



UNIVERSIDAD  
DE PIURA

REPOSITORIO INSTITUCIONAL  
PIRHUA

# IMPLEMENTACIÓN DE 7 PASOS PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA ESTACIÓN DE SERVICIOS SAN JOSÉ I

María Pía Valera-Arrunátegui

Piura, septiembre de 2018

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

Programa Académico de Administración de Empresas

Valera, M. (2018). *Implementación de 7 pasos para mejorar la atención al cliente en la estación de servicios San José I* (Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas). Universidad de Piura. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Programa Académico de Administración de Empresas. Piura, Perú.



Esta obra está bajo una licencia

[Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

[Repositorio institucional PIRHUA – Universidad de Piura](https://repositorio.institucional.pirhua.edu.pe/)

**UNIVERSIDAD DE PIURA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**



**Implementación de 7 pasos para mejorar la atención al cliente en la  
estación de servicios San José I**

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

**María Pia Valera Arrunategui**

**Revisor: Mg. Fabiola Alcas Rojas**

**Piura, setiembre 2018**



## Aprobación

El Trabajo Suficiencia Profesional titulado “**Implementación de 7 pasos para mejorar la atención al cliente en la estación de servicios San Jose I**” presentado por el Bach. **María Pia Valera Arrunategui**, en cumplimiento a los requisitos para optar el Título de Licenciado en Administración de Empresas, fue aprobada por el revisor, **Mg. Fabiola Alcas Rojas** y defendida el ..... de ..... de 2018 ante el Tribunal integrado por:

.....  
Presidente

.....  
Secretario

.....  
Revisor



A Dios y a la Virgen María, por guiarme siempre en mi camino, a mis padres Rafael y Lucía, por su infinito amor e incondicional apoyo en este largo camino.



## **Prefacio**

Estación de Servicios San José SAC, se caracteriza y diferencia de la competencia por ofrecer atención de calidad de acuerdo a las necesidades requeridas de los clientes, los cuales son y serán una prioridad para esta empresa.

La atención al cliente es una actividad principal en todos los negocios la cual, orientada a satisfacer las exigencias de los clientes, ya que les da un valor agregado pues permite incrementar la productividad de cualquier empresa y eso es precisamente lo que hace que sea altamente competitiva. Para que la atención al cliente sea eficiente el capital humano debe estar altamente motivado y capacitado por una líder para transmitir la misión y visión de la empresa donde labora, y sobre todo una atención de calidad que permita lograr resultados eficientes, (Najul, 2011).

El cliente es la fuente de ingreso de esta organización, por tanto, es muy importante que el capital humano se encuentre altamente capacitado para lograr cumplir con las expectativas de los mismos, de manera que los ingresos económicos incrementen y la continuidad y estabilidad de la empresa continúen por largo plazo (Perez, 2007).

Motivados por esta razón, en este trabajo de suficiencia profesional se busca implementar 7 pasos creados por la línea Petrored para mejorar la atención hacia los clientes para atraerlos, conocerlos y fidelizarlos con los servicios que la estación ofrece. El presente trabajo busca implementar un plan de acción para mejorar el servicio al cliente, valiéndose de herramientas administrativas, buscando mejorar eficientemente la realización de las actividades internas de la empresa como por ejemplo los reclamos pueden tener nuestros clientes.



## **Resumen**

Estación de Servicios es una grande empresa dedicada a brindar servicios de venta al por menor de combustible, lubricantes, llantas Michelin y servicio de arrendamiento de vehículos automotores, con más de 22 años de experiencia, con un sólido respaldo patrimonial y con acertadas estrategias comerciales y operativas. Tiene más de 10 estaciones de servicios y en todas ellas se muestra un trato amable y honesto para con los clientes, quiénes constituyen el activo más importante para esta empresa

Siendo positivos con el desarrollo de esta empresa, nuestra estación busca un mayor crecimiento y una mejora en el servicio que se ofrece a nuestros clientes, por ello se busca implementar un plan de acción basado en 7 pasos creados por Petroperú con el fin de mejorar la atención a nuestros clientes logrando en ellos una mayor satisfacción y fidelización misma con nuestros servicios, haciendo que regresen a la estación no solo por tener un servicio de calidad y a un precio competitivo, sino también, por una buena atención, mostrar un ambiente agradable y cómodo, además de un servicio rápido.

**Palabras Claves:** Atención al cliente, servicio, competitivo, calidad, fidelización.



## Índice general

<b>Introducción .....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo 1 Aspectos generales .....</b>	<b>3</b>
1.1. Descripción de la empresa .....	3
1.1.1. Ubicación .....	4
1.1.2. Actividad.....	4
1.1.3. Misión y visión de la empresa .....	5
1.1.4. Organigrama .....	5
1.2. Descripción general de la experiencia profesional.....	5
1.2.1. Actividad profesional desempeñada .....	5
1.2.2. Propósito del puesto.....	6
1.3. Producto o proceso que es objeto del informe .....	7
1.4. Resultados concretos logrados .....	8
<b>Capítulo 2 Fundamentación .....</b>	<b>9</b>
2.1. Teoría y la práctica en el desempeño profesional .....	9
2.1.1. La calidad en el servicio .....	9
2.2. Descripción de las acciones, metodologías y procedimientos .....	11
<b>Capítulo 3 Aporte y desarrollo de experiencias.....</b>	<b>13</b>
3.1. Aportes .....	13
3.2. Desarrollo de experiencias .....	13
<b>Conclusiones.....</b>	<b>15</b>

<b>Recomendaciones .....</b>	<b>17</b>
<b>Referencias bibliográficas.....</b>	<b>19</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>21</b>
Anexo 1.    Ubicación de las estaciones.....	23
Anexo 2.    Organigrama .....	24

## **Introducción**

En la provincia de Piura la demanda de Estaciones de Servicios ha incrementado considerablemente, tal es así que hoy en día los clientes tienen múltiples opciones para realizar el abastecimiento de sus vehículos. Sin embargo, en muchas estaciones los encargados de despachar el combustible no reflejan una buena atención, ni siquiera expresan sonrisa alguna, por ello los clientes se sientan insatisfechos por el servicio recibido y los motivan a no regresar e incluso a poner a la empresa en contra de otros clientes para no adquirir los servicios y buscar otro lugar donde le ofrezcan una mejor atención.

En la Estación de Servicio San José existe poca calidad de servicio al cliente, motivo por el cual se establece un “Modelo de Calidad de Servicio al Cliente” basado en 7 pasos. Este modelo tiene como objetivo potenciar la comercialización de los productos. Como resultado de este proceso se logró fidelizar e incrementar la cartera de clientes, el volumen de las ventas incrementó y se logró establecer una marca diferenciadora frente a la competencia.

Este trabajo está conformado por el capítulo 1 donde se hace una breve descripción de la empresa, se describe la experiencia profesional de la encargada de la administración y se establece el objeto de este informe. En el capítulo 2 se fundamenta el objeto de este informe mediante una breve base teórica y se detalla la metodología empleada para el logro de los objetivos. Finalmente, se concluye con un capítulo 3 donde se hace mención de los aportes y desarrollo de experiencias más destacadas respecto al tema elegido. Por último, se detallan las conclusiones y se hace una serie de recomendaciones.



## Capítulo 1

### Aspectos generales

#### 1.1. Descripción de la empresa

Grupo Empresarial Castillo, conocida también como Estación de Servicios San José es una empresa que lidera el mercado regional y con cobertura a nivel nacional, tiene más de 22 años de experiencia ofreciendo sus servicios de venta al por menor de combustibles, lubricantes, llantas Michelin y servicio de arrendamiento de vehículos automotores. Actualmente cuenta con 252 trabajadores activos pero las ventas anuales sobrepasan los 30,000 UIT, razón por la cual la ubica dentro de las grandes empresas.<sup>1</sup>

Actualmente cuenta con 10 estaciones de servicio y 2 en proceso de construcción, una ubicada en la ciudad de Trujillo, La libertad; y otra en Coscomba, Piura. Todas estas estaciones se caracterizan por mostrar un trato amable, rápido y honesto, ofreciéndoles siempre un producto de calidad a un precio competitivo. Es gracias a este trato, que se ha podido captar a más de 500 clientes que se han fidelizado con los diferentes servicios que se ofrecen.

Desde hace el año 2007 forman parte de PETRORED, red de estaciones de servicios PETROLEOS DEL PERU- PETROPERU S.A., dándoles así la **garantía y confianza** en el combustible que consumen, puesto que cumple con todos los estándares de **calidad y seguridad**. Estación de Servicios San José ha sido reconocida por PETROPERÚ como uno de los principales embajadores de su marca a nivel Norte.

Respecto al personal de playa (despachadores) y administrativos, están capacitados para prestar el servicio adecuado y acorde a las necesidades de los clientes, desde el momento que el vehículo ingresa a nuestra estación donde se le ofrece: Saludos Cordiales, limpieza de parabrisas, limpieza de tablero (aplicación de silicona), aplicación de ambientador, medición de aire de neumáticos.

---

<sup>1</sup> Ministerio de la Producción, Gobierno del Perú. 28-06-08

Productos que ofrecemos:

- **Venta de Combustibles:** Venta de combustible en grifo Biodiesel B5, Gasohol 84, Gasohol 90, Gasohol 95, Glp.
- **Servicio de venta de combustible en punto de obra con surtidor o controlador electrónico:** Para este puesto se cuenta con cisternas equipadas con surtidor electrónico, debidamente calibrado. Asimismo, esta flota de cisternas cuentan con permisos y seguros vigentes.
- **Servicio de RENT A CAR:** Está formado con una amplia flota de vehículos (más de 300 unidades), entre automóviles, camionetas cerradas, camionetas pickup, cisternas, minibuses, buses, totalmente equipadas y aseguradas para controlar el riesgo de todos los ocupantes incluido el conductor y con equipo humano preparado para brindar un servicio personalizado y de alta calidad.
- **Venta de llantas Michelin:** Son distribuidores exclusivos de llantas Michelin, catalogadas como el primer producto en innovación, alto desempeño en todos los terrenos que garantizan seguridad, durabilidad, economía de combustibles y un bajo impacto ambiental.
- **Servicio de Taller:** Se ofrece servicio de mantenimiento de toda clase de vehículo: cambio de aceite, lavado y engrase, cambio de llantas, alineamiento y balanceo y otros afines.
- **Lubricantes filtros accesorios y autopartes:** Cuenta con un almacén propio que permite realizar el mantenimiento de toda la flota vehicular y además atender todos los requerimientos externos de clientes: mantenimiento preventivo y correctivo.

### 1.1.1. Ubicación

Su sede principal se encuentra en Av. Grau 1602 y sus demás sedes se encuentran localizadas en la ciudad de Talara, Piura; Organos, Piura; Chiclayo; Lambayeque; La Victoria, Lima; Huaral, Huacho. (Ver anexo 1)

### 1.1.2. Actividad

Estación de servicios San José SAC, por la naturaleza de sus actividades es una empresa de servicios. Los servicios hoy en día es un ámbito en el cual se pueden generar muchos cambios cuando el campo en el cual fue creada lo permite, el servicio debe estar encaminada no solo a satisfacer al cliente sino a rebasar sus expectativas de consumo.

La venta de combustible, servicio principal de cada estación, es dirigida por el administrador encargado de toda el área administrativa. Sus actividades radican principalmente en velar por el cumplimiento operativo del grifo, así como del

cuidado preventivo y correctivo de las máquinas abastecedoras, del buen trato al cliente y del control de las ventas originadas por la venta del mismo combustible.

En la sede principal se tiene en proyecto la reconstrucción de toda el área administrativa para optimizar el desarrollo eficiente de sus profesionales. Asimismo, se tiene planteado la construcción de un Max Market para aumentar el volumen de las ventas. En el corto plazo, medio año, se espera que con los ingresos generados por todas las estaciones se pueda terminar la construcción de 2 grifos que actualmente ya están en proceso.

### **1.1.3. Misión y visión de la empresa**

Misión: Consolidarnos como región, como la estación líder en el rubro, con mejores estándares de calidad en atención al cliente y capital humano.

Visión: Posicionarnos en el mercado como la estación que marca la diferencia en atención al cliente frente a la competencia y logrando así mejores volúmenes de venta a un precio justo y ofreciendo un servicio de calidad.  
(Grifo San José SAC, 2018)

### **1.1.4. Organigrama**

El siguiente organigrama relaciona las funciones de la estación de servicio con un organigrama vertical, este esquema corresponde a una administración de situación piramidal. Este organigrama visualiza las principales relaciones de la organización, muestra diagramáticamente las funciones y sus respectivas relaciones, canales de autoridad relativa de cada uno de los miembros de la administración a cargo de las funciones que le han sido asignadas. (ver anexo 2)

## **1.2. Descripción general de la experiencia profesional**

La actividad profesional que la autora de este trabajo desarrolla dentro de la empresa, Estación de Servicios San José I, es de administradora.

### **1.2.1. Actividad profesional desempeñada**

Como administradora se tiene a cargo la planeación, organización, dirección y control de actividades que se realizan en esta estación, manejando óptimamente los recursos materiales, financieros y tecnológicos que son confiados, así como la gestión y control de las laborales del personal que se tiene a cargo, con la finalidad de conseguir los objetivos que la empresa previamente ha fijado.

Las funciones son:

- Control y venta de Combustible
- Atención de clientes para cualquier requerimiento ya sea cotizaciones, inquietudes o solicitud de crédito.
- Cuadre diariamente de Combustible Siges vs Cem
- Cuadre de rendimiento de Combustible diariamente (RSC)
- Ingreso de facturas de descarga de combustibles
- Descarga de combustible diariamente de los diferentes productos.
- Control del personal del área operativa y administrativa, verificando que todos estén realizando su trabajo y brindando un buen servicio.
- Supervisar y el conteo del efectivo de las Ventas diarias del grifo y enviar el dinero al Banco.
- Elaboración de planillas con las respectivas horas laboradas y descuentos al personal.
- Envío de información de ventas diarias a gerencia.
- Captar clientes nuevos.
- Revisión de cuadre diario.
- Coordinación con gerencia sobre variación de precios y establecerlos.
- Evaluación constante de la competencia.
- Envío de Cartas de Variación de precios semanalmente.
- Elaboración de horarios al personal operativo.
- Supervisar que el patio de isla, baños se encuentren limpios y sin residuos peligrosos.
- Encargada del reclutamiento del personal.
- Velar por el buen clima laboral.
- Cuadre diario de despachadores.
- Elaboración de cuadre de créditos.
- Facturación diaria, semanal, quincenal y mensual.
- Cobro y liquidación de facturas de crédito.
- Responsable de la conciliación mensual con la PNP.
- Calibración de dispensadores.

### **1.2.2. Propósito del puesto**

El objetivo principal dentro de esta estación es “dirigir los recursos y esfuerzos de la organización aprovechando las oportunidades que permitan obtener resultados significativos”.

La experiencia que desarrolló la administradora en estos dos años de trabajo ha podido fortalecerla tanto personal como profesionalmente. En el plano laboral considera que la estación ha mejorado en diferentes aspectos, el personal es constantemente capacitado para mostrar una atención de calidad y un ambiente agradable, pues para brindar un buen servicio y atención se debe preparar previamente al personal para lograr que los clientes se sientan contentos y satisfechos con los servicios que se les ofrece.

El cargo desempeñado como administradora tiene una serie de actividades cuyo manejo es complejo, en las que resalta 4 puntos claves que han hecho que el negocio de esta estación continúe con un crecimiento sostenido:

- Planeación; porque continuamente se plantean mecanismos o planes de acción que mejore la atención al cliente y por ende, incremente las ventas.
- Preparación; porque el personal es constantemente capacitado para mostrar un trabajo eficiente y acorde a las necesidades de los clientes.
- Control; porque es necesario que todo el trabajo sea realizado de acuerdo a las normas planteadas por la organización.
- Ejecución; porque es importante asignar y repartir responsabilidades al personal para lograr resultados significativos en la estación.

### **1.3. Producto o proceso que es objeto del informe**

Implementar 7 pasos en la atención al cliente: El objetivo es asegurar un servicio de excelencia, hacer que el cliente considere como la mejor opción, la estación de servicio PETRORED y finalmente con ello incrementar las ventas.

#### **Paso 1.- Imagen**

Se proyecta confianza pues la presencia es lo más importante. El encargado de abastecer debe ser amable, servicial y dispuesto a atender.

#### **Paso 2.- Saludos**

Se le saluda con cortesía al cliente sin llegar al extremo de mostrar demasiada familiaridad que llegue a incomodarlo. Se emplea un lenguaje adecuado evitando que nuestro cliente se exponga a expresiones de mal gusto.

#### **Paso 3.- Venta**

Se ofrece los productos PETROPERÚ, en galones o soles, con aditivos de última generación. Se le informa al cliente de todas las promociones o descuentos que tengan en ese momento. Por último, se ofrece colocar un ambientador en el auto, un café, un refresco o caramelos en el momento adecuado.

#### **Paso 4.- Surtidor en cero**

Se le informa al cliente que el surtidor está en cero y así pueda verificarlo. Es importante que antes de abastecer, el motor del vehículo esté detenido y apagado.

Asimismo, se verifica que no haya cigarrillos ni celulares encendidos, en caso contrario, se le pide cortésmente al cliente que los apague por seguridad.

**Paso 5.- Limpieza de parabrisas**

Ofrecer la limpieza de parabrisas mientras el cliente espera que termine de abastecerlo. No se espera a que el cliente lo pida, se hace con cortesía.

**Paso 6.- Revisión de los niveles**

Se le pide al cliente autorización para revisar los niveles. Se verifica cuidadosamente el nivel de aceite en el motor y presión de aire en llantas.

**Paso 7.- Cobro y despedida**

Preguntar al cliente si desea boleta o factura, de manera que el cliente reciba un detallado del producto adquirido y con el valor exacto de la venta. Si en caso pague con tarjeta de crédito, solicitar su DNI. Finalmente, y siempre con una sonrisa despedirse educadamente del cliente incentivándolo a que regrese pronto y deseándole a que tenga un buen día.

**1.4. Resultados concretos logrados**

Al aplicar el proceso descrito anteriormente, sumado a la actitud positiva y espíritu de servicio nos aseguró que el cliente valora más el trabajo desempeñado por el personal, y con ello sus preferencias se inclinan hacia una experiencia de servicio de calidad. Captación y fidelización de nuevos clientes e incremento del volumen de ventas, son algunos resultados obtenidos.

## Capítulo 2

### Fundamentación

#### 2.1. Teoría y la práctica en el desempeño profesional

En la actualidad la gran demanda de servicios altamente competitivos ha obligado a las organizaciones a preocuparse en planear estrategias para ofrecer un servicio de alta calidad con el objeto de mantener satisfechos a los clientes. Es claro que la satisfacción del cliente es una ventaja que todas las organizaciones buscan tener frente a la competencia, ya que esto genera en el cliente la recompra, al regresar por el buen servicio que le ofrecen sin importar en donde se encuentren ubicados. Aunque la mayoría de organizaciones sabe que mantener satisfechos a los clientes les asegura el éxito en su negocio, muchas de ellas fracasan no por la mala calidad de sus servicios sino por la mala planeación de esta.<sup>2</sup>

##### 2.1.1. La calidad en el servicio

Para poder familiarizarse con la calidad en el servicio al cliente, es importante conocer conceptos básicos del tema que están estrechamente relaciones con la práctica del objeto de este informe.

##### **Calidad**

“Representa un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas, participando activamente en el desarrollo de productos o en la prestación de servicio” (Álvarez, 2006).

##### **Servicio**

“Es un medio para entregar valor a los clientes, facilitando los resultados que los clientes quieren conseguir sin asumir costes o riesgos específicos” (Bon, 2008).

---

<sup>2</sup> Pérez, V. (2006: 26-29). “Calidad Total en la Atención al Cliente”. España

**Calidad en el servicio**

“Hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización” (Pizzo, 2013).

**Cliente**

“Es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios” (Thompson, 2009).

**Atención al cliente**

“Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes” (Blanco, 2001, citado en Pérez, 2007, p.6).

**Calidad en la atención al cliente**

“Representa una herramienta estratégica que permite ofrecer un valor añadido a los clientes con respecto a la oferta que realicen los competidores y lograr la percepción de diferencias en la oferta global de la empresa” (Blanco, 2001, citado en Pérez, 2007, p.8).

El servicio al cliente es una prioridad que todas las organizaciones practican y en lo últimos años ésta ha incrementado considerablemente por que la competencia cada vez va en aumento. Esto hace que los clientes tengan mayor libertad y múltiples oportunidades para elegir el lugar dónde desean adquirir sus productos o servicios, es ahí donde las empresas deben plantear estrategias claves para mejorar su atención y adecuarlas según las necesidades de los clientes.

Según Aniorte (2013), las características claves para lograr una atención de calidad son las siguientes:

- Debe estar acorde a los propósitos planteados por la empresa
- Debe ser útil para lo que fue diseñado
- Debe solucionar las exigencias de los clientes
- Debe cumplir con las expectativas de los clientes
- Debe generar resultados eficientes

De este modo, Pérez (2007) sostiene que toda acción en la prestación del servicio debe estar dirigida a lograr la satisfacción en el cliente mediante la calidad, tiempo y precio. Las exigencias que el cliente puede hacer por el servicio hacen que la estrategia este orientada a alcanzar el objetivo planteado, pues el servicio no solo

debe cumplir con las necesidades del cliente, sino que además debe garantizar la competitividad de la empresa de tal forma que pueda permanecer en el mercado.

El servicio siempre debe estar dirigido a una persona o un grupo en específico, porque esto permite la personalización y la identificación de la atención a los clientes que los hace sentir especiales, Pérez (2007). La calidad en la atención al cliente debe sustentarse en políticas, normas y procedimientos que involucren a todas las personas de la empresa y así desarrollar estrategias de calidad de servicios dependiendo el negocio que operan. Por ende, para cada segmento de mercado debe diseñarse el nivel de servicio más adecuado, ya que no siempre un único diseño de servicio se asemeja a la actividad que siguen las diferentes empresas, Kleyman (2009).

## **2.2. Descripción de las acciones, metodologías y procedimientos**

Para el desarrollo del plan de acción se realizaron una serie de actividades en las que se tuvo un contacto directo con la problemática, la cual permitió hacer un estudio real, que dio resultados que se ajustaron al motivo de este estudio.

- Capacitaciones constantes de manera grupal y personal.
- En las cabinas o estantes de cada isla, se pegaron afiches de publicidad de los 7 pasos para que nuestros clientes vean que se cumple la atención.
- Supervisión por el administrador del cumplimiento de los 7 pasos a cada uno de los despachadores y/o administrativos.
- Se elige semanalmente mediante votación de todo el personal al mejor trabajador que cumpla con lo requerido por la estación. La persona que es elegida se le da incentivos en efectivo, viajes, vales de descuento en consumo al personal con el fin de mantenerlo contentos y motivados.
- Encuestas a los clientes para evaluar la atención recibida.
- Visitas sorpresas, con “clientes incógnitos” que graben la atención recibida por el encargado de abastecerlos con el fin de evaluar y mejorar el procedimiento.



## **Capítulo 3**

### **Aporte y desarrollo de experiencias**

#### **3.1. Aportes**

De la formación académica adquirida por la autora de este trabajo de investigación se aplicó diversos conocimientos a su desarrollo profesional en la empresa donde labora, que constituyen herramientas que han sido de gran utilidad en la aplicación del plan de acción para mejorar la atención al cliente, objeto de estudio de este informe.

Por lo general, con la formación académica se aplicaron diferentes competencias claves para guiar un determinado grupo asignado, facilitando la formación de equipos de trabajo que generen un impacto positivo para cada servicio ofrecido por la estación. En primer lugar, se hizo práctica del liderazgo para impulsar y facilitar el desarrollo de una cultura de calidad, competitividad e integridad entre los empleados de la Estación de Servicio.

Se hizo práctica de pensamientos estratégicos lo cual ha permitido elaborar y ejecutar planes de acción para lograr objetivos clave propuestos por la estación. Por ejemplo, para este objeto de estudio se hizo un análisis FODA (Fortaleza, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) porque permitió identificar los problemas inmediatamente y tomar decisiones para solucionarlos. Así mismo, el objetivo se alcanzó eficientemente ya que los recursos y las actividades relacionadas se gestionaron como un proceso y estuvieron enfocados a un proceso de gestión, es decir después de identificar, entender se gestionó un sistema de procesos interrelacionados para lograr la eficiencia de la estación.

#### **3.2. Desarrollo de experiencias**

La aplicación y desarrollo de este plan de acción ha sido una tarea bastante complicada. Al inicio resultó difícil sensibilizar a todo el personal de trabajo ya que todos tienen una personalidad distinta y la forma de actuar frente al cliente varía, precisamente porque se trata de un factor humano.

Con ayuda de personal capacitado se trabajó con capacitaciones constantemente, preparando dinámicas y otorgando el material necesario para que pierdan la vergüenza y sean más sueltos al hablar y expresar un grato servicio frente al público. Se hacían evaluaciones en grupo y de manera personal, esto le permitió a la autora de este trabajo acercarse más a su personal a cargo y hacerse partícipe de las diversas inquietudes que presentaban. Los resultados se acercaron en gran medida a que lo esperaba ya que los volúmenes de venta aumentaron y la cartera de clientes también.

Los jefes y gerente general aprobaron exitosamente este aporte, ya que consideran que la estación cambió mucho con respecto al servicio al cliente pues siempre se buscaba y se sigue buscando una mayor satisfacción. La estación siempre sigue en búsqueda de mejoras para mantener satisfechos y contentos a los clientes, y el negocio siga siendo sostenido en el tiempo.

## **Conclusiones**

Nuestro proyecto de implementar 7 pasos para mejorar nuestra atención al cliente, ha permitido:

- Mayor identificación con el cliente (interés)
- Contacto directo con el cliente (comunicación)
- Saber lo que quieren y esperan del servicio (empatía)
- Saber y acordar los requisitos críticos (compromisos)
- Admitir los requisitos como parte del trabajo (responsabilidad)
- Diseñar el proceso para cumplir los requisitos del cliente (técnica)
- Proveer un servicio y/o producto de calidad (respeto)
- Mostar amabilidad y cortesía



## **Recomendaciones**

### **A los empleados:**

- Se recomienda establecer charlas periódicamente para dar a conocer los propósitos, metas, políticas, lineamientos establecidos por la empresa.
- Elaborar un manual inductivo para que todo el personal de soluciones cuando se presentes problemas y no se tenga que recurrir a las cabezas de la organización a menos que el problema sea mayor o escape de las manos de dicho personal.
- Se recomienda delegar responsabilidades, por ejemplo elegir entre todo el personal un jefe de isla que cumpla con el trabajo de supervisar todo lo que acontece en el grifo.
- Es importante mantener a todo el personal motivado mediante diferentes actividades como por ejemplo, reuniones, eventos de integración, actividades deportivas, de manera que todos busquen un momento para relacionarse y eliminen el estrés que puedan acumular en la empresa.
- Se recomienda reforzar la cultura laboral y la calidad en el servicio. Esto se puede realizar a través de capacitaciones personales y grupales, y así mismo cada cierto tiempo tomarles evaluaciones online para corroborar que las capacitaciones tienen éxito y nos asegure de alguna manera que el personal si está capacitado para una buena atención.

### **A los clientes:**

- Se recomienda realizar ciertas promociones que los incentive a comprar en nuestra estación, ya sean descuentos, raspa y gana, vales gratis o mostrarle nuestro agradecimiento por preferir esta estación mediante regalo de lapiceros, mangas, pelotas, polos, entre otras.

- Se recomienda darles una encuesta física a los clientes donde nos faciliten sus datos y puedan expresar sus inquietudes, y luego puedan meterlas a un buzón que debe estar a la vista de todos y en cuanto se revise se proceda a comunicarse con el cliente para darle solución a sus reclamos.
- Dar volantes a los clientes donde se faciliten los números telefónicos de los encargados de la empresa que pueden darle solución a sus diversas inquietudes.

## Referencias bibliográficas

### Libros

- Álvarez (2006). Introducción a la calidad: Aproximación a los sistemas de gestión y herramientas de calidad. Ideas Propia Editorial.España.p.p.5
- Bon (2008). Gestión de Servicios de TI basada en ITIL V3. Editorial del Gobierno Británico. Reino Unido. Primera Edición p.p. 21
- Jenny, N. (2011). "El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio". Observatorio Laboral Revista Venezolana. Vol. 4, Nº 8, 23-35. Ministerio de la Producción, Gobierno del Perú. 28-06-08
- Pérez, V. (2006: 26-29). "Calidad Total en la Atención al Cliente". Ideas Propias Editorial. España.
- Pérez, V. (2007). "Calidad Total en la Atención al Cliente: Pautas para Garantizar la Excelencia en el Servicio". Ideas propias Editorial. España. Primera edición. p.p. 6, 8-16.

### Web

- Aniorte, N. (2013). *Servicios de Calidad*. Recuperado el 31 de agosto de 2018, de la fuente: [http://www.aniortenic.net/apunt\\_gest\\_serv\\_sanit\\_4.htm](http://www.aniortenic.net/apunt_gest_serv_sanit_4.htm)
- Kleyman, S. (2009). *La importancia del servicio al cliente*. Recuperado el 31 de agosto de 2018, de la fuente: <http://www.cnnexpansion.com/opinion/2009/07/15/la-importancia-del-servicio-al-cliente>
- Pizzo, M. (2013). *Construyendo una definición de Calidad en el Servicio*. Recuperado el 31 de agosto de 2018, de la fuente: <http://comoservirconexcelencia.com/blog/construyendo-una-definicion-de-calidad-en-el-servicio/.html>

Thompson, I. (2009). *Definición de cliente*. Recuperado el 31 de agosto de 2018, de la fuente: <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>

## **Anexos**



## Anexo 1. Ubicación de las estaciones

ESTACION DE SERVICIOS SAN JOSE I Ubicada en Prolongación avenida Grau 1602 Piura.
ESTACION DE SERVICIOS SAN JOSE II Ubicada en Prolongación Avenida Sánchez Cerro Km 1004 Altura antiguo peaje Piura a Sullana.
ESTACION DE SERVICIOS SAN JOSE – LOS ORGANOS Ubicada en Avenida Panamericana Norte 1153 Centro de Los Órganos – Talara - Piura
ESTACION DE SERVICIOS SAN JOSE – CASTILLA Ubicada en Esquina Avenida Progreso con Avenida Junín S/N Castilla – Piura.
ESTACION DE SERVICIOS SAN JOSE– TALARA Ubicada en Avenida Ignacio Merino F-12 Pariñas Talara.
ESTACION DE SERVICIOS SAN JOSE – SIMBILA Ubicada en Carretera Piura Catacaos Km 6.5 Caserío Simbila, Catacaos – Piura.
ESTACION DE SERVICIOS SAN JOSE – CHICLAYO Ubicada en Carretera Pomalca Km 3.25 – Chiclayo.
GRIFO FLOTANTE – CHATA SAN JOSE Ubicada en la bahía de Paita.
ESTACION DE SERVICIOS SAN JOSE HUACHO – Ubicada en Panamericana Norte Km 149 – Huacho.
ESTACION DE SERVICIOS SAN JOSE LA VICTORIA – Ubicada en Luna Pizarro cdra. 12 La Victoria – Lima

Anexo 2. Organigrama

