

## ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE SERVICIO AL CLIENTE DEL ALMACÉN EN SAO 53, DE LA CIUDAD DE BARRANQUILLA

Iveth Argel Rodríguez\*  
Alex Barraza Ahumada\*\*  
Keyton de la Hoz Villalobos\*\*\*  
Jeison Barrios Ruiz\*\*\*\*  
William Díaz Sánchez\*\*\*\*\*  
Viviana Cervantes Atia\*\*\*\*\*

**RECIBIDO:** mayo 3 de 2014

**ACEPTADO:** septiembre 15 de 2014

### RESUMEN

El siguiente artículo da a conocer un estudio realizado en la ciudad de Barranquilla a una de las sucursales de la organización Supertiendas y Droguerías Olímpica el cual se busca el análisis de la gestión de servicio al cliente en SAO 53. Teniendo en cuenta la deserción de clientes que se tuvo a mediados del 2011, por el mal servicio prestado por los colaboradores de la organización dando así como alternativa realizar un estudio exhaustivo donde se ve afectada la atención al cliente se implementando SGC (sistema de gestión de calidad) bajo la norma ISO 9001 del 2008, del diagnóstico actual del servicio al cliente mostrando los resultados obtenidos del análisis y de la satisfacción de los clientes, por medio estadísticas dando así las posibles estrategias para contrarrestar esta amenaza, bajo la ayuda del área de talento humano donde se involucre más a los colaboradores en las metas establecidas en la organización.

**Palabras Clave:** Gestión de servicio, clientes. Valor agregado, satisfacción, fidelidad

Argel, I., Barraza, A., De la Hoz, K., Barrios, J., Díaz, W., & Cervantes, V. (2014). Análisis de la gestión de servicio al cliente del almacén en SAO 53, de la ciudad de Barranquilla, en *Liderazgo Estratégico*, Revista de los Programas de Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Simón Bolívar 1 (2), 49-57.

---

\* Estudiante del programa de Administración de Empresas, limar56@hotmail.com

\*\* Estudiante del Programa Administración de Empresas. adba08@hotmail.com

\*\*\* Estudiante del programa Administración de Empresas, keytondelahoz@hotmail.com

\*\*\*\* Estudiante de Administración de Empresas

\*\*\*\*\* Estudiantes de Administración de Empresas, wyds8023@gmail.com

\*\*\*\*\* Docente Investigador Programa Administración de Empresas

**ANALYSIS OF THE MANAGEMENT OF CUSTOMER SERVICE STORE  
IN SAO 53 BARRANQUILLA CITY**

**ABSTRACT**

The following article provides a study in the city of Barranquilla to a branch of the organization and Olympic Drugstores Supermarket which the analysis of the management of customer service in ODS 53 is sought. Given the churn that tube in mid-2011, for the poor service rendered by employees of the organization thus giving alternatively conduct a comprehensive study which affected customer SGC system (quality management) are implemented under the ISO 9001 2008, the current diagnosis of customer service showing the results of the analysis and customer satisfaction through statistics thus giving possible strategies to counter this threat, under the help of area human talent which engages more to reviewers in the goals of the organization.

**Key word:** Service management, customers, value added, satisfaction, faithfulness.

## INTRODUCCIÓN

Los almacenes de cadena en el año 2011 tuvieron un declive en su clientela lo cual dio inicio a una investigación exhaustiva donde estadísticamente se vio afectada la atención al cliente es por ellos que decidieron implementar la norma ISO 9001 del 2008 en el año 2011 y 2012, 2013 Que tiene como objetivo fundamental, que las organizaciones que ofrecen productos y servicios adopten un enfoque basado en procesos, cuando este enfoque se desarrolla, implementa y adecua a través del funcionamiento de un SGC(sistema de gestión de calidad), este último sirve como una herramienta para cumplir con la satisfacción del cliente, través del cumplimiento de sus requisitos. De una forma inexplicable muchos usuarios del almacén de cadena SAO 53 de la ciudad de Barranquilla han presentado quejas e inconformidades con el servicio

prestado y en casos drásticos se han cambiado a otros almacenes de cadena ya que se ha hecho caso omiso a sus sugerencias. Esta investigación está orientada a satisfacer la necesidad de los clientes por medio de un estudio selectivo basado en el comportamiento de Trabajadores-Clientes y de esta forma garantizar un excelente servicio; sabemos que a través de una adecuada gestión de calidad podemos medir nuestras debilidades y fortalezas para llegar al logro de nuestros objetivos como futuros administradores de empresa Los directivos de estos almacenes de cadena preocupados por la situación que se ha presentado, plantean buscar soluciones para los próximos años donde se realiza una encuesta; De acuerdo a la observación realizada por el grupo de investigación en dicho año en el sector del servicio que prestan los almacenes de cadena, se detectó un público insatisfecho que cambia de manera inmediata a otros almacenas por

factores desconocidos, cuestión que quizá pueda deberse a que no exista una adecuada calidad en la prestación del servicio.

La estructuración de relaciones y negocios confiables y seguros, requieren la instauración de un clima de confianza con altos estándares de calidad en las relaciones con el Cliente, por esto los almacenes de cadena dentro de los Principios que aplica se puede evidenciar que la GESTION DE CALIDAD orientada al servicio al cliente que actúa como el valor agregado y diferenciador por excelencia, ofreciendo atención capacitada de primer nivel a todas las necesidades y requerimientos de los Clientes, es constituida como una cultura de trabajo, con el fin de construir relaciones de largo plazo que contribuyen de alguna manera a mejorar la calidad y el bienestar de los Clientes.

Este artículo a partir de la experiencia de apoyo en actividades. A través de la observación se puede visualizar que en CNT Sistemas de Información S.A. hay falencias en los flujos de comunicación entre las áreas y la gestión del talento humano. Sobre ésta última variable se hará mucho énfasis, ya que son los colaboradores el principal activo de la empresa.

Los funcionarios manipulan de manera frecuente el conocimiento, lo que sucede en muchos casos con éste, es que no se articula de manera adecuada y tampoco se comparte. El objetivo de movilizar este talento humano es que sea capturado, analizado y difundido de forma útil para la organización.

Para recolectar la información se aplicó como herramientas las encuestas y

entrevistas donde fue necesario entablar relaciones que me permitieran una comunicación bidireccional con los miembros de la compañía.

## **MÉTODO**

### ***Diseño***

El diseño es de tipo transversal, con un enfoque cuantitativo, donde se midieron las variables: Gestión de servicio, clientes. Valor agregado, satisfacción, fidelidad.

### **Población**

Los actores Involucrados todo el personal que labora en SAO 053 Incluyendo agentes Externos (Proveedores, mercaderistas, Impulsadoras). Manejar la motivación de los empleados para que participen de todos los procesos que plantea la gerencia del negocio. Ser partícipes de todos los procesos de

innovación en cuanto a prácticas que ayuden a Fidelizar y ganar mayores clientes.

### **Instrumento**

Esta investigación de gestión de calidad de servicio al cliente nos ha permitido demostrar la percepción de los clientes la cual se encuentra dividida entre la satisfacción e insatisfacción mediante la prueba piloto se pudo establecer que una de las partes fundamentales para ganar ese bloque de división es trabajar, se aplicó la técnica de investigación la encuesta, a través de un cuestionarios de preguntas cerradas y la muestra fue de 50 elementos.

## **RESULTADOS**

Según los resultados obtenidos se llega a la siguiente propuesta para mejorar el servicio en este punto de atención de la

organización Supertiendas y Droguerías Olímpica como son:

- Diagnosticar situación actual del servicio al cliente y así identificar las fortalezas y debilidades actuales.
- Observamos que un 75% de los clientes no se siente satisfecho con los servicios brindados por parte del almacén (olímpica saó 53). A través del cuestionario identificamos el por qué los clientes se han retirado del almacén, causados principalmente por la falta de información de los empleados hacia al cliente, y por otro lado es la falta de información que recibe el cliente por parte del almacén acerca de sus promociones descuentos.
- Determinar el grado de satisfacción de los clientes para aplicar mejoras en cuanto a la gestión de calidad.
- Lograr la satisfacción del cliente es indispensable para que una empresa continúe con su labor social eficientemente. El objetivo de mantener al cliente satisfecho es que nos prefiera a nosotros como primera opción a la hora de adquirir un producto y estar posicionado en la mente del cliente. En saó 53 con la implementación del SGC alinearemos los procesos y que todo se haga bajo unas normas establecidas, y cumplir eficientemente el logro de los objetivos. El SGC nos ayudará a medir el desempeño de cada empleado, y el comportamiento que tengan frente a los clientes. Una

ventaja muy importante es que nos ayudara a disminuir el nivel de los clientes insatisfecho.

- Identificar estrategia que nos permitan generar mayor satisfacción al cliente.

Un cliente satisfecho estará dispuesto a adquirir productos y servicios. Una vez el cliente satisfecho será una ventaja competitiva de la empresa, ya que propagaría que es una empresa que brinda un excelente servicios y unos productos de calidad, influirán positivamente en otros clientes tomándonos como primera opción.

## DISCUSIÓN

Se realiza también un análisis de conceptos que giran en torno a la Gestión del Talento humano sobre los cuales se

basa la investigación y el diagnóstico. Según Andrade (2005) indica que la comunicación es para la organización el complemento perfecto del ser humano, ya que cuando hay una buena comunicación dentro y fuera de la compañía se cuenta con la certeza de que la información puede llegar a todos los rincones en los pretende la empresa darla a conocer. Por su parte Chiavenato (2009) comenta que la comunicación organizacional es un proceso que tiene las personas para intercambiar información en una empresa, a su vez añade que la comunicación puede resultar una ventaja comparativa o un enorme problema para la compañía por lo que casi siempre se presentan inconvenientes en el flujo de la información. Por otro lado Mass (1998) menciona que a partir de la comunicación y su apropiado manejo depende en gran parte el éxito de una organización.

Partiendo del análisis que sobre los aportes de estos autores, se puede inferir que desde el punto de vista de la comunicación esta permite plantear unas estrategias claras desde un proyecto que beneficia en tres variables específicas. El programa planteado como alternativa de solución, va acompañado de herramientas publicitarias que impulsaran de manera interna y externa la propuesta dentro de la empresa. Lo cual nos permitió analizar la gestión de calidad al servicio al cliente la cual permite que una empresa incremente su competitividad en el mercado pero además de esto permite el desarrollo de los objetivos organizacionales. Ya que los clientes son la razón de ser de cualquier organización por eso el trato hacia él debe ser el mejor y esto involucra una serie de elementos y factor humano que inciden en el desarrollo de todos los procesos que maneja la organización.

## REFERENCIAS

- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica*. España: Gesbilo, S.
- Berry, T. (1992). *Como gerencia la transformación hacia la calidad total*. Caracas: Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento Organizacional, La Dinámica Del Éxito En Las Organizaciones*. 2da Edición. México: Mc Graw Hill. México.
- González, f. (1999). Evaluación de la Calidad del servicio presentado en el Departamento de Atención al Cliente, de Interbank. Venezuela.

Karl, A. (1997) *La Revolución del Servicio*. 1<sup>ra</sup> Edición. Bogotá: 3R Editores.

Horovitz, J. (1997). *La Calidad del Servicio; A la Conquista del Cliente*. Madrid: Mc Graw Hill.

Karl, A. (1997) *La Revolución del Servicio*. 1<sup>ra</sup> Edición. Bogotá: 3R Editores.

Sistemas de gestión de calidad. Recursos, Procedimientos, Documentos, Estructura organizacional y Estrategias (ISO 9001-200).

Wellington, P. (1997). *Cómo Brindar un Servicio Integral de Atención al Cliente*. Kaizen: Mc Graw Hill.