

PORTADA

HOJA EN BLANCO

PORTADILLA

DEDICATORIA

INDICE

INTRODUCCION.

En el mundo empresarial, el cliente es una parte ideal y fundamental para que las empresas puedan superar las expectativas del cliente. El cliente exige un servicio rapido, eficaz en base a sus necesidades, exige una buena atencion que se basa en ser escuchado, comprendido y reconocido por parte de la empresa y de las personas que le brindan un servicio o un producto. A travez de esto las empresas pueden tomarlo como una estrategia empresarial para generar competitividad en el mercado laboral y poder generar mayores utilidades. Esto implica una serie de mejoras en la calidad del servicio que se ofrece , nuevas tecnologias , innovaciones y una preparacion en el personal contratado, entre otras.

El soporte y el éxito de una empresa se basa en “Los clientes”, ya que sin ellos la empresa no puede avanzar, no podria saber que mejoras o cambios podra hacer y no podria generar ganancias. El cliente da como resultado el hecho de gestionar estrategias para poder implementarlas , con el objetivo de poder satisfacer y establecer sus principales prioridades , que las ventas superen las expectativas de los empresarios y poder seguir creciendo a corto, mediano y largo plazo.

El objetivo de la presente investigacion es dar a conocer un panorama mas amplio de los aspectos en que influyen en la atencion del cliente en base a el incremento de ventas que se tengan en las empresas de materiales de construccion de Las Margaritas, Chiapas.

Se dara a conecer todos los aspectos relaciones con el servicio y la atencion a los clientes , desde un punto logistico, de la calidad , de la gestion y del personal.

Todo esto tiene como finalidad que las personas que puedan tener la oprtunidad y el tiempo a leer la investigacion puedan saber que mejoras realizar para poder generar competitividad hacia las demas empresas de los demas municipios, estados e incluso paises; y aprender a como poder ser mas profesionales, con un servicio de calidad por todos los trabajadores de una empresa.

Se espera que la presente investigacion pueda llegar a muchas personas y que se pueda ir cambiandoy mejorando los servicios en base a los clientes, que las

empresas de construcción incrementen sus ventas con las diferentes estrategias y mejoras que se abordara y se genere una mayor competitividad con las demás empresas nacionales e incluso internacionales. Sobre todo, que se de a conocer a mi municipio, esperando ayudar a muchos futuros empresarios y poder darles las mejores herramientas. Espero sea de un gran éxito para mi, para las empresas y para distinguir a mi municipio.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Cuáles son las necesidades y expectativas que los clientes esperan recibir por parte del personal al momento de buscar un producto o servicio en las empresas locales dedicadas a la venta de productos para la construcción de las Margaritas, Chiapas?

Una buena interacción y atención con el cliente es de suma importancia para obtener el éxito y poder hacer crecer la empresa a largo plazo, pero además no solo con el éxito obtenido se podrá poder dar el realce que querramos, si no que va a generar una lealtad y una confianza por parte del cliente, nos permitira conocer mas a fondo sus necesidades para poder optimizar las estrategias necesarias y poder reforzar con el personal interno de nuestra empresa el clima organizacional.

El cliente es mas importante que la empresa porque depende de sus acciones para poder hacerla crecer, sin los clientes las empresas no pueden seguir existiendo, depende de un buen trato que obtengan, una buena atención para poder dar a conocer sus productos o servicios.

Para las empresas las opiniones y las necesidades de los clientes cuentan para la toma de decisiones que vayan hacer a corto, mediano o largo plazo, ya que si este mismo considera un mal servicio por parte de ella, afecta la reputación de esta misma.

Como lo señala Zambrano (2020), las empresas que tienen éxito a escala nacional e internacional cuentan con un sistema de gestión de clientes que fomenta la repetición del negocio recompensando a los clientes por su fidelidad y confianza, y

añadiendo valor a los productos y servicios que compran. Este tipo de estrategias son una parte significativa dentro del desarrollo comercial que tienen las empresas ecuatorianas, principalmente las PYMES.

En 2024, Forrester informa que la experiencia del cliente será una alta prioridad para aproximadamente el 75 % de los profesionales de negocios y tecnología globales y sus organizaciones.

Los ejemplos de orientación al cliente en China se demuestran con el énfasis en las experiencias personalizadas del cliente en canales tanto en línea como fuera de línea.

Las empresas chinas priorizan la comprensión de las preferencias y comportamientos de los consumidores para ofrecer productos y servicios personalizados, fomentando relaciones sólidas y la lealtad de los clientes.

La priorización del servicio al cliente en otros países se centra en la fidelidad de la marca o servicio que se le ofreciera priorizando sus necesidades básicas para poder brindarles la mejor calidad posible y se queden satisfechos con el resultado.

Por otra parte, Don **Miguel Ángel Camacho Hernández** es un ciudadano de **Tuxtla Gutiérrez** que se hizo comerciante a los 13 años de edad. Ahora, su empresa de ropa lleva 54 años en el mercado. Llegó procedente de **Puebla** y se asentó en la capital de **Chiapas**. Él asegura que la clave del éxito en medio de la **modernidad** y la **globalización** ha sido la atención **personalizada** a sus clientes.

Los comercios de **Tuxtla Gutiérrez** han sido disciplinados. Ahora, existen negocios que provienen de otros estados, como el Estado de **México y Puebla**, formando un gran cinturón del comercio informal, permitido por el presidente municipal en turno y la Cámara **Nacional de Comercio, Servicios y Turismo**. Sin embargo, la empresa de Don **Miguel Ángel Camacho** ha logrado mantenerse durante 54 años gracias a la calidad de su servicio y a la lealtad de su clientela de todo el estado.

La priorización de la calidad en el servicio es un problema que no todas las empresas saben como controlar, un claro ejemplo es la experiencia de este empresario, actualizándose en base a las tecnologías, la innovación para que el

cliente se pueda ir con el mejor sabor de boca de la atención que se distinguirá de las demás empresas.

CEMEX es una compañía internacional dedicada a la industria de la construcción, fundada en 1906 que ofrece productos y servicios de este ramo.

Tanto es así que en México se ha posicionado como una empresa valiosa con un valor de 2,729 millones de dólares, lo cual la ubica en el quinto lugar del ranking de Brand Finance.

Su éxito se basa en:

- El percibir la **lealtad de los consumidores a la marca** como una ventaja sostenible competitiva.
- Construir una colaboración eficiente para su desarrollo empresarial.
- Ser una empresa con responsabilidad social.

Esta empresa está dedicada en México a estar ampliamente comprometida con el deber ser de una empresa, la buena atención y el seguimiento continuo de lo que requiere el cliente da mucho que hablar, ya que desde un punto de vista personal, el trabajar con ellos en la empresa donde laboro ha llevado a poder seguir adquiriendo clientes por los beneficios que le brinda a un cliente final.

En las Margaritas, siendo un municipio grande en extensión territorial, pero industrialmente pequeño, de las pocas empresas que tenemos en el municipio, la mayor parte se ha esforzado a poder brindarle la comodidad al cliente desde los servicios a domicilio, pero se ha requerido de mayor capacitación al personal para poder ofrecer desde la personalidad de cada persona una mejor atención, se ocupa de un mayor compromiso y una mejor organización, todo esto partiría en base a la contratación del personal que RH haga, la labor para poder contratar a personas realmente capaces de poder asumir la verdadera atención y poder ser empresas distinguidas en el mercado, para que a partir de ello la financiación sea mayor y así captar más clientes.

PREGUNTA GENERAL

¿Cuáles son los elementos básicos a considerar en la atención al cliente?

1. Actitud

La actitud y la apariencia es gran parte de la imagen de la empresa. Esto fomentará en los clientes una experiencia más agradable.

2. Honestidad

Este es un factor crucial, por eso nunca prometer a un cliente algo que no se podrá cumplir.

3. Comunicación efectiva y respetuosa

Dirigirse con respeto y mantener una comunicación cordial contribuye a que los clientes hagan lo mismo con la empresa y además tengan una buena impresión de la empresa.

4. Control de las emociones

Reconocer nuestras emociones y mantener un enfoque positivo conservara la capacidad de ver las situaciones con el mayor optimismo posible. La inteligencia emocional es uno de los pilares fundamentales de la atención al cliente.

5. Empatía

Este principio generará una conexión favorable en la relación con el cliente.

6. Paciencia y tolerancia

La tolerancia también es parte del respeto, por lo que es importante conservar la compostura.

7. Responsabilidad

Cumplir con lo prometido es muy importante, ya que, si un cliente se decepciona, difícilmente vuelva a la empresa. Es importante cumplir con las metas diarias y con los objetivos propuestos a corto, mediano y largo plazo.

8. Conocimiento y precisión

Para ofrecer los productos de la mejor manera a los clientes debemos conocerlos en detalle. A la vez, es importante que la información brindada a los clientes sea verídica y lo más clara posible para no dejar lugar a confusiones.

9. Trabajo en equipo

Un ambiente de trabajo positivo fomenta un clima cálido dentro de la empresa lo que hace que el trabajador se sienta más a gusto, con pensamientos positivos y dispuesto a resolver dudas e inconvenientes.

10. Iniciativa

Ser proactivo, dar sugerencias, tratar de anticipar a lo que el cliente quiere y resuelve sus dudas.

PREGUNTAS ESPECIFICAS

- ¿Cuál es el impacto de la atención al cliente para que una empresa logre crecer?

Un equipo de atención al cliente es una conexión directa entre los clientes y la empresa. Poner en práctica un servicio esencial de atención al cliente puede mejorar las relaciones con los clientes y mejorar a la empresa. Un servicio esencial de atención al cliente es también lo que hace que los clientes vuelvan a la empresa con el tiempo.

Con un servicio de atención al cliente de primera categoría, las empresas pueden reducir los costes de adquisición de clientes y desarrollar seguidores fieles. Los clientes fieles incluso aportan más negocio a las empresas. Convencen a otros clientes potenciales de que compren las marcas que se manejan y así también eso es una excelente publicidad gratuita para cualquier empresa, si se sabe usar de la mejor manera.

- ¿Cuál es la diferencia entre la experiencia del cliente y el servicio al cliente?

El concepto de SERVICIO AL CLIENTE implica la **asistencia concreta que brinda una empresa a su consumidor**. Se trata de un área específica de la organización, que cuenta con un equipo de agentes especializados y estrategias para brindar un correcto asesoramiento al cliente.

Según un informe, el **54%** de los encuestados respondió que sus **expectativas para el servicio del cliente eran más altas** que el año anterior. Por eso, resulta esencial invertir recursos en garantizar un servicio excepcional.

CARACTERISTICAS

1. Resolución ágil de problemas

Según el [Informe de Tendencias en CX 2023 de Zendesk](#), el **72% de los clientes quiere un servicio inmediato**. Esto significa que se debe enfocar en brindar agilidad y precisión en las respuestas a las consultas de tu comunidad.

2. Agentes empáticos y amigables

El mismo estudio reveló que 7 de cada 10 consumidores que interactúan a menudo con soporte afirman que una mala interacción con una empresa puede arruinarles el día. Por lo tanto, es fundamental que los agentes de servicio sean empáticos y amigables.

3. Distintas alternativas de canales de contacto

Otro hallazgo del Informe de Zendesk fue el siguiente: solo el **42% de los negocios** ofrecen dos o más canales de soporte. Sin embargo, los clientes piden ayuda a través de diversos puntos de contacto: correo electrónico, redes sociales, aplicaciones de mensajería.

La EXPERIENCIA DEL CLIENTE se define como **todas las interacciones entre la empresa y el consumidor**. Abarca todas las etapas del viaje del cliente por lo que implica un proceso mucho más amplio y complejo que el servicio de atención.

Actualmente, con la aceleración de la transformación digital, **las expectativas de los clientes se elevaron a un nuevo nivel**. Según el informe de tendencias 2023 de Zendesk, **más de la mitad de los clientes se marcha luego de una sola mala experiencia**.

Por esta razón, resulta necesario analizar en profundidad todos los **puntos de interacción con el cliente y optimizarlos**. Solo de esta forma, se podrá brindar a los clientes una experiencia positiva e inolvidable.

3 PUNTOS DE INTERACCIÓN CLAVE PARA LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

1. Productos

Los clientes quieren adquirir productos que resuelvan su necesidad.

2. Persona

Al momento de interactuar, los clientes buscan formar vínculos humanos con la empresa: de empatía, pero también de eficiencia.

3. Proceso

El proceso debe ser ofrecer una experiencia fluida y memorable para generar sensaciones positivas en el cliente.

- ¿Cuál es la experiencia del cliente y que estrategias se pueden implementar para mejorar la atención y aumentar las ventas?

La experiencia del cliente (CX) es un término general que puede incluir cualquier cosa que una organización haga para apoyar, interactuar y deleitar a los clientes durante sus procesos de evaluación, compra y poscompra. Una buena o mala experiencia del cliente puede ser un diferenciador clave para las empresas. Proporcionar una experiencia de clientes de una manera que los mantenga comprometidos y satisfechos con la empresa y, en última instancia, inspire fidelidad.

7 de cada 10 consumidores compran más a empresas que ofrecen experiencias de conversación fluidas? Esto fue lo que reveló el Informe de Tendencias en CX 2023 de Zendesk. De hecho, cada vez más organizaciones reconocen que la experiencia del cliente es crucial para el negocio y apuestan por optimizarlo. Los datos del informe también indican que el **71% de los líderes empresariales** están comprometidos con reimaginar el servicio al cliente.

1. Comprender los puntos débiles del cliente

2 Experiencias personalizadas

3. Auditar la experiencia del cliente

4. Utilizar la asignación del recorrido del cliente

5 Mejorar el servicio al cliente

6. Implementar tecnología para mejorar las experiencias

7. Innovar para adelantarse a las expectativas de los clientes

- ¿Qué herramientas tecnológicas se pueden utilizar para crear una conexión con el cliente?

1. El chatbot. Es una herramienta de atención al cliente que permite intercambiar mensajes entre un usuario y un robot, simulando un diálogo natural. Es una excelente solución para brindar asistencia 24/7 y reducir el volumen de tickets de soporte, principalmente para preguntas frecuentes (FAQs) o de baja complejidad.

2. Las **aplicaciones de mensajería** permiten enviar mensajes a través de Internet en tiempo real, de forma asincrónica o sincrónica. Según el Informe "[La Mensajería en 2020](#)", las aplicaciones de mensajería son las herramientas de servicio al cliente más populares en América Latina.

3. Los dispositivos de asistencia por voz son un tipo de tecnología capaz de realizar tareas desde un comando de voz. Cortana, Siri y Alexa son ejemplos de estas herramientas de atención al cliente.

El 70% de los líderes de CX cree que la IA generativa aumenta la eficiencia de cada interacción digital con los clientes, desde las funciones de búsqueda hasta los asistentes de voz, de acuerdo con CX Trends 2024.

4. Llamadas telefónicas. El **66% de los clientes utiliza el soporte telefónico para resolver problemas con las empresas** y esperan recibir una respuesta en menos de 5 minutos. A su turno, el 25% de los gerentes tiene pensado agregar este canal en los próximos 12 meses para ampliar sus herramientas de atención al cliente.
5. Redes sociales. Incluir Instagram, Facebook, Twitter, Telegram y otras plataformas entre tus herramientas de atención al cliente ampliará tu presencia digital en los lugares que tu audiencia frecuenta. Según el informe de Zendesk mencionado, el 5% de las personas las usan para resolver asuntos generales y el 3% para problemas complejos.
6. Centro de atención. De acuerdo con [datos de Statista](#), el **89% de los consumidores estadounidenses espera que las empresas tengan un portal de soporte de autoservicio en línea**. Además de cumplir con la satisfacción del cliente, incluir un centro de ayuda entre tus herramientas de soporte te permitirá ahorrar tiempo con preguntas frecuentes y reducir la cantidad de tráfico telefónico para problemas comunes.
7. Foro de la comunidad. Entre las herramientas de atención al cliente, el foro de la comunidad es un espacio digital donde los clientes de una empresa pueden comunicarse y colaborar en torno a un tema. Allí, los moderadores pueden ofrecer respuestas oficiales a las preguntas de los usuarios y proporcionar espacio para que otros clientes colaboren en la creación de conocimientos.
8. Formulario en línea. El **formulario en línea** también forma parte de las herramientas de atención al cliente y es la **opción del 28% de las personas para resolver sus problemas**, de acuerdo con el Informe de Tendencias 2020 de Zendesk.

- ¿Qué mejoras se podría implementar en la gestión de las cadenas de suministro de los productos y materiales de construcción para superar las expectativas de los clientes?

Una gestión eficaz de la cadena de suministro ayuda a obtener ventajas competitivas, optimizar los costes y mejorar los indicadores financieros de la empresa. Sin embargo, para lograr estos beneficios se requiere la coordinación de procesos junto a la implantación de herramientas digitales innovadoras que faciliten el control de los procesos y permitan su posterior optimización.

La gestión de la cadena de suministro se refiere a actividades llevadas a cabo tanto dentro como fuera de la empresa, tales como la organización del flujo de bienes y servicios, la resolución de problemas, la toma de decisiones o la gestión de recursos. Su objetivo es dar a la empresa una ventaja en el mercado satisfaciendo las necesidades del cliente final de la forma más eficiente y completa. El buen funcionamiento de la cadena de suministro está directamente relacionado con la automatización de procesos. Hoy en día, la tecnología es esencial para alinear los planes de producción con las entregas o acelerar el cumplimiento de los pedidos. El uso de sistemas de gestión innovadores junto a unas instalaciones modernas proporcionan unos mejores resultados en la gestión de la cadena de suministro.

OBJETIVO GENERAL

Mejorar la productividad de la empresa en base a la mejora de la atención al cliente considerando necesidades, problemas y recursos disponibles en las empresas locales dedicadas a la venta de productos para la construcción de Las Margaritas, Chiapas.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Aumentar la satisfaccion de los clientes en un plazo determinado.

Conocer las necesidades de los clientes y establecer una acción rapida ante el servicio que se ofrece , en atenciones directas hacia ellos (en ventas de piso y mostrador).

- Satisfacer las necesidades de los clientes.

Implementar estrategias que logren que el cliente tenga y cumpla con su expectativa de un servicio de calidad (subjetivamente) incluso que la supere, provocando elegir a la empresa.

- Fomentar el mejoramiento del servicio que ofrece el empleado al cliente.

Capacitar al personal y tener mejores herramientas que ayuden a poder elegir a personas aptas para poder ofrecer la atencion adecuada a los clientes.

- Pocisionar en la preferencia de los clientes determinadas marcas.

Elegir marcas mejores posicionadas para poder ofertar a los clientes y darlas a conocer en los medios de comunicación de una manera llamativa.

- Innovar en las atenciones del cliente para ofrecer un servicio rapido y eficaz.

Manejar ciertos tipos de aplicaciones , como los servicios que ofrecen las empresas de (Mercado libre) en donde el cliente conozca el estatus de su pedido y cumplir con lo que este requiera.

- Identificar al publico objetivo.

Conocer a que tipo de publico se promocionara el servicio y las marcas que se manejen para poder ofertar promociones.

- Contratar a personal capacitado para mejorar la gestion de clientes.

Determinar el tipo de persona que estara frente a los clientes, con caractere de amabilidad y cortesia, que sepa manejar emociones ante ciertas situaciones que involucren resolverles a el publico objetivo.

JUSTIFICACIÓN

La atencion al cliente en una empresa, negocio o servicio en el que se tenga contacto directo con ellos, es de suma importancia para poder dar a conocer a nuestra empresa, dar reputacion a las marcas que se manejan, cumplir con sus gustos y necesidades para que los clientes esten satisfechos y sean mas propensos a volver a comprar , llamar su atención y un buen servicio al cliente ayuda a destacarse entre la competencia , sera una diferenciación que se hara del resto de ellas. De esta forma es como se van adquiriendo y sumando clientes fieles a una empresa, donde compraran con mayor frecuencia , lo cuál como consecuencia aumentaran los ingresos; esto no solo beneficiara a un gerente, dueno de la empresa, si no que también, se podrá usar para poder innovar en la calidad del servicio que se ofrecerá, optando por más herramientas que ayuden a que el cliente se le de la certeza de un buen servicio por parte del personal.

Para brindar una buena atención al cliente, es importante considerar los siguientes aspectos:

- Ofrecer la mejor experiencia al consumidor
- Resolver problemas y dudas
- Comunicarse de manera clara, empática y eficaz
- Tener interacciones genuinas
- Anticipar las necesidades del consumidor

La empresa **Zendesk** (Empresa estadounidense con sede en San Francisco, California. Ofrece productos de software como servicio (SaaS) relacionados con la atención al cliente, las ventas y otras comunicaciones con los clientes). Señala que

un 66% de los consumidores que interactúan a menudo con soporte dicen que “Una mala interacción con una empresa puede arruinarles el día”.

Esto quiere decir, que la experiencia que se lleve el cliente es un factor que influye en la lealtad de los consumidores , y las empresas deben de invertir en la experiencia del cliente y su servicio para poder tener interacciones eficientes y duraderas con ellos y evitar que la competencia sea un factor que detone en los ingresos que las empresas tengan.

Una buena atención al cliente siempre ayuda a retenerlos, porque los hace sentir satisfechos y valorados, lo que busca el cliente es cumplir las expectativas con sus compras, esto provocara que aumente la probabilidad de que regresen y vuelvan hacer mas compras. Considero que la mayoría de las empresas de construccion en Las Margaritas, Chiapas, necesitan de mas atencion especializada hacia ellos para poder crecer y evitar que los clientes busquen en otros municipios lo que podrian encontrar en el lugar donde viven. Sin los clientes no podria crecer una empresa. El retener a un cliente aumentan las ganancias y el capital , entre mayor atencion, mayor influencia se tendra en el mercado para que nuevos clientes se vuelvan fieles a la empresa; las acciones que ellos realicen influiran en el éxito de cualquier organización. Sin clientes, las empresas no tienen razón de existir, ya que su principal objetivo es satisfacer una necesidad o solucionar un problema de un grupo de personas.

HIPÓTESIS

La falta de atencion al cliente provoca que los clientes busquen otras opciones o compren en linea, teniendo como consecuencia una baja en las ventas en las empresas locales de Las Margaritas, Chiapas.