

Artículo Original

Caracterización del Servicio y Atención al Cliente en los Negocios Informales Ubicados  
en la Parroquia Rural Tachina

Characterization of the Service and Customer Support in the Informal Businesses  
Located in the Tachina Rural Parish

Freddy L. Betancourt Aguilar

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](mailto:freddy.betancourt@pucese.edu.ec)

Fecha de recepción: 12 de diciembre de 2016

Fecha de aceptación: 13 de febrero de 2017

¿Cómo citar este artículo? (Normas APA)

Betancourt Aguilar, F.L. (2017). Caracterización del Servicio y Atención al Cliente en los Negocios Informales Ubicados en la Parroquia Rural Tachina. *Revista Científica Hallazgos21*, 2 (1), 1-7. Recuperado de <http://revistas.pucese.edu.ec/hallazgos21/>

Revista Científica Hallazgos21. Periodicidad: cuatrimestral (marzo, julio, noviembre).

Director: José Suárez Lezcano. Teléfono: 2721459, extensión: 163.

Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Esmeraldas. Calle Espejo, Subida a Santa Cruz, Esmeraldas. CP 08 01 00 65. Email: revista.hallazgos21@pucese.edu.ec. <http://revistas.pucese.edu.ec/hallazgos21/>

## SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LOS NEGOCIOS INFORMALES

### Resumen

Para caracterizar la actual situación que se presenta en el servicio y atención al cliente en la parroquia rural de Tachina por parte de los negocios informales, se realizó un estudio cuantitativo que permitiera describir la situación en esos negocios informales. El estudio se realizó entre los meses de septiembre y noviembre de 2016. La población estuvo conformada por 200 clientes que reciben el servicio y la atención, y 15 propietarios de los negocios. Utilizamos como métodos empíricos la observación y la medición y teóricos el análisis y síntesis, y el dialéctico, y como técnicas la encuesta y la entrevista. De igual forma, usamos métodos de recolección de datos estadísticos y numéricos. Los resultados demostraron que el 42% de los encuestados observaron que el personal que labora en los negocios informales no brinda una información apropiada a la hora de ofrecer el servicio y la atención al cliente. Los factores que más influyen en el adecuado servicio y atención al cliente son la deficiente imagen de la infraestructura de los negocios, la no adecuada presentación e imagen del personal que labora en los negocios, la falta constante de agua y la poca oferta de productos en esos negocios informales de la parroquia rural de Tachina. Se concluye que, aunque de forma general el servicio y la atención al cliente es buena, se evidencia la falta de agua para mejorar los servicios sanitarios, y se sugiere incrementar la oferta de productos para que el cliente tengan una variedad de donde elegir.

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

### Abstract

In order to characterize the current situation that is presented in the service and customer support in the rural parish of Tachina by informal businesses, a quantitative study was carried out to

describe the situation in these informal businesses. The study was conducted between September and November 2016. The population was made up of 200 clients who receive the service and support, and 15 business owners. We used the empirical methods of observation and measurement and the theoretical methods of analysis and synthesis, the dialectic, and as techniques the survey and the interview. Likewise, we used methods of collecting statistical and numerical data. The results showed that 42% of the respondents observed that the staff working in informal businesses do not provide adequate information when it comes to providing service and customer support. The factors that most influence the proper service and customer support are the poor image of the business infrastructure, the inadequate presentation and image of the staff that work in the business, the constant lack of water and the lack of products supply in those informal businesses of the rural parish of Tachina. It is concluded that, although the service and customer support is generally accepted, there is evidence of a lack of water to improve health services. It is suggested to increase the products supply so that the customer has a variety to choose from.

**Keywords:** customer service; customer support; informal business; informal economy.

### Caracterización del servicio y atención al cliente en los negocios informales ubicados en la parroquia rural Tachina

El servicio y la atención al cliente son importantes a la hora de recibirlo por una empresa o negocio, ya sea porque se oferte un producto o servicio. 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

### SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LOS NEGOCIOS INFORMALES

amabilidad, cordialidad, a tiempo, y que contenga un valor agregado.

Según Sánchez (2011) indica que "para comenzar con buen pie en el desarrollo de un servicio y atención es vital una buena y agradable acogida del cliente. (p 81)

Por su parte Ongallo (2012) expresa que "la persona que brinda el servicio y atención al cliente, es el que en todo momento es cordial, amable, agradable y respetuoso" (p. 52)

De acuerdo a Paz (2005) expresa que "el servicio y atención al cliente no es una decisión optativa sino un elemento imprescindible para la existencia de la empresa y constituye el centro de interés fundamental y la clave de su éxito o fracaso" (p. 10)

Sánchez (2011) indica que "dentro de una empresa lo importante es que el servicio y la atención al cliente sean excelentes, ya que de esa manera la organización podrá tener una mejor demanda de sus productos y/o servicios" (p. 37)

Cottle (1991) manifiesta que "el servicio y la atención al cliente es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo" (p. 26)

Analizando estas conceptualizaciones, se describe que el servicio y la atención al cliente es un conjunto de acciones relacionadas entre sí, que se brindan al cliente con el fin de que reciba un producto, servicio o bien en condiciones adecuadas y que permita la satisfacción plena del que lo demanda.

El cliente como un ente que recibe el servicio y atención tiene condiciones plenas para determina si lo que está recibiendo es un buen producto o servicio, es decir, tiene la facultad de evaluar y calificar las características de lo demandado.

Las empresas o microempresas tienen varias estrategias de atracción para el cliente, sabiendo que ellos son la razón de ser del negocio, ya que habiendo clientes las empresas se van a sostener y desarrollar para seguir brindado un producto y servicio acompañado de una atención amable distinguiéndose por el valor agregado que entregan a cada uno de los clientes.

Según Guerra (2005) dice que: La economía informal o negocio informal es el nombre que se le da a un gran número de actividades que están catalogadas dentro del sector informal de la economía. Generalmente, este tipo de actividades no cumplen con ciertas características económicas y administrativas propias de una economía formal (por ejemplo, no utilizan tecnologías complejas ni formas avanzadas de producción, no tienen una división del trabajo establecida, no están constituidas jurídicamente como las empresas modernas, y tienen distintos tipos de relaciones laborales al mismo tiempo). (p. 29)

De acuerdo Camargo (2005) expresa que "la economía informal o negocio informal son las actividades productivas y económicas que eluden la regulación legislativa y que, por tanto, no están sujetas al control fiscal y contable del Estado ni participan en los circuitos estadísticos ni fiscales". (p. 13)

El servicio y atención al cliente en los negocios informales de la parroquia rural Tachina deben ser acompañados de amabilidad, gentileza, salubridad, excelente imagen del negocio, amplitud, buena presentación del producto y una buena imagen del personal que trabaja en el negocio. De esa manera se podrá ofrecer un servicio y atención al cliente efectivo, es decir, con eficiencia, eficacia alcanzando la calidad. Es nuestro objetivo con el presente estudio el caracterizar el servicio y atención al cliente en los negocios informales

### SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LOS NEGOCIOS INFORMALES

ubicados en la parroquia rural Tachina, del cantón Esmeraldas.

#### Método

Se realizó una investigación cuantitativa, de alcance descriptivo sobre el servicio y la atención al cliente en los negocios informales de la parroquia rural Tachina, del cantón Esmeraldas. La población de estudio fueron 200 clientes y 15 propietarios de los negocios. Como métodos investigativos se aplicó el empírico, para que, a través de la observación de los entrevistados, conocer la percepción del trabajo de la población estudiada, y los métodos teóricos dialéctico y 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.

Se aplicó una entrevista como instrumento de investigación, a los 15 propietarios de los negocios informales que diariamente ofrecen el servicio y la atención a los clientes en los negocios informales.

Los contenidos de las encuestas (aplicadas a los 200 clientes) y de las entrevistas (realizadas a los 15 propietarios de negocios) 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.

#### Resultados

La Tabla 1 muestra que el 58% de los clientes de los negocios informales que fueron encuestados

Tabla 1

Opinión de los clientes sobre la limpieza de los negocios informales ubicados en la parroquia rural Tachina

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
EXCELENTE	12	6
BUENO	72	36
REGULAR	105	52,5
MALO	11	5,5
TOTAL	200	100

Fuente: Encuesta.

manifestaron que la limpieza es regular o mala, tanto en el interior como en el exterior de los negocios.

Los clientes expresaron que la infraestructura de los negocios (Ver Figura 1), era en un 67,5% regular y mala, ya que no presenta una imagen adecuada para recibir a sus clientes, además no tienen un letrero que lo identifique con un nombre al negocio y por último no existe un espacio prudencial para atender a las personas.

El 73,5% de los clientes encuestados manifestaron que la higiene y limpieza en los servicios sanitarios de los negocios

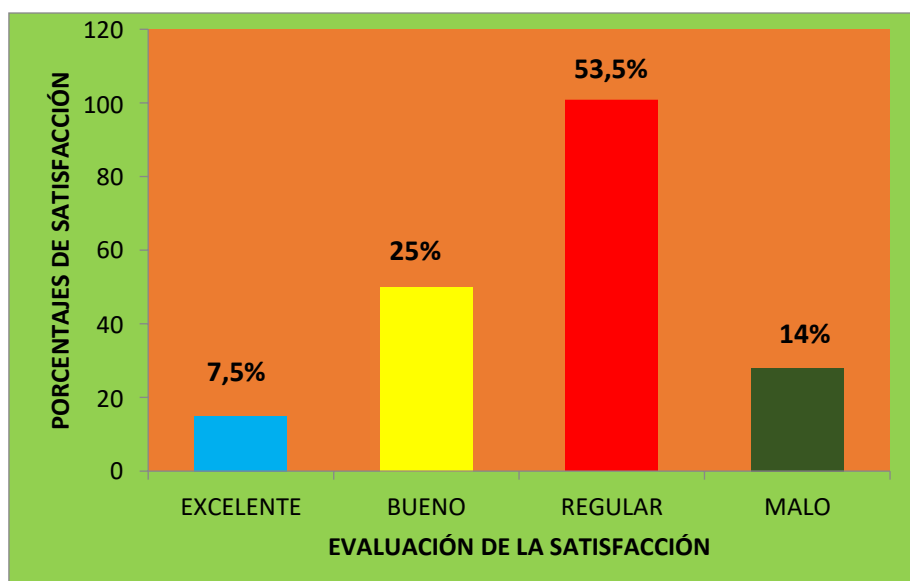
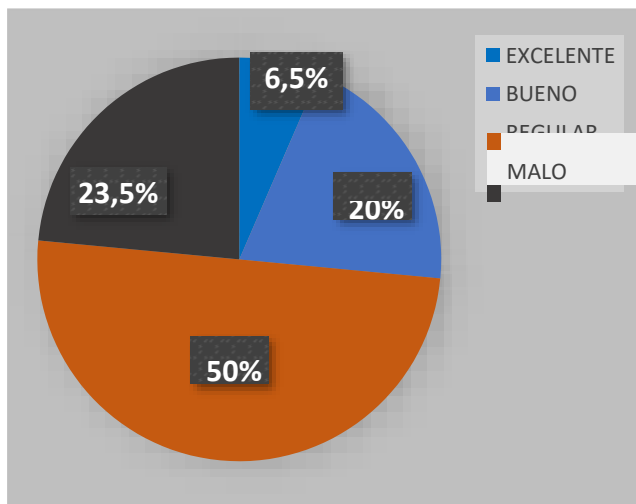


Figura 1. Calificación de la calidad de la infraestructura de los negocios informales en la parroquia rural Tachina.

**SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LOS NEGOCIOS INFORMALES**

informales de la parroquia rural Tachina está entre regular y mala, y esto se debe a la falta permanente de agua en este lugar dentro de los negocios (Ver Figura 2).



**Figura 2.** Evaluación de la higiene y limpieza en los servicios sanitarios de los negocios informales de la parroquia rural Tachina. Fuente: Encuesta.

Según las respuestas dadas (Ver Tabla 2), el 54% de los clientes encuestados expresaron que la oferta de los productos de

**Tabla 2**

Calificación de los clientes sobre la oferta de productos en los negocios

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Excelente	32	16
Bueno	60	30
Regular	80	40
Malo	28	14
Total	200	100

Fuente: Encuesta.

parte del negocio es regular y malo, ya que la oferta no es variada ni tampoco hay innovación para presentar nuevos productos a los clientes.

**Discusión**

La presente investigación, dirigida a caracterizar el servicio y la atención al cliente en los negocios informales de la parroquia rural Tachina, permitió conocer los aspectos menos fuertes sobre esos temas en este lugar del cantón Esmeraldas.

La limpieza, una buena infraestructura, 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. Según Paz (2005), 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.

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 la poca higiene en la preparación de los alimentos, por no ser adecuado el lugar donde se les prepara, no existir un espacio idóneo para el servicio y la atención al cliente y por no haber una identificación del negocio, es decir, no estar visible 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 debe impecable y que la información que entreguen a los clientes sea la apropiada. Sólo así se podrá brindar un servicio y atención al cliente de óptima calidad.

Con la presente investigación, al caracterizar el servicio y la atención al cliente en los negocios informales, se pretende hacer ver el valor que tiene para la buena imagen del establecimiento su limpieza y salubridad en lo que se ofrece y

### **SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LOS NEGOCIOS INFORMALES**

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 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 uniformes para el personal.

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, y a

la vez poder presentar una propuesta para mejorar los aspectos negativos del servicio y atención al cliente, que permita fortalecer la imagen de los negocios informales de este lugar en la provincia de Esmeraldas.

### **Conclusiones**

Los resultados del estudio demuestran que el servicio y la atención al cliente en los negocios informales de la parroquia rural de Tachina, en el cantón Esmeraldas es aceptable, pero se evidencia la falta de agua para mejorar los servicios sanitarios, además de necesitar el presentar al cliente una imagen adecuada de la infraestructura de los negocios e incrementar la oferta de productos para que el cliente tengan una variedad de donde elegir.

### Referencias

- Camargo, D. (2005). Actividades económicas informales y tributación, Lima – Perú. Editorial B-EUMED.
- Chacón, E. (2012). Servicio al cliente en los restaurantes del municipio de San Pedro La Laguna, Departamento de Sololá. Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2012/01/01/Chacon-Ever.pdf>
- Cottle, D. (1991). El servicio centrado en el cliente, Madrid – España, Editorial Díaz de los Santos, p. 26.
- Enríquez, J. (2011). El servicio al cliente en restaurantes del centro de Ibarra. Estrategias de desarrollo de servicios. Recuperado de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/2380/4/TFLACSO-2010ATG.pdf>
- Guerra, A. (2005). Gerencia pública y economía informal, Lara – Venezuela. Editorial Eumed.net
- Ongallo, C. (2012). La atención al cliente y el servicio posventa. Madrid – España, Editorial Díaz de Santos, p. 52.
- Paz, R. (2005). La comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente, Madrid – España, Editorial Ideaspropias S.L., p. 10.
- Sánchez, A. (2011). Servicio y atención al cliente en restaurante, Andalucía – España, Editorial IC; pp. 37 y 81.