente investigación. La investigación se la realizó entre los meses

de enero a Junio 2017, los métodos que se aplicaron la observación de los entrevistados, conocer la percepción del trabajo de la población estudiada, además el teórico dialéctico, análisis y síntesis, para considerar la vinculación de los aspectos relevantes y sociales del objeto de estudio y poder relacionar las valoraciones y unificar esos criterios.

La entrevista se aplicó a 31 propietarios de los negocios informales que diariamente ofrecen el



Figura 1. Ubicación de la zona en estudio: Parroquia rural Tachina, San Mateo y Camarones. Fuente: Elaboración propia.

servicio y la atención a los clientes en los negocios informales, además se aplicó la misma entrevistas 4 expertos (dos de Tachina, uno de San Mateo y uno de Camarones). El cuestionario y la entrevista fueron estructurados utilizando el instrumento aplicado en la tesis de grado de Chacón (2012) con el tema "Servicio al cliente en los restaurantes del municipio de San Pedro La Laguna, departamento de Sololá". Antes de la realización de las encuestas y entrevistas, esos contenidos fueron puestos a consideración y avalados por diferentes especialistas y expertos en el tema de investigación de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas (Pucese).

El análisis estadístico de los resultados se realizó mediante la elaboración y análisis de las distribuciones de frecuencias de los indicadores medidos.

Para explorar la existencia de relaciones entre las opiniones de los clientes sobre los distintos indicadores y las parroquias se utilizaron tablas de contingencia bivariadas donde se muestran las frecuencias observadas y los porcentajes correspondientes, acompañadas por los respectivos gráficos de barras agrupadas.

La validez de contenido del cuestionario aplicado fue establecido por la participación de cuatro expertos, que a partir del objetivo propuesto en el estudio pudieron valorar críticamente las preguntas planteadas inicialmente hasta la transformación de algunos de los ítem en cuanto a su redacción, la eliminación de otros que no aportaban información relevante sobre las características de los negocios informales y la agregación de algunos que aportan información para futuras acciones de una actividad transformadora de los negocios informales en las comunidades rurales del cantón Esmeraldas. Como parte de este proceso se

aplicaron cuatro rondas de participación entre los expertos; en la última de ellas el coeficiente de concordancia de Kendall alcanzó el valor $W = 0,92$, verificándose con la prueba Chi-cuadrado una concordancia estadísticamente significativa entre los expertos (significación bilateral = 0,000). De este modo se verifica la validez de contenido del cuestionario.

Aunque el cuestionario aplicado no tenía la pretensión de otorgar una calificación a los participantes en el estudio, sino caracterizar por separado los indicadores considerados, se efectuó el análisis de la fiabilidad del cuestionario mediante el cálculo del alfa de Crombach. La baja variabilidad de la totalidad de las puntuaciones otorgadas a los indicadores, lo cual se explica lógicamente por el hecho que la competencia existente entre estos pequeños negocios induce un nivel equilibrado en los distintos indicadores medidos. Este factor provoca un valor bajo del coeficiente alfa de Crombach = 0,284. Cuestión que no afecta el empleo del cuestionario para caracterizar individualmente los indicadores considerados.

Resultados

La Figura 2 muestra que la calidad del servicio y localidad en un 55,5% es buena, esto representa que existe una mediana aceptación por parte de los clientes, sin embargo, el servicio debe mejorar los índices de satisfacción, procurando capacitar en temáticas de servicio y atención al cliente permanentemente al personal que trabaja en los negocios.

El 64,8% de los clientes expresaron, sobre el estado de la infraestructura y localidad en los negocios (Ver Figura 3), es buena; esto significa que se deben mejorar aspectos como la imagen de los negocios y del personal para recibir al cliente en un ambiente agradable.

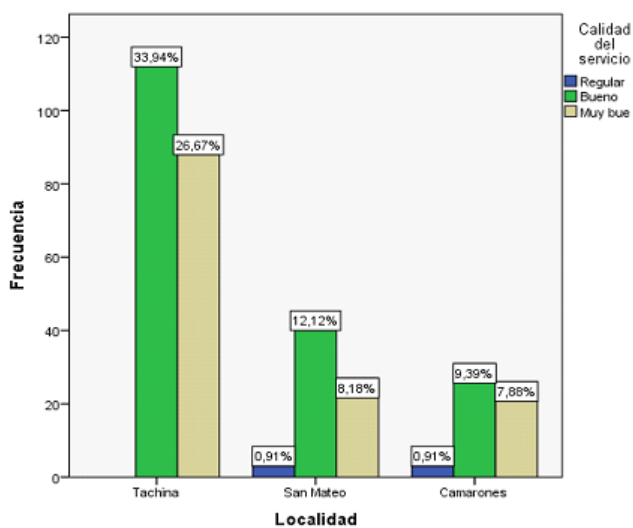


Figura 2. Localidad y calificación de la calidad del servicio y la atención al cliente. Fuente: encuesta realizada.

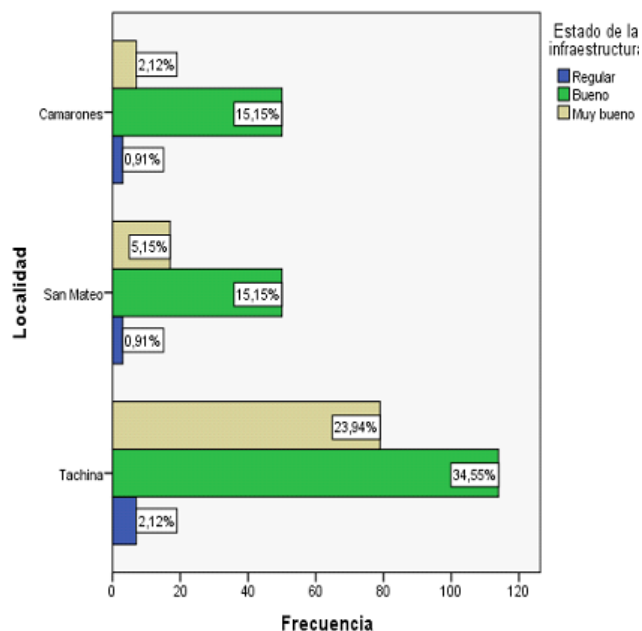


Figura 3. Localidad y estado de la infraestructura. Fuente: encuesta realizada.

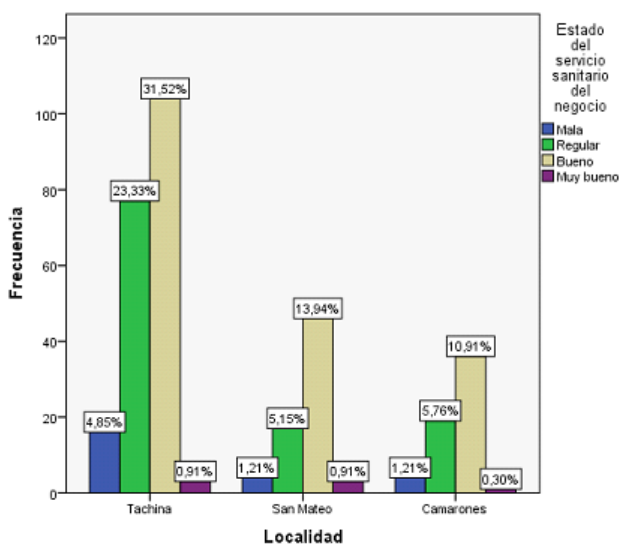


Figura 4. Localidad y estado del servicio sanitario de los negocios informales. Fuente: cuestionario aplicado.

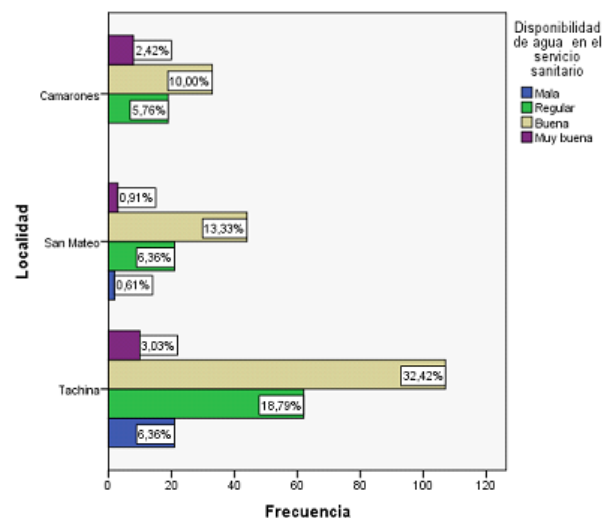


Figura 5. Localidad y disponibilidad de agua en el servicio sanitario de los negocios informales. Fuente: cuestionario aplicado.

Los clientes manifestaron sobre el estado del servicio sanitario de los negocios informales y localidad (Ver Figura 4) que en un 56,4% es bueno y el 34,2% dijo que es regular, lo que significa que se debe mejorar la presentación e higiene para que el cliente se sienta bien y a la vez en un lugar agradable.

Los clientes indicaron sobre la disponibilidad de agua en el servicio sanitario de los negocios informales y localidad en los negocios (Ver Figura 5) que en un 55,8% es buena, y un 30,9% expresó que es regular, lo que significa que los negocios deben procurar tener agua permanentemente en el servicio sanitario,

para que el cliente se encuentre con un ambiente cómodo y saludable.

El 54,85% de los propietarios de los negocios informales entrevistados que la calidad de la capacitación recibida por el personal es regular y el 32,25% que es buena (Ver Figura 7), lo que significa que se debe impartir cursos con temáticas que ayuden a mejorar la atención y sobretodo que sean planteados desde las necesidades del personal que brinda el servicio al cliente.

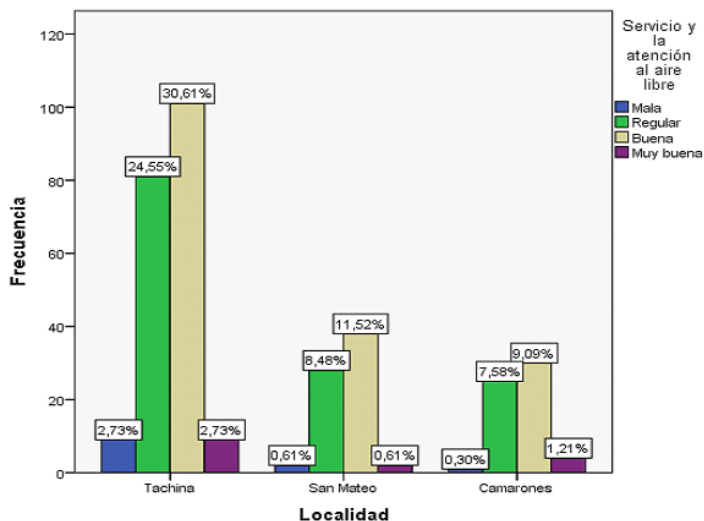


Figura 6. Localidad y calificación del servicio y atención al aire libre en los negocios informales. Fuente: encuesta realizada.

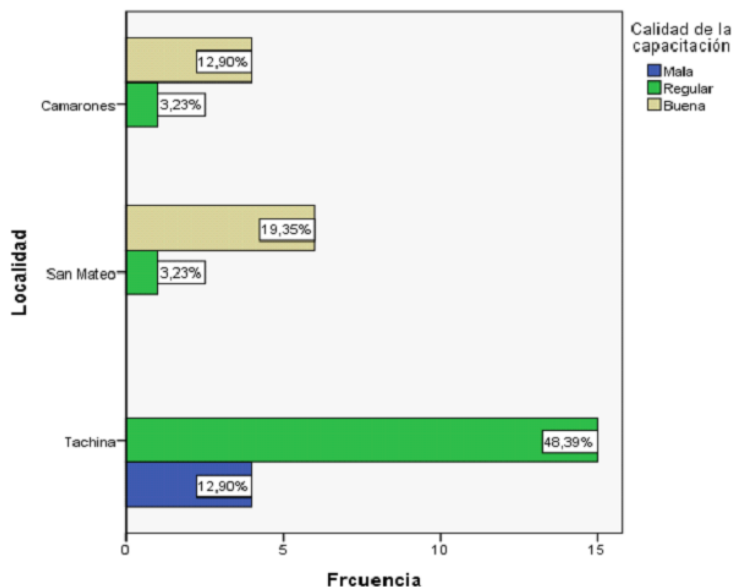


Figura 7. Calidad de la capacitación recibida y Localidad. Fuente: entrevista realizada.

El 56,4% de los clientes expresó que es bueno y el 40,6% manifestó que es regular el servicio y atención y atención al aire libre en los negocios informales y localidad (Ver Figura 6), lo que significa que se debe adecuar el entorno del negocio para ofrecer un servicio y atención de calidad.

Discusión

La presente investigación, dirigida a caracterizar el servicio y la atención al cliente en los negocios informales en la parroquia rural Tachina, San Mateo y Camarones, permitió conocer los aspectos más débiles sobre esos temas.

La limpieza, una buena infraestructura, una imagen apropiada del personal, excelente agua potable y la calidad de la oferta que tengan los negocios informales son aspectos centrales, ya que el cliente los percibe a la hora de recibir un producto o servicio. Para Paz (2005), los elementos como la calidad de la oferta, la infraestructura y la limpieza del negocio son aspectos importantes a la hora de que el cliente reciba el servicio y la atención en cualquier empresa o negocio, esto es similar a los resultados obtenidos en la presente investigación donde se indica que el servicio y la atención al cliente deben estar acompañados de una buena oferta hasta una infraestructura adecuada.

El 54,85% de los propietarios de los negocios informales entrevistados que la calidad de la capacitación recibida por el personal es regular y el 32,25% que es buena (Ver Figura 7), lo que significa que se debe impartir cursos con temáticas que ayuden a mejorar la atención y sobretodo que sean planteados desde las necesidades del personal que brinda el servicio al cliente.

En el estudio de Chacón (2012) descrito en la tesis de grado "Servicio al cliente en los restaurantes del municipio de San Pedro La Laguna, departamento de

Sololá”, se determinaron aspectos coincidentes con la presente investigación como muy poca higiene en la preparación de los alimentos porque no es adecuado el lugar donde se los prepara, además no existe un espacio idóneo para el servicio y la atención del cliente, por último no hay una identificación del negocio, es decir, el nombre del negocio.

Chacón busca con su investigación, dar a conocer que la imagen del negocio y la limpieza de este son aspectos relevantes a la hora de evaluar el servicio y la atención al cliente, además que la imagen del personal que atiende al cliente sea impecable y a la vez que la información que entreguen a los clientes sea la apropiada; con lo cual se podrá obtener un servicio y atención al cliente de óptima calidad. Con la presente investigación se pretende conocer las características relevantes del servicio y la atención al cliente en los negocios informales como la limpieza y salubridad, imagen de la infraestructura, servicios básicos, la innovación en nuevas ofertas de productos, además la preparación del personal que labora en los negocios.

Al caracterizar el servicio y la atención al cliente en los negocios informales, se pretende ver el valor que tiene para la buena imagen del establecimiento su limpieza y salubridad en lo que se ofrece y el proveer de una información adecuada a los clientes. Es necesario enfatizar, además, que el agua debe ser permanente en los servicios sanitarios y que el negocio debe estar constantemente innovando con nuevas ofertas de productos.

En la investigación de Enríquez (2011) sobre el servicio al cliente en restaurantes del centro de Ibarra, “estrategias de desarrollo de servicios”, se indica que los propietarios o administradores no han preparado o capacitado a su personal en estrategias apropiadas para el servicio y la

atención al cliente, además no han tenido aplicado mecanismos para mejorar la imagen tanto del negocio como de su personal y por último no han invertido para la compra de nuevos mobiliarios, equipos y adquisición de uniforme para el personal.

Según Serrano (2010) en su investigación sobre análisis de las características generales del sector informal en el Ecuador – segmento pequeños comercios, indica que los informales no han desarrollado sistemas de asociatividad que les permitirían ser más competitivos, ampliar sus negocios y reducir sus costos. No tienen registros contables ni de clientes o proveedores.

La presente investigación permitió dar a conocer la realidad del servicio y la atención al cliente en los negocios informales de la parroquia rural Tachina, San Mateo y Camarones; y a la vez poder presentar una propuesta para mejorar los aspectos negativos del servicio y atención al cliente, que permita mejorar la imagen de los negocios informales de estos lugares del cantón Esmeraldas.

En cuanto a la participación de las mujeres en los negocios informales en estas localidades rurales se aprecia que un 72 % de los propietarios son mujeres, cifra cercana al establecido por un estudio realizado por la ONU (2016) que indica que el 80% de las mujeres se dedican al trabajo informal, lo que es una manifestación de las barreras culturales que aún prevalecen en nuestra sociedad que limitan la participación de las mujeres en los empleos formales.

Conclusiones

Las características del servicio y atención al cliente en los negocios informales de las parroquias rurales Tachina, San Mateo y Camarones es bueno, al tiempo que manifiestan la insatisfacción por la falta de agua en los servicios

sanitarios, con el aporte del personal para vender una mejor imagen, con la infraestructura de los negocios, con la variedad de la oferta gastronómica existente y con el aspecto estético de los negocios al aire libre.

A los negocios informales les falta brindar un servicio y atención de calidad, que les permita fidelizar al cliente y, a la vez que este sea porta voz de los beneficios que ofrecen, para de esa manera incrementar su clientela.

A los negocios informales les falta brindar un servicio y atención de calidad, que les permita fidelizar al cliente y, a la vez que este sea porta voz de los beneficios que ofrecen, para de esa manera incrementar su clientela.

Los impactos de los planes de capacitación realizados sobre atención al cliente no han sido efectivo al no inducir la transformación de los negocios informales hacia un nivel superior que junto a la calidad de los platos populares se entregue el mensaje de lo mejor de la cultura ecuatoriana.

Los negocios informales de estas parroquias se caracterizan por estar mayoritariamente administrados por mujeres.

Por último, de los resultados obtenidos nace la necesidad de investigar sobre el análisis de la estructura económica de los negocios del cantón Esmeraldas, específicamente en las parroquias rurales Tachina, San Mateo y Camarones.

Referencias

- Cottle, D. (2005). En servicio centrado en el cliente, Madrid – España, Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Chacón, E. (2012), Servicio al cliente en los restaurantes del municipio de San Pedro La Laguna, Departamento de Sololá, Tesis de grado para optar por el título de Licenciado en Administrador de Empresas, Universidad Rafael Landívar – Quetzaltenango, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales – Carrera de Administración de Empresas. Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2012/01/01/Chacon-Ever.pdf>
- Denton, K. (2000), Calidad en el servicio a los clientes, Madrid, España: Díaz de Santos S.A.
- Enríquez, J. (2011). El servicio al cliente en restaurantes del centro de Ibarra. Estrategias de desarrollo de servicios. (Tesis de grado para optar por el título de Magister en Administrador de Negocios, Universidad Técnica del Norte – Ibarra – Ecuador). Instituto de Postgrado – Maestría en Administración de negocios. Recuperado de:
<http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/2380/4/TFLACSO-2010ATG.pdf>
- Organización de Naciones Unidas. (2016), “Empoderamiento económico de mujeres”. Recuperado de: <http://www.elsalvador.com/noticias/negocios/200865/el-80-del-trabajo-de-las-mujeres-es-informal/>
- Paz, R. (2005), La comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente, Madrid – España, Editorial Ideaspropias S.L., 10.
- Paz, R. (2007), Atención al cliente, Madrid – España, Editorial Ideaspropias, 1era. Edición
- Serrano, A. (2010), Análisis de las características generales del sector informal en el Ecuador – segmento pequeños comercios, Universidad FLACSO – Quito – Ecuador, Instituto de

CARACTERIZACIÓN DE NEGOCIOS INFORMALES, CANTÓN ESMERALDAS

Postgrado, Maestría en economía con mención en gestión empresarial. Recuperado de:
<http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/2380/4/TFLACSO-2010ATG.pdf>

Torres, A. (2010/06), Análisis de las características generales del sector informal en el Ecuador – segmento pequeños comercios, Universidad FLACSO, Maestría en economía mención gestión empresarial. Recuperado de:
<http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/2380/4/TFLACSO-2010ATG.pdf>