



UNIVERSIDAD
DE PIURA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

**Implementación de un procedimiento para mejorar la
calidad de atención al cliente en un contexto de reclamos
en Estación de Servicios San José I**

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título de
Licenciado en Administración de Empresas

Leslie Katherine Villaseca Calderón

Revisor(es):
Mgtr. Daniel Ernesto Dulanto Jo

Piura, agosto de 2021



El presente trabajo se lo dedico a Dios por protegerme y guiarme en todo momento, a toda mi familia por su apoyo incondicional y a mis profesores Daniel Dulanto y María Mercedes Henríquez, por compartir sus aprendizajes y brindarme su ayuda en el desarrollo de este trabajo.





Resumen

La atención al cliente es una actividad llevada a cabo en todas las empresas, cuyo objetivo es satisfacer las necesidades de sus clientes, todo el esfuerzo de la organización debe orientarse al agente más importante que es el cliente. Este valor agregado permite que la empresa sea altamente competitiva y al mismo tiempo aumenta su productividad (Najul, 2011).

Estación de Servicios San José SAC es un grupo familiar con más de 20 años en el rubro y con 13 estaciones de servicios, dedicadas a la venta de combustibles al por menor, lubricantes, llantas Michelin, market, servicio de alquiler de vehículos y ofrece servicios de lavado y cambio de aceite automotriz. La estrategia de esta organización es asegurar los más altos estándares de calidad con un servicio de atención personalizada en cada una de sus sedes.

El cliente es quien requiere de los bienes y servicios de la organización, por eso, el enfoque de esta empresa se basa en conocer al cliente, sus requerimientos y expectativas pues es su principal fuente de ingreso económico, de su valoración positiva depende su permanencia en el mercado (Perez, 2006). Los colaboradores de esta organización están capacitados para comunicar y transmitir la misión de la empresa, a través de estrategias operativas y comerciales. Esto permite que la interacción entre cliente-colaborador sea transparente y agradable. Por otra parte, no solo proyecta una imagen positiva de la empresa sino que inspira a los trabajadores a comprometerse con la empresa.

La estación está a la vanguardia de los cambios para poder implementar y mejorar sus procesos con la finalidad de atraer nuevos clientes, fidelizar a sus clientes actuales y ofrecerles una atención de calidad. Este trabajo implementa un procedimiento que consta de 6 pasos para mejorar la atención, ante los reclamos de los clientes respecto al producto o servicio obtenido en la organización.

A través de esta mejora, se busca brindar soporte a la gestión de quejas y reclamos para que sus clientes sientan el respaldo y la satisfacción de que la empresa se preocupa por ofrecerles un producto y servicio de calidad. Con ello, Estación de Servicios San José SAC genera experiencias positivas a sus consumidores y establece relaciones duraderas que le permite tener una ventaja competitiva frente a los competidores.



Tabla de contenido

Introducción.....	11
Capítulo 1 Aspectos generales.....	13
1.1 Descripción de la empresa.....	13
1.1.1 <i>Ubicación</i>	13
1.1.2 <i>Actividad</i>	13
1.1.3 <i>Misión y visión de la empresa</i>	13
1.1.4 <i>Organigrama</i>	13
1.2 Descripción general de la experiencia profesional.....	15
1.2.1 <i>Actividad profesional desempeñada</i>	15
1.2.2 <i>Propósito del puesto</i>	15
1.3 Producto o proceso que es objeto del informe.....	16
1.4 Resultados concretos logrados.....	17
Capítulo 2 Fundamentación.....	19
2.1 Teoría y la práctica en el desempeño profesional.....	19
2.1.1 <i>Atención al cliente</i>	19
2.1.2 <i>Calidad en el servicio</i>	19
2.1.3 <i>Atención de reclamos</i>	20
2.2 Descripción de las acciones, metodologías y procedimientos.....	20
Capítulo 3 Aportes y desarrollo de experiencias.....	23
3.1 Aportes.....	23
3.2 Desarrollo de experiencias.....	23
Conclusiones	25
Recomendaciones	27
Lista de referencias.....	29
Apéndices	31
Apéndice A. Ubicación de las estaciones.....	33
Anexos.....	35
Anexo 1. Currículum vitae	37



Lista de figuras

Figura 1. Organigrama de Estación de Servicios San José14





Introducción

El mercado y las exigencias de los clientes han hecho que la calidad de la atención al cliente sea un tema de gran interés hoy en día, no importa si la empresa es pequeña, mediana o grande. Sin sus clientes, el rol de la empresa no tendría sentido pues el objetivo de toda organización es producir bienes o servicios que satisfagan las necesidades de los clientes. Por tanto, deben elaborarse estrategias que permitan crear una propuesta de valor a partir de los requerimientos y expectativas de su clientela.

Estación de Servicios San José, es una empresa familiar que es consciente de lo importante que es el cliente, ya que de este depende su rentabilidad, eficiencia y su solidez en el mercado. Es evidente que una de las principales formas de generar valor agregado es conociendo a sus clientes y para ello siempre está pendiente de aprovechar el mayor número de fuentes de información.

La atención de los reclamos es un pilar muy importante a tener en cuenta, debe verse como una oportunidad y no como un problema. Es la fuente de información más valiosa con la que la empresa puede contar, aquí las personas pueden comunicar sus peticiones, expectativas, quejas o reclamos respecto al producto o servicio que se le brinda. Por lo que se considera pertinente establecer estrategias que permitan corregir o eliminar estos inconvenientes que se puedan presentar.

Debido a que no existía un procedimiento para poder atender los reclamos, la autora de este trabajo de investigación decide establecer un procedimiento para mejorar la calidad en la atención de reclamos, basado en 6 pasos. Como resultado de este plan de acción no solo se logra reducir el número de reclamos, sino también se obtiene una ventaja competitiva en la relación con el cliente. Además, se pudo recuperar la confianza de los clientes y aumentar el número de la cartera de clientes.

Este trabajo está compuesto por el capítulo 1 en el cual se hace una presentación breve de la empresa, la experiencia laboral, se establece el objeto de este informe y los resultados precisos logrados. En el capítulo 2 se sustenta el objeto del informe fundamentado en bases teóricas precisas y describe el procedimiento para el logro de los objetivos planteados. En el capítulo 3 se precisan los aportes y experiencias en el procedimiento aplicado. Finalmente, se describen conclusiones y se hacen algunas recomendaciones para tener en cuenta con los trabajadores de la empresa.



Capítulo 1

Aspectos generales

1.1 Descripción de la empresa

La sede principal, tiene más de 50 colaboradores en sus diferentes áreas. Cuenta con un market, taller, oficina de alquiler de vehículos y una tienda de llantas. Razón por la cual sus ingresos son un factor muy importante para la rentabilidad de la empresa.

1.1.1 Ubicación

La sede principal se ubica en la ciudad de Piura Esquina entre Prolongación Grau 1602 con Jr. Las Lomas. Además, cuenta con 12 sedes adicionales situadas en Chiclayo, Lima, Piura y Trujillo (Ver apéndice 1).

1.1.2 Actividad

Estación de Servicios San José SAC tienen como principal actividad la venta de combustibles a través de surtidores, además se ofrecen en las instalaciones otros servicios como market, alquiler de vehículos, venta de llantas, repuestos, lubricantes y aditivos; servicios de lavado, cambio de aceite, mecánica, pintura y mantenimiento de vehículos.

La estación está liderada por una administradora que se encarga de planificar, organizar, dirigir y controlar las ventas y cobranzas de los clientes, así como mantener el óptimo funcionamiento de todas las instalaciones, máquinas y equipos. Además, debe motivar y transmitir la misión de la empresa a su grupo de colaboradores para poder ofrecer un servicio de calidad.

1.1.3 Misión y Visión de la empresa

Misión: Somos una empresa comprometida en brindar productos y servicios de calidad en la venta de combustibles, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes a través de la capacitación continua de nuestros trabajadores (elaboración propia para fines del TSP).

Visión: Ser reconocida como una empresa líder y sostenible en el mercado, que ofrece productos y servicios con altos estándares de calidad (elaboración propia para fines del TSP).

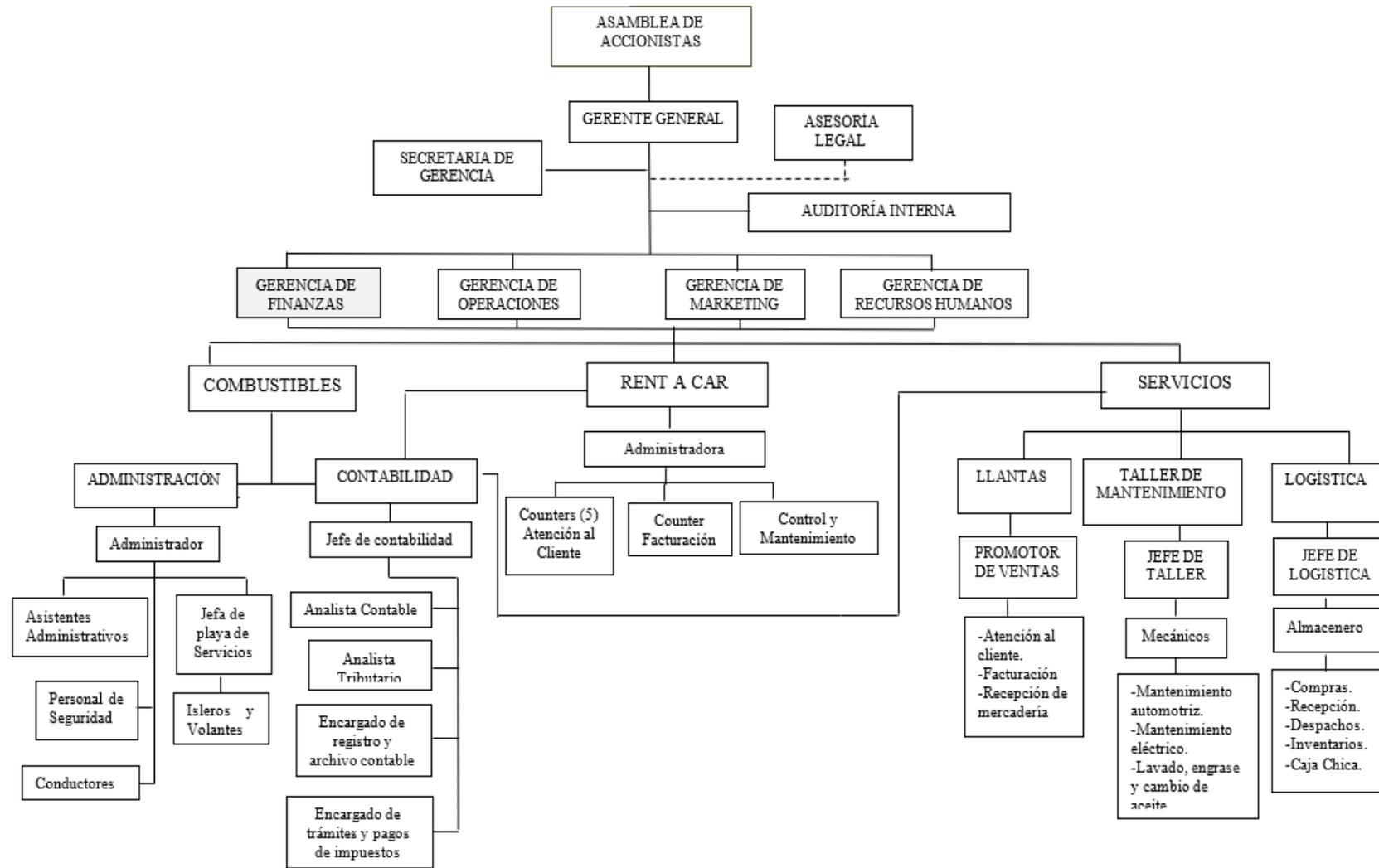
1.1.4 Organigrama

Según su forma, la organización en Estación de Servicios San José SAC es vertical porque su estructura jerárquica es de arriba hacia abajo, donde la máxima autoridad se ubica en la parte superior del organigrama y a partir de ella se desencadenan los demás cargos y funciones para cada trabajador según su nivel de autoridad.

Por su contenido, es funcional porque indica las funciones que debe realizar cada área y cuáles son sus respectivas relaciones. Del mismo modo, permite establecer objetivos claros y asignar responsables en cada área.

Figura 1

Organigrama de Estación de Servicios San José



Nota. Elaboración propia para fines del TSP

1.2 Descripción general de la experiencia profesional

La autora de este trabajo, empieza como practicante profesional en diciembre del año 2018 en el área administrativa, luego de 6 meses obtuvo contrato como asistente administrativa y posteriormente, fue ascendida al área de facturación donde se encuentra laborando actualmente.

1.2.1 Actividad profesional desempeñada

Como asistente administrativa con el cargo de facturación, es responsable del buen funcionamiento de las actividades generales de la oficina para asegurar el cumplimiento de objetivos operativos, estratégicos y financieros de la organización. Así también, lleva a cabo diferentes tareas administrativas con la finalidad de brindar soporte a los directivos.

Entre las responsabilidades que se tienen a cargo, se encuentran:

- Atender al cliente para cualquier requerimiento.
- Cuadre diario de Siges vs Cem.
- Ingresar facturas de descarga de combustibles líquidos y gaseosos.
- Facturar al crédito y/o contado de manera diaria, semanal, quincenal y mensual.
- Conteo y envío al banco del dinero de la venta de grifo y market.
- Controlar y revisar los créditos con los clientes.
- Controlar documentos contables para su uso y control.
- Participar en la realización de inventarios mensuales.
- Revisar descuentos del personal operativo.
- Clasificar y registrar la documentación contable.
- Revisar y verificar las planillas de combustible de la PNP.
- Gestionar los correos electrónicos, correspondencias y llamadas.
- Solicitar suministros para la reparación de los equipos de oficina.
- Elaborar informes cada cierto periodo de las actividades realizadas.
- Realizar cualquier otra tarea afín que le sea asignada.
- Atender reclamos.

1.2.2 Propósito del puesto

La finalidad de este trabajo es asegurar el cumplimiento y control de todas las actividades necesarias para el correcto registro de los consumos y saldos de los clientes de crédito y contado, así como la oportuna facturación de sus consumos.

En los dos años de experiencia alcanzada por la autora, se ha logrado incrementar las ventas, aumentar la cartera de clientes y por ende los ingresos de la organización, a través de la buena atención, seguimiento y relación con los clientes (fidelización).

Existe una serie de factores claves que han permitido realizar de manera eficiente las diferentes funciones del puesto, entre ellos:

- Atención al cliente: la misión de la empresa se centra en ofrecer un servicio de calidad que genere una experiencia, hace que el cliente no solo regrese, sino también que los recomiende. Por eso, constantemente se ofrece un trato educado, servicial y cordial.
- Organización: siempre se plantean métodos que faciliten el desarrollo de todas las funciones del área, con el propósito de alcanzar el objetivo común que es desarrollar las funciones en el menor tiempo, al menor costo y hacer bien lo que se desarrolla.
- Control: es una de las funciones principales que permite evaluar la eficacia de las tareas realizadas y que estén alineadas con lo propuesto por la empresa.
- Ejecución: es importante asignar funciones para que todos puedan contribuir y alcanzar el objetivo organizacional.

1.3 Producto o proceso que es objeto del informe

Implementar un procedimiento para mejorar la calidad en la atención de reclamos. La finalidad es hacer notar al cliente que su opinión es importante y que puede confiar en el servicio de atención a la clientela.

- Dirigir al área de administración de manera inmediata para conversar en un lugar privado y sin que el problema se vea expuesto a los demás.
- Saludarle de manera cordial y dejar que se calme para que pueda entrar en razón.
- Escucha activa, dejar de hacer lo que se estaba realizando y escucharlo sin interrumpir para entender, mirándolo a los ojos para mostrar empatía, interés y preocupación para ayudarlo de la mejor manera posible.
- Disculparse es un paso muy importante para hacer sentir al cliente que es escuchado y agradecerle al mismo tiempo por su opinión pues ayudará a realizar mejoras en la empresa.
- Dar una solución personalizada y llegar a un acuerdo de tal manera que se vaya conforme con el servicio.
- Despedida cordial.

Se llevan a cabo de manera semanal reuniones para mejorar la atención del cliente, entre los temas está la atención de reclamos y se comenta que problemas ha tenido en esa semana cada sede, para darle solución a ello.

Entre los reclamos comentados en la sede principal, se mencionaron los siguientes:

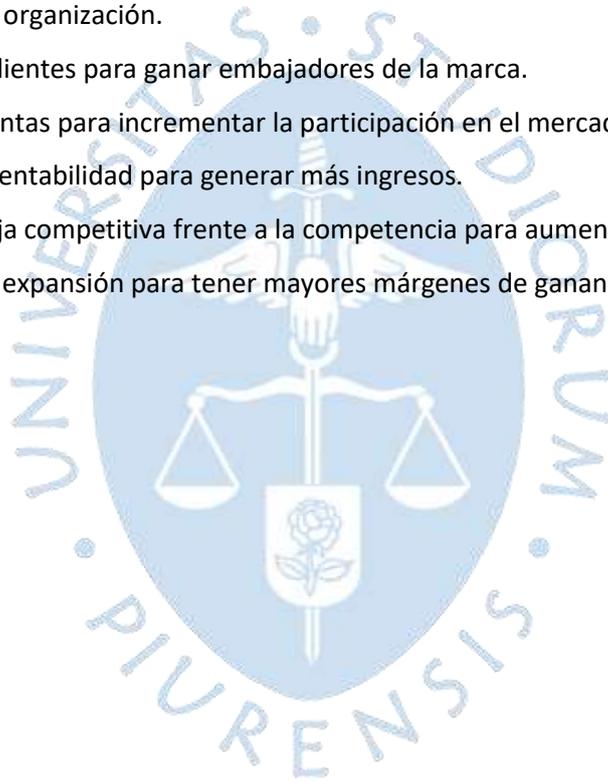
- Reclamo por una operación mal efectuada como abastecer con otro combustible el vehículo, emitir el comprobante con un error en el detalle (dirección, placa o razón social) o generar incorrectamente el comprobante.

- Malestar por una atención lenta o parcial del personal operativo.
- Reclamo por alguna pérdida de tapa del tanque del auto.
- Reclamo al no querer reconocer un billete falso.

1.4 Resultados concretados logrados

Con la ayuda de todo el personal que apoya en la realización y aplicación del procedimiento; permite reforzar la relación con el cliente. La atención de calidad que se le ofrece al cliente influye en la imagen que percibe de la empresa y mejora su experiencia. Al lograr fidelizar al cliente esto permite:

- Oportunidad de mejora desde la perspectiva del cliente, es importante tener cero clientes insatisfechos para que recomienden el servicio que ofrece la empresa.
- Reforzar la imagen y la marca de la empresa, es una estrategia que permite reflejar la identidad y la misión de la organización.
- Captar nuevos clientes para ganar embajadores de la marca.
- Aumentar las ventas para incrementar la participación en el mercado.
- Incrementar la rentabilidad para generar más ingresos.
- Crear una ventaja competitiva frente a la competencia para aumentar el valor de la empresa.
- Oportunidad de expansión para tener mayores márgenes de ganancia.





Capítulo 2

Fundamentación

2.1 Teoría y la práctica en el desempeño profesional

La experiencia del cliente se ha vuelto un tema de gran interés en toda organización, esto ha impulsado a todas las empresas a plantear estrategias que garanticen una buena atención y permitan satisfacer las necesidades de su clientela.

2.1.1 Atención al cliente

Es una acción llevada a cabo por todas las empresas, con el objetivo de agradar y satisfacer las necesidades de todos sus clientes. Además, permite alcanzar un aumento considerable en la productividad y en la competitividad. El cliente es el personaje principal en los negocios (Najul 2011).

Para Escudero atención al cliente es:

Un factor clave para determinar el éxito de una organización, de nada sirve ofrecer calidad en los productos o servicios si el cliente no se siente satisfecho con el servicio ofrecido. Es importante recalcar el papel que desempeña la clientela en la permanencia y trascendencia de la empresa (2011).

La atención al cliente es un elemento fundamental que San José no pasa desapercibido, por eso su estrategia se centra en ofrecer productos y servicios de calidad que satisfagan a los clientes.

2.1.2 Calidad en el servicio

Para poder saber el concepto de calidad en el servicio es importante y necesario conocer las definiciones básicas que se relacionan con su significado:

Calidad: es el nivel de superioridad que la organización quiere obtener para satisfacer a sus clientes principales; al mismo tiempo representa la dimensión en que se alcanza la calidad (Editorial Vértice, 2008).

Servicio: es el grupo de beneficios que los clientes buscan obtener además del producto y servicio base, como resultado del precio pagado y la reputación obtenida. (Editorial Vértice, 2008).

Calidad en la atención al cliente: Simboliza un instrumento estratégico que otorga un valor agregado al producto o servicio que reciben los clientes, respecto de la oferta que ofrezcan los competidores. Por otra parte, permite conseguir una diferenciación en la oferta global de la organización (Pérez, 2007).

La calidad en el servicio genera efectos positivos en los clientes, y Estación de servicios San José ha logrado diferenciarse de los competidores gracias a la calidad de sus productos o servicios y esto se puede evidenciar en el aumento de ventas y en su expansión a lo largo de los años.

2.1.3 Atención de reclamos

Es un tema que suscita el interés de las organizaciones y a la vez representa una gran oportunidad para las empresas que buscan ofrecer calidad en sus servicios, por eso es importante saber definir qué es un reclamo y cómo gestionarlo (ver anexo 1).

Reclamo: es la declaración de desagrado o no satisfacción que un consumidor manifiesta ante una organización de manera oral o escrita referente a un producto o servicio recibido. El consumidor espera una reparación o restitución después de hacer el reclamo (Puente y López, 2007).

Gestión de reclamos: es un servicio que se realiza después de la venta, que las organizaciones pueden emplear para aumentar una oferta y lograr una ventaja frente a la competencia. Este proceso comprende recibir, escuchar, averiguar, solucionar y prevenir reclamos. Su finalidad es satisfacer al cliente que realiza el reclamo (Puente y López, 2007).

Según INDECOPI (2010) en referencia a la atención de los reclamos presenta:

Artículo 24.- Servicio de atención de reclamos

24.1 La empresa está obligada a atender los reclamos de los consumidores y ofrecer respuesta en un plazo de 30 días calendario, que puede ser extendido si la naturaleza del reclamo lo justifica, y al mismo tiempo debe ser comunicado al consumidor antes de que termine el primer plazo.

24.2 Si la empresa tiene un medio de atención de reclamos electrónico, debe atenderlos de manera oportuna y apropiada.

24.3. No debe condicionarse la atención del reclamo al pago previo del producto o servicio motivo del reclamo.

Como se puede observar, la atención de reclamos facilita el seguimiento de las expectativas, sugerencias y reclamos de los clientes. San José ha identificado una oportunidad en este servicio ofrecido, que le permite obtener información valiosa.

2.2 Descripción de las acciones, metodologías y procedimientos

Para el desarrollo del plan de acción se realizaron una serie de procedimientos que permitieron conocer a detalle la problemática y sus respectivas soluciones:

- Se realizaron reuniones semanales con el personal operativo y administrativo para reforzar los objetivos organizacionales, así como conocer cuáles eran los reclamos e inconvenientes que se presentaban a lo largo de la semana para poder proponer soluciones estratégicas.
- Se hacen tres llamadas aleatorias al mes para preguntarle al cliente, cómo se siente con el servicio ofrecido por el personal tanto en isla como en administración, esto permite identificar cuales son las fortalezas y debilidades de la organización.

- Visita mensual del "cliente incognito" que graba la atención que ofrece el personal operativo en isla, con el objetivo de evaluar y brindar retroalimentación de la atención que se ofrece en la estación de servicios. Esta visita se realiza de manera aleatoria y periódica.
- Capacitaciones constantes realizadas por el administrador, para el personal administrativo y operativo a fin de mejorar la atención al cliente. Los colaboradores pudieron contar sus experiencias con algunos clientes que reclaman y expresar lo que sienten.
- Se hace una premiación a nivel operativo, de vales de consumo y efectivo para el mejor el trabajador que aprueba la evaluación del cliente incognito, se lleva a cabo de manera mensual.





Capítulo 3

Aportes y desarrollo de experiencias

3.1 Aportes

En la búsqueda constante de soluciones y mejoras para la organización, la autora de este trabajo de investigación, empleó diversos conocimientos, competencias y herramientas adquiridas en su formación académica, que permitieron su desarrollo profesional en la empresa donde trabaja.

El plan de acción para mejorar la calidad de la atención de reclamos, debe ser manejado de la mejor manera posible, pues es la única forma de recuperar la confianza del cliente. Por esta razón, el primer concepto puesto en práctica es el liderazgo, para motivar a todo el equipo de trabajo a cumplir con el objetivo de la organización que es ofrecer un servicio de alta calidad a los clientes, que impacte en su experiencia de compra.

Además, antes de proponer el procedimiento, se elaboró un análisis interno y externo de la organización que permitió recopilar información y determinar los factores que influían en la calidad de la atención al cliente. Con este análisis se pudo aprovechar las fortalezas, mejorar las debilidades, maximizar las oportunidades y minimizar el impacto de las amenazas.

Posteriormente, con la información obtenida en el análisis, se procedió a la toma de decisiones y así se planteó el procedimiento final de atención de reclamos. El cuál ha sido muy eficiente porque ha permitido diferenciar a la empresa de su competencia y hacerla una empresa atractiva y sostenible en el tiempo.

La atención de calidad a los clientes, es considerada la principal fuente de diferenciación porque ha permitido reforzar la comunicación y relación con los clientes a través de las soluciones brindadas a sus inconvenientes y mejora continua de sus sugerencias, esto a su vez genera una experiencia positiva en los clientes que los motivan a regresar y adquirir sus productos y servicios.

El impacto positivo, no solo es externo pues permite mejorar el ambiente de trabajo para el personal operativo y administrativo pues ya no se encuentran presionados por las quejas o reclamos que presentan los usuarios y al mismo tiempo disminuye la rotación del personal.

Como resultado, la atención de reclamos eficiente ha permitido que las ventas en la organización se incrementen debido a este procedimiento, permite conocer más al cliente y darle una buena atención en la estación, y esto a su vez ha mejorado la productividad y rentabilidad en la empresa.

3.2 Desarrollo de experiencias

La gestión del talento humano es compleja y enfrenta desafíos únicos, no es lo mismo administrar recursos a trabajar y alinear a todo el equipo de trabajo con la estrategia organizacional, esto se debe a que las personas son únicas. Las diferencias personales hacen que cada persona esté

sujeta a la influencia de diversas variables, por ejemplo: valores, aspiraciones, actitudes, conocimientos, capacidades, motivaciones, etc.

La aplicación y desarrollo del plan de acción no ha sido una tarea fácil, debido a que no todo el personal involucrado tiene los mismos valores y principios para actuar y buscar una solución frente a una situación. Sin embargo, la iniciativa y ganas de aprender la comparten todos, factor muy importante que favorece la implementación del procedimiento.

Se empezó con una reunión con el personal operativo, en la que el tema central fue conocer las situaciones presentadas en los últimos meses, respecto a los reclamos de los clientes. Con este paso, se supo a detalle su opinión y se obtuvo información de primera mano. Después, se hicieron llamadas aleatorias a clientes de la empresa para saber si tenían alguna recomendación respecto a la atención que la organización les brindaba o habían tenido algún reclamo en alguna oportunidad.

Con la información obtenida tanto de los trabajadores y los clientes, se elaboró el procedimiento de atención de reclamos y para poder transmitirlo a los colaboradores, se realizaron capacitaciones constantes, en las que se realizaron diversas dinámicas, simulando situaciones pasadas o posibles situaciones. Estas capacitaciones desarrollaron actitudes positivas en los colaboradores, les ayudó a poder expresarse mejor y saber cómo actuar frente a un problema.

La autora del trabajo no solo logró un beneficio para la empresa, sino también ganó aprendizaje personal y profesional, en colaboración con los demás integrantes de la estación. Al acercarse más al personal operativo, pudo conocer sus inquietudes, sus temores y sobre todo cuáles eran sus virtudes que aportarían a la organización.

El gerente general y los jefes apoyaron este procedimiento, pues estaba acorde a los objetivos de la empresa y podía beneficiar mucho a la organización al lograr esta ventaja competitiva. Los resultados superaron las expectativas porque no solo se redujeron los reclamos, sino que favorecieron la relación cliente – trabajador.

Estación de Servicios San José, es una empresa que siempre está a la vanguardia de los cambios y se preocupa por ofrecer una atención de calidad a todos sus clientes. Asimismo, sabe el papel fundamental que cumplen sus trabajadores, es por eso que se preocupa en capacitar a su personal de manera oportuna y constante para que puedan conocer más sobre la cultura organizacional.

Conclusiones

- Se puede concluir del siguiente trabajo que las empresas de hoy deben poner en práctica estrategias para mejorar la atención al cliente, pues un cliente contento no solo regresa sino también se vuelve embajador de la marca y recomienda el servicio a terceros.
- Pensar en un servicio de calidad, no es imposible, para poder ofrecerlo es necesario conocer a los clientes y una fuente importante para recolectar información de los usuarios es la atención a los reclamos, representan oportunidades importantes para mejorar cualquier procedimiento de atención que la empresa puede estar descuidando. La clave para ofrecer una atención de calidad es saber escuchar al cliente, tener un trato cordial y empático, ser asertivo y saber comunicar las ideas.
- La implementación de un procedimiento de reclamos no solo debe quedarse en la recopilación de información, debe implementarse acciones correctivas para el problema y acciones preventivas para cualquier otro inconveniente que pueda presentarse en la organización.
- Es necesario que los trabajadores deban estar capacitados para poder cubrir las exigencias de los clientes y poder satisfacer sus necesidades. Para poder lograrlo es importante tener capacitaciones continuas para fortalecer las diversas habilidades blandas de los colaboradores que es lo que actualmente más se demanda en el mercado laboral. Es necesario destacar, que el personal que atiende en la empresa, es la cara visible de la empresa.
- Estación de Servicios San José disminuyó el número de reclamos en el último año, gracias a la oportuna implementación del procedimiento de atención de calidad en los reclamos, esto se ha visto evidenciado en el incremento de ventas y rentabilidad de la empresa. Además, es una empresa sostenible que a la fecha ha logrado ir expandiéndose en el mercado a través de otras estaciones.



Recomendaciones

- Se recomienda fortalecer las habilidades blandas de atención al cliente en todo el personal como empatía, paciencia, adaptabilidad, fortaleza emocional y sobre todo capacidad para comunicar con claridad. Se puede reforzar con dinámicas semanales en donde participen todo el personal involucrado con la atención al cliente.
- Es importante realizar charlas periódicas para fortalecer las relaciones y reforzar la identidad de los trabajadores con la empresa, en donde se les recuerde los valores, los objetivos, la misión y visión de la empresa, entre otros. Esto permitirá que los colaboradores trabajen de forma alineada con los objetos de la estación.
- Un trabajador motivado tiene un mayor rendimiento en su trabajo de manera eficaz, por eso es importante fortalecer su motivación intrínseca a través del reconocimiento y la retroalimentación de su ardua labor, se recomienda hacerlo de manera mensual con el título “Trabajador del mes”, este reconocimiento debe ir acompañado de una motivación extrínseca a través de un bono o premio por su desempeño ejemplar. Hacer que los colaboradores se sientan valorados no solo hará que estén comprometidos con su trabajo sino también los convertirá en trabajadores leales, pues son ellos la primera imagen que reciben los clientes y así se podrá conseguir una motivación trascendente.
- Elaborar un manual del procedimiento, para poder plasmar el procedimiento, ejemplos y posibles soluciones de los reclamos. Esta herramienta permitirá proporcionar información uniforme a todos los trabajadores.
- Es importante delegar a un responsable del personal operativo para que supervise la atención de los reclamos y pueda desarrollarse de manera eficiente el procedimiento establecido.
- Se recomienda implementar un registro de los reclamos físico y virtual, para poder evaluar de manera periódica las diferentes situaciones y llevar un seguimiento más detallado de los inconvenientes que se presenten.
- Se recomienda conocer más a los clientes a través de encuestas virtuales para poder obtener información clara y precisa sobre sus expectativas, opiniones y retroalimentación para implementar mejoras.
- Es importante mantener un contacto constante con los clientes para poder ofrecerle la confianza de comunicarnos alguna sugerencia o inconveniente, ya sea a través de una llamada, una visita, un correo o un trato personal. Debería realizarse de manera mensual a cargo del administrador y el gerente de marketing.



Lista de referencias

- Código de protección y defensa del consumidor. Ley 29571 de 2010. 02 de septiembre de 2010 (Perú)
http://www.gacetajuridica.com.pe/boletinnvnet/img_bol08/COdigo%20de%20protecciOn%20y%20defensa%20del%20consumidor.pdf
- Editorial Vértice. (2008). *Aspectos prácticos de la calidad en el servicio*. Editorial Vértice.
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=SniadKuZkpoC&oi=fnd&pg=PA1&dq=Editorial+V%C3%A9rtice.+%20\(2008\).+Aspectos+pr%C3%A1cticos+de+la+calidad+en+el+servicio.+Editorial+V%C3%A9rtic&ots=KQbd1EY20c&sig=LxwgtynPQE9oHZD5tMO7NoHeJBU#v=onepage&q=Editorial%20V%C3%A9rtice.%20\(2008\).%20Aspectos%20pr%C3%A1cticos%20de%20la%20calidad%20en%20el%20servicio.%20Editorial%20V%C3%A9rtic&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=SniadKuZkpoC&oi=fnd&pg=PA1&dq=Editorial+V%C3%A9rtice.+%20(2008).+Aspectos+pr%C3%A1cticos+de+la+calidad+en+el+servicio.+Editorial+V%C3%A9rtic&ots=KQbd1EY20c&sig=LxwgtynPQE9oHZD5tMO7NoHeJBU#v=onepage&q=Editorial%20V%C3%A9rtice.%20(2008).%20Aspectos%20pr%C3%A1cticos%20de%20la%20calidad%20en%20el%20servicio.%20Editorial%20V%C3%A9rtic&f=false)
- Escudero Serrano, M. J. (2011). *Gestión comercial y servicio de atención al cliente*. Editorial Paraninfo.
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=EpsvChk941kC&oi=fnd&pg=PA1&dq=atencion+al+cliente+&ots=6A_ctUedl9&sig=OnjjUHbdbFj3PVNaVsppcapt-mU#v=onepage&q&f=false
- Najul Godoy, J. (2011). El capital humano en la atención al cliente y la calidad en el servicio. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*. 4(8), 23-35.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=219022148002>
- Pérez, V. (2006). *Calidad Total en la Atención al Cliente*. Ideas Propias Editorial.
https://www.academia.edu/8910048/CALIDAD_TOTAL_EN_LA_ATENCI%C3%93N_AL_CLIENTE_Pautas_para_Garantizar_la_Excelencia_en_el_Servicio
- Puente, R., & López, S. (2007). *El cliente que reclama es el que más te quiere*. Debates IESA, 12(3).
https://www.researchgate.net/publication/41879911_EL_CLIENTE_QUE_RECLAMA_ES_EL_QUE_MAS_TE QUIERE



Apéndices





Apéndice A. Ubicación de las diferentes sedes

Estaciones	Dirección
1. Estación de Servicios San José 1	Prolongación con jirón Las Lomas-avenida Grau 1602-Piura.
2. Estación de Servicios San José 2	Prolongación avenida Sánchez Cerro km. 1004.
3. Estación de Servicios San José - Castilla	Avenida Progreso con avenida Junín S/N-Castilla.
4. Estación de Servicios San José - Simbilá	Carretera Piura Catacaos km 6.5 Caserío Simbilá
5. Estación de Servicios San José - Coscomba	Lote A ubicado rur Parcela RC 10465 - Coscomba - Piura - Veintiseis de octubre.
6. Estación de Servicios San José - Los Órganos	Avenida Panamericana Norte 1153 centro de los Órganos-Talara.
7. Estación de Servicios San José - Talara	Avenida Ignacio Merino F-12 Pariñas Talara.
8. Estación de Servicios San José - Olmos	Carretera Panamericana Norte Antigua km. 878 cas. Filoque - Lambayeque.
9. Estación de Servicios San José - Chiclayo	Carretera Pomalca Km. 3.25 - Chiclayo.
10-Estación de Servicios San José - Lambayeque	Carretera Panamericana Norte km. 783 - Lambayeque.
11. Estación de Servicios San José - La Victoria	Luna Pizarro cdra. 12 - La Victoria - Lima.
12. Estación de Servicios San José - Huacho	Panamericana Norte km. 49 - Huacho.
13-Chata San José - Paita (Grifo flotante)	Grifo flotante- ubicado en la bahía de Paita.

Nota. Elaboración propia para fines del TSP



Anexos





Anexo 1. Currículum vitae



LESLIE VILLASECA

ADMINISTRADORA DE EMPRESAS

PERFIL

Bachiller en Administración de Empresas de la Universidad de Piura y perteneciente al Quinto superior. Soy una persona responsable, proactiva, colaboradora y con sólida formación de valores, comprometida con el logro de los objetivos institucionales, así como el desarrollo profesional propio.

HABILIDADES

- Capacidad de liderazgo
- Habilidad para trabajar en equipo.
- Facilidad de comunicación
- Destreza de planificación.
- Creatividad.

CONTACTO

Sinchi Roca 800, Castilla
982176077
leslievillaseca.97@hotmail.com

EDUCACIÓN

Universidad de Piura
GRADO BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS-2019

Instituto Superior Tecnológico IDAT
ESPECIALISTA EN EXCEL-2019

**Centro Cultural Peruano
Norteamericano**

EXPERIENCIA LABORAL

ESTACIÓN DE SERVICIOS SAN JOSE S.A.C.

AGOSTO 2019-ACTUALIDAD//ASISTENTE ADMINISTRATIVA
ENERO2018-JULIO 2018// PRACTICANTE PROFESIONAL

Grupo familiar con más de 20 años en el rubro y con 13 estaciones de servicios.

Actualmente soy Asistente de la sede principal. Entre las funciones que desarrollo esta la organización, ingreso y facturación de los créditos de la cartera de clientes. Así como el seguimiento y control de las ventas y contratos

LUBRICANTES Y SERVICIOS KIKE S.R.L

ENERO 2018-JULIO 2018//PRACTICANTE PREPROFESIONAL

CURSOS Y SEMINARIOS

- **Social Media Marketing-Agosto 2020**

Organizado por: Instituto Europeo de Posgrado

- **Método Harvard de Negociación-Agosto 2020**

Organizado por: Instituto Europeo de Posgrado

- **Introducción a la seguridad cibernética-Junio 2018**

Organizado por: Cisco Networking Academy

- **Introducción a Internet de Todo-Junio 2018**

Organizado por: Cisco Networking Academy

- **¿Cómo enfrentar las barreras en la implementación del sistema de gesti de la SG-SST?- Marzo 2018**

Organizado por: Cámara de Comercio de Piura

- **Marketing y Negocios por internet- Noviembre 2016**

Organizado por: Cámara de Comercio de Piura

REFERENCIAS PROFESIONALES

MSC. Patricia Soto Quiroga
patricia.soto@udep.pe