



## **FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**

“Análisis de los factores que influyen en la calidad del Servicio al Cliente de Ecuador Overseas Agencies en el 2015”

Estudio de caso que se presenta como opción al título de: Ingeniera en administración de empresas énfasis Gestión empresarial con mención en administración de ventas.

Autor: Alexa Morán Bravo

Tutora: Máster Karina Chávez de Muñoz

Guayaquil

2016

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de investigación a todas aquellas personas que han estado conmigo siempre, a todos quienes me dieron toda su ayuda posible.

A mis amigos, quienes sin su paciencia y dedicación no hubiese podido llevar a cabo mi caso de investigación. A mis compañeros por su constante apoyo y motivación. A mis padres quienes triunfan junto a mí y a una persona muy especial que estuvo siempre conmigo y hoy ya no se encuentra aquí.

## AGRADECIMIENTO

*“A mis padres, Mario y Mildred, a mis hermanos, Axel y Boris, con su esfuerzo, ejemplo y perseverancia han logrado mi constancia en cosechar éxitos”*

*“A mis compañeras de trabajo, Katiuska, Marcela y Beatriz quienes han sido un gran soporte durante mi formación profesional; y en especial a Ingrid por su paciencia y dedicación”*

*“A mis amigas, Adriana y Verónica, por estar presentes siempre. Y de manera especial a Xavito, quien partió antes de tiempo y que ha influenciado de manera positiva en mi vida”*

## RESUMEN

Ecuador Overseas Agencies (EOA) es una empresa que se dedica a ofrecer servicio técnico autorizado a los equipos de salud a nivel nacional tales como: tomógrafos, resonancias magnéticas, desfibriladores, angiógrafos, equipos de rayos x, ultrasonidos, entre otros. EOA es una compañía que tiene constante trato con sus clientes, dado que los ingenieros técnicos mediante mantenimientos aseguran el óptimo rendimiento de equipos médicos de forma continua y a su vez, los centros de salud pueden ofrecer un correcto diagnóstico a sus pacientes.

El servicio al cliente es la característica fundamental de esta compañía lo cual destaca al atender a los llamados de los requerimientos de los clientes de manera inmediata, complementando el diagnóstico dado por los ingenieros técnicos con entrega oportuna de repuestos. Es por esto que en pos de ofrecer una alta calidad de servicio al cliente se realizó la siguiente investigación la cual tiene como objetivo determinar los factores que influyen en la calidad del servicio al cliente de Ecuador Overseas Agencies.

Esta investigación busca responder a las siguientes problemática: ¿Cómo repercute en la satisfacción de los clientes de EOA la calidad del servicio al cliente? ¿Cuál es el nivel de satisfacción que tienen los clientes de Ecuador Overseas Agencies? ¿Cómo podría EOA mejorar continuamente la atención al cliente?

A través de un estudio exploratorio-descriptivo se llevó a cabo una investigación documental y de campo. Se utilizó como herramienta de investigación un cuestionario, el cual consto de 12 preguntas que evaluar servicio recibido de los clientes de EOA actualmente. El universo contó con 125 centros de salud, del cual se obtuvo una muestra de 78 clientes, quienes fueron encuestados y cuyos resultados reflejaron los niveles de satisfacción y al mismo tiempo aquello en lo que se debe mejorar.

Se realizaron además varias propuestas para una mejora continua lo que conlleva a la toma de decisiones y resolver la problemática con eficiencia y eficacia.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

### Contenido

INTRODUCCIÓN .....	1
Marco Contextual.....	1
Marco teórico .....	2
Justificación .....	3
Planteamiento del Problema de Investigación .....	4
Objetivos.....	5
Objetivo general: .....	5
Objetivos específicos:.....	5
Aporte práctico.....	5
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	7
Servicio .....	7
Calidad.....	8
Servicio al cliente.....	8
Calidad de servicio al cliente .....	10
DIAGNÓSTICO .....	12
Metodología .....	13
Tipo de estudio realizado.....	13
Herramienta empleada .....	14
Período y lugar donde se desarrolla la investigación .....	14
Universo y muestra.....	14
Procesamiento y Análisis de la información.....	16
Análisis FODA .....	25
RESULTADOS Y PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN .....	28
Resultados.....	28
Propuestas.....	32
CONCLUSIONES .....	34
BIBLIOGRAFÍA .....	35
ANEXOS .....	1
Anexo 1: Ecueta.....	1
Anexo 2: Orden de servicio.....	5

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 .....	26
Tabla 2 .....	28
Tabla 3 .....	29
Tabla 4 .....	29
Tabla 5 .....	30
Tabla 6 .....	30
Tabla 7 .....	32

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Tiempo estimado de cliente de EOA.....	17
Figura 2: Recomendación del servicio. ....	18
Figura 3: Calificación personal Call Center .....	19
Figura 4: Nivel de satisfacción respecto a ingenieros de servicio técnico.....	20
Figura 5: Nivel de satisfacción de servicios EOA .....	21
Figura 6: Nivel de satisfacción respecto a retroalimentación de Ingenieros técnicos .....	22
Figura 7: Área a considerar mejora.....	23
Figura 8: Expectativas del servicio prestado.....	24

## **INTRODUCCIÓN**

### **Marco Contextual**

Durante los últimos 8 años, el gobierno de la república del Ecuador ha implementado convenios con instituciones hospitalarias privadas para que los usuarios del seguro social puedan ser atendidos en centros médicos privados siendo, el estado el que cubre todos los gastos de salud de los afiliados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).

Antes de la implementación de estos convenios, era difícil para los ciudadanos tener acceso al servicio de salud integral, debido a que los hospitales públicos y hospitales del IESS siempre estaban llenos, lo cual perjudicaba directamente a las personas que no podían recibir la atención médica necesaria debido a los elevados precios de la atención en instituciones de salud privada. La demanda de afiliados que existe actualmente en el país, que se ha incrementado por varios factores: crecimiento de natalidad, afiliación voluntaria, atención gratuita a familiares de afiliados, lo cual incurre en el crecimiento del PIB en el campo de la salud.

A partir de la ley del sistema nacional de salud artículo No. 56 de la constitución del Gobierno Nacional de la república del Ecuador del año 2008, el afiliado reciba una atención personalizada y especializada lo que ha promovido la adquisición y mejoramiento de equipos médicos especializados. Esto a su vez ha originado el crecimiento de una base instalada nacional de Ecuador Overseas.

Durante el enlace ciudadano No. 424 realizado el 16 de mayo de 2015, el Presidente de la República, el Economista Rafael Correa Delgado, se refirió al proyecto sobre el presupuesto exclusivo al área de la Salud, con el cual cubriría un porcentaje mayor de ciudadanos que pudiesen gozar de todos los beneficios tanto en hospitales públicos como en los privados.

Rafael Correa durante su informe semanal manifestó: “El presidente Rafael Correa informó ayer, durante el enlace, que creará el Fondo de Salud del Ecuador (Fonse), que establecerá los presupuestos de los hospitales del Ministerio de

Salud Pública (MSP), del Instituto de Seguridad Social de las Fuerzas Armadas (Issfa) y de la Policía (Isspol)” (El Universo, 2016 p.8).

El servicio a clientes de instituciones médicas se basa en la constante comunicación que existe entre el cliente y el proveedor, la atención técnica que se realiza para mantener los equipos de salud en óptimo funcionamiento y a su vez mejore su desempeño.

En el Ecuador existen pocas compañías distribuidoras de equipos de salud y suministradoras de repuestos para los mismos, como lo son: Siemens, General electric, Ecuador Overseas, entre otras.

### **Marco teórico**

Ecuador Overseas es una empresa dedicada a la venta de equipos y suplementos médicos; tales como tomógrafos, resonadores, mamógrafos, Angiógrafos, desfibriladores, electrocardiógrafos, y entre otros los cuales permiten contribuir en el mejoramiento de la atención y los servicios de salud en el país, manteniéndose a la vanguardia de los equipos médicos de alta tecnología a nivel mundial. Ecuador Overseas ha implementado un programa que asegure porcentajes de vida útil en el funcionamiento de los equipos, similares a los que se obtiene en los Estados Unidos. De este programa nació la compañía hermana, Ecuador Overseas Agencies.

Ecuador Overseas Agencies es una empresa dedicada a brindar servicio técnico autorizado y especializado a los equipos de salud a nivel nacional, fundamentado en la capacidad tecnológica que permite ofrecer la mejor asistencia técnica con ingenieros altamente calificados en las diferentes líneas de especialidad y prestos a servirle a sus clientes las 24 horas del día, los 7 días de la semana.

Tschohl (2008) afirma:

Calidad del servicio es la orientación que siguen todos los recursos y empleados de una empresa para lograr la satisfacción de los clientes; esto incluye a todas las personas que trabajan en la empresa, y no solo a las que tratan personalmente con los clientes o a las que se comunican con ellos por medio del teléfono, fax, carta o de cualquier otra forma (P.21).

El nivel de calidad del servicio al cliente de Ecuador Overseas Agencies es lo que hace que la compañía Ecuador Overseas siga siendo la número uno en cuanto a ventas de equipos médicos, debido a que la calidad del servicio prestado por la compañía EOA garantiza el correcto funcionamiento y mejor desempeño de sus equipos.

Según Pizzo (2013) la calidad del servicio es el 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.

### **Justificación**

Actualmente debido al aumento de inversión del gobierno en el sector de la salud, ha crecido la demanda de equipos y sus mantenimientos, por lo que la competencia se ha incrementado generando así nuevas exigencias del mercado como lo es la calidad del servicio otorgado.

La empresa Ecuador Overseas Agencies promueve el mejoramiento continuo de la calidad de servicio que ofrece a sus clientes a través de su arduo trabajo día a día, el cual se manifiesta por la constante comunicación que existe entre el cliente, las instituciones medicas, con el proveedor.

El ser humano necesita comunicarse, pero la comunicación debe ser clara para que sea efectiva.

La escucha es indispensable para el diálogo, pero no siempre que escuchamos dialogamos, porque el diálogo requiere de quien escucha la voluntad de reaccionar a lo que ha escuchado. El diálogo es, en efecto, una perfecta conjunción de recepción y salida de uno mismo. (Torralba, 2007).

Las empresas promueven este tipo de comunicación a través de sus valores y misión. Es por esto que mediante este análisis se pretende formular recomendaciones que propicien resultados positivos en el desempeño del centro de atención a clientes de servicio técnico por teléfono (Call Center) de Ecuador Overseas Agencies. Dicho análisis servirá adicionalmente para la elaboración de un plan de mejoras para la empresa.

### **Planteamiento del Problema de Investigación**

Uno de los grupos de interés más susceptibles y por el cual se debe enfocar el mayor esfuerzo, es el conformado por los clientes, lo cual conlleva el compromiso de replicar y lograr reflejar la misión y visión de la empresa en cuanto a tecnología médica de punta, compromiso de servir y preservar la salud, generar confianza y seguridad a través de nuestro equipo humano de trabajo, puntos importantes que lograrán obtener la satisfacción de nuestros clientes.

E.O.A. Servicio S.A. ha ido evolucionando y creciendo según las exigencias del mercado, sin embargo en la actualidad se han detectado falencias en cuanto a la calidad del servicio que la empresa ofrece. Otro grupo de interés importante es el cliente interno, “una correcta administración de relaciones con los grupos de interés ..... Promueve mayor grado de confianza entre las partes interesadas ...” (Robbins, Decenzo & Coulter, 2009).

El factor con mayor relevancia que conlleva a la satisfacción del cliente interno de una empresa es el clima laboral, al propiciarlo en base a una buena gestión por parte de los directivos facilitará el lograr obtener el terreno adecuado para alcanzar un mejoramiento en el comportamiento de los trabajadores, en su forma de trabajar y relacionarse con los demás de tal manera los objetivos serán alcanzados a corto y mediano plazo.

Es importante determinar para cada área de trabajo un líder que cumpla su función de delegar equitativamente el trabajo, objetivos a corto y mediano plazo, y finalmente promover un reporte de resultados que sean el empuje para que cada departamento cumpla con lo solicitado por los altos mandos.

De tal manera se consolidará el trabajo en equipo que día a día logrará que se cumplan los objetivos corporativos esperados.

De tal manera, se presentan las siguientes preguntas problémicas:

¿Cómo repercute en la satisfacción de los clientes de EOA la calidad del servicio al cliente? ¿Cuáles son los factores que influyen en el manejo del servicio al cliente? ¿Cuál es el nivel de satisfacción que tienen los clientes de Ecuador Overseas Agencies? ¿Cómo podría EOA mejorar continuamente la atención al cliente?

## **Objetivos**

### **Objetivo general:**

Determinar los factores que influyen en la calidad del servicio al cliente de Ecuador Overseas y su incidencia en la comercialización de sus insumos.

### **Objetivos específicos:**

1. Desarrollar los aspectos teóricos relacionados con el servicio al cliente y la comercialización de insumos en las institucionales de servicios.
2. Diagnosticar el nivel de satisfacción del servicio al cliente de Ecuador Overseas Agencies en la actualidad.
3. Diseñar un plan de acción para lograr una eficiencia sostenible en la gestión de la comercialización en la institución de Ecuador Overseas Agencies.

## **Aporte práctico**

El obtener un alto índice de aportes en el campo de la salud, a nivel local por parte del Gobierno, y a nivel Internacional por organismos dedicados al apoyo a Fundaciones y demás, se logrará que Clínicas y hospitales tengan mayor inversión en equipos de alta tecnología que puedan cubrir las expectativas de los pacientes, lo cual conllevará a que la empresa obtenga comercialmente su

objetivo, y posterior a ello poder otorgar a todos sus clientes los niveles de servicio trazados, en cuanto a mantenimientos de equipos de salud.

## **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

“La auditoria del servicio es el conjunto de estrategias que una empresa diseña para escuchar, en forma metódica y sistemática, la evaluación que el cliente hace a la calidad y los niveles de satisfacción, con el servicio que recibe, dentro de los estándares de excelencia previamente acordados y definidos” (Humberto, 1998, P.19).

En base a esto se resalta que la opinión, y/o información que se obtiene del nivel de satisfacción de cada cliente refleja la calidad del servicio en cuanto a eficiencia y eficacia en pos del alcance de las metas de la compañía.

Las compañías acostumbran a subestimar el impacto que puede alcanzar el grado de satisfacción de servicio sobre su nivel de competitividad. Poder ofrecer una alta calidad de servicio al cliente es lo que genera a Ecuador Overseas Agencies la ventaja competitiva.

Este apartado está compuesto de distintos conceptos para soportar este trabajo de investigación. A continuación se desglosan los términos más destacados.

### **Servicio**

Para Fisher y Navarro el servicio “Es el conjunto de actividades, beneficios o satisfactores que se ofrecen para su venta o que se suministran en relación con las ventas” (1994, P. 175). Kotler indica asimismo que “Es cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico” (1997, P. 656). Colunga dice que el servicio “Es el trabajo realizado para otras personas” (1995, P. 25).

En base a estos tres autores se entiende por servicio como todas aquellas actividades realizadas por los colaboradores de una empresa en pos de la satisfacción de un cliente. Ya determinado lo que es el servicio, se procede a definir qué es la calidad.

## **Calidad**

La definición de calidad se enfoca actualmente en comparar lo que los clientes esperan o perciben de un servicio. En el constante perfeccionamiento que realizan las industrias que ofrecen servicios, se ha pretendido un proceso de una nueva perspectiva del concepto de la calidad que se enfoca en la visión que tiene el consumidor (García, 2001, P. 55).

Juran (1990) señala que:

La palabra calidad tiene múltiples significados. Dos de ellos son los más representativos: 1.- La calidad consiste en aquellas características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto. 2.- Calidad consiste en libertad después de las deficiencias (P. 38).

Para Imai “la calidad se refiere, no solo a productos o servicios terminados, sino también a la calidad de los procesos que se relacionan con dichos productos o servicios” (1998, P. 10).

Tomando en consideración lo expuesto por estos tres autores, es importante lograr alcanzar niveles de satisfacción altos en los clientes y/o consumidores, considerando que “lo que se espera o percibe” de un bien o servicio permitirá alcanzar la calidad que se anhela como organización.

Una vez definidos los conceptos de servicio y calidad se puede unir estos vocablos para determinar el concepto de servicio al cliente. A continuación se presentan diversas asepciones de varios autores.

## **Servicio al cliente**

Actualmente, lo que los clientes o consumidores precisan como servicio ha cambiado radicalmente, el concepto del mismo abarca negociación de precios convenientes, alta variedad de productos, distribuidores exclusivos o principales de la marca y rapidez de las actividades comerciales. No obstante, algunas variables de lo que definen el servicio siguen siendo las mismas tales como: conocimiento del producto, atención, preparación de los empleados, destreza y entusiasmo para agilizar cualquier inconveniente del cliente, entre otras.

Tschohl (2008) considera que el buen servicio implica mantener a los clientes existentes, atraer a los nuevos a través de una buena impresión que demuestre satisfacción constante en el tiempo (P. 28).

Es por esa razón, que el análisis de los factores que influyen en la calidad del servicio que ofrece EOA es generar la lealtad de los clientes, incrementar las ventas, diferenciación ante la competencia, bajar los niveles de inconformidad y/o tardanza de gestiones, reforzar la imagen positiva de la empresa.

Un buen servicio al cliente puede ser considerado un mecanismo promocional para las ventas tan eficaces como la publicidad, los descuentos o la venta personal.

El buen servicio al cliente se basa en hacer que el cliente retorne satisfecho lo cual se verá reflejado en los positivos comentarios acerca del buen servicio recibido lo que consecutivamente podrían atraer a nuevos clientes.

En la actualidad, el mejor tipo de publicidad para una marca es el recibir comentarios positivos sobre la experiencia que se obtuvo al utilizar un determinado producto, es el tipo de publicidad que se gana sin necesidad de inversión o presupuesto a través de medios publicitarios. Mantener a los clientes es mucho más fácil que conseguir uno nuevo, ya que representa seis veces más su costo.

Acorde a Serna, Sena Gómez y Gómez (2006) el servicio al cliente es: “el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos” (P. 19). Como resultado de lo mencionado por Serna, los clientes son perceptivos al servicio que reciben de sus proveedores, por lo tanto, es necesario siempre tener una retroalimentación del servicio recibido para mantener la calidad o mejorar en algún aspecto en particular.

A través de encuestas periódicas, buzón de sugerencias y un sistema de reclamos. se pueden establecer parámetros para la mejora continua a las empresas ya que mediante esta información se puede detectar los niveles de satisfacción que tiene el cliente respecto al servicio que percibe y asimismo, permite revelar en que se está fallando. De darse el caso de existir las debilidades

permítanse debe buscar soluciones adaptables al mercado que se conviertan en oportunidades y fortalezas dentro del mismo.

Tschohl (2008) relata: “Los negocios son exitosos porque buscan resolver los problemas y satisfacer las necesidades de sus clientes. Solo cuando se logra esto se puede generar suficiente dinero para cubrir los costos, liquidar los gastos y obtener una ganancia” (P. 28). De la misma manera, Lovelock (1990) afirma que:

El servicio al cliente implica actividades orientadas a una tarea, que no sean la venta proactiva, que incluyen interacciones con los clientes en persona, por medio de telecomunicaciones o por correo. Esta función se debe diseñar, desempeñar y comunicar teniendo en mente dos objetivos: la satisfacción del cliente y la eficiencia operacional (P. 497).

La mayoría de las empresas interpretan esto de la manera opuesta, debido a que los grandes empresarios velan primero por satisfacer las necesidades de la compañía, antes que las de sus clientes.

### **Calidad de servicio al cliente**

Ishikawa, (1997) indica que: “la calidad empieza en los clientes y era responsabilidad de toda la empresa, de cada uno de los departamentos y personas que lo conformaban, desde los altos mandos, hasta la base” (P. 47).

Mantener un buen servicio al cliente incluye tener contacto cara a cara con el cliente, debe existir comunicación constante, solicitudes cumplidas, entre otras. El comportamiento de las diferentes personas con las que el cliente trata para obtener lo solicitado, repercute altamente en la actitud que estos reflejan mediante sus actividades, es decir el cliente inconscientemente nota desde la forma de hablar y la facilidad de expresarse con cortesía para ofrecer información hasta el momento de contestar o realizar preguntas o incluso llegar a un acuerdo por algún problema suscitado, todo esto abarca la forma como la compañía se relaciona con sus clientes.

Aunque los funcionarios de una empresa tienen contacto de alguna manera con los clientes, existe un departamento que está destinado a brindar una atención personalizada, dicho departamento está conformado por los ejecutivos de ventas quienes son los que inicialmente tienen contacto con el usuario, por lo cual es de

suma importancia que los representantes de ventas estén altamente capacitados para cumplir los objetivos a corto , mediano y largo plazo en la empresa y así se reflejen en los ingresos de la empresa así como también en el prestigio de la misma.

El personal de ventas debe siempre tener en cuenta que el cliente en todo momento está observando, aprendiendo y percibiendo de ellos. Los vendedores deben ser muy cautelosos al momento de dar o ampliar la información de un producto, debido a que el cliente debe avistar que la persona tiene un alto conocimiento de producto y debe destacar la ventaja competitiva que este tiene ante los productos de la competencia. El enfoque del personal de ventas debe dirigirse ante cubrir las necesidades del cliente, y satisfacer sus necesidades. No deben intentar persuadir al consumidor de realizar la compra de algo que no concilie con lo que el cliente está buscando, y solo lo inclina hacia la venta para poder generar ingresos a la empresa.

Sin embargo, el servicio al cliente como se expresó antes, no sólo depende de ese departamento sino de cada uno de los que conforman una compañía, desde la recepcionista hasta el servicio técnico que recibe al llamar por teléfono. El cliente a través de las transacciones que realiza con la empresa, hace una evaluación continua de la misma.

## DIAGNÓSTICO

La investigación exhaustiva que se realizó a Ecuador Overseas Agencies para determinar los factores que influyen en el manejo del servicio al cliente está orientada a las siguientes áreas:

- Procesos internos y estructura de la compañía.
- Capacitación de los ingenieros y personal operativo de servicio al cliente.
- Herramientas tecnológicas.
- Comunicación corporativa: cliente interno y externo.
- Recursos logísticos.
- Marketing: Relaciones comerciales con proveedores internos y externos.

Es importante definir los siguientes conceptos de la investigación:

- **Call Center:** Canal directo que compromete la falta de cumplimiento de dichos estándares, que posee la empresa con el cliente final mediante una Red.
- **Equipos médicos:** Aparatos que permiten realizar un diagnóstico o tratamiento a un paciente.
- **Ingenieros de servicio Técnico:** Personas aptas para instalación, reparación y mantenimiento de equipos médicos.
- **Mantenimiento preventivo:** Mantenimiento que se realiza de manera preventiva de acuerdo a las especificaciones del fabricante para evitar daños futuros y asegurar el óptimo funcionamiento de los equipos de salud.
- **Mantenimiento correctivo:** Mantenimiento que se realiza una vez que haya presentado el equipo médico alguna falla, se diagnostica y se resuelve a la brevedad posible.
- **Fabricante:** Empresa que producen los equipos médicos destinados para diagnosticar y tratar pacientes en los centros de salud.
- **Centros de salud:** Lugares como hospitales y clínicas donde se tratan pacientes.

- **BackOffice:** Área de la empresa que maneja toda documentación interna y operacional de la empresa.

Una vez definido los conceptos anteriores, se procede a detallar la metodología utilizada en la investigación.

### **Metodología**

Para esta investigación se utilizará: información interna de la compañía, encuestas realizadas a clientes externos, diagramas y cuadros comparativos que servirá para identificar los factores influyentes de la calidad del servicio al cliente que posee Ecuador Overseas Agencies.

Tras la recopilación de la información, se procederá a revisar dicha documentación para plantear las características generales y determinar cuáles son los factores que influyen en la calidad del servicio que perciben los clientes. Una vez que se haya establecido los agentes influyentes en la representación del servicio otorgado se deberá proponer un plan de acción con fechas y fines específicos para la continua mejora del servicio ofertado.

### **Tipo de estudio realizado**

En la investigación se utilizaron los siguientes tipos de estudio:

#### Investigación documental y de campo:

Mediante la investigación documental se revisaron distintas fuentes bibliográficas, revistas científicas, artículos, entre otros. De tal forma que la investigación refleje un estudio profundo y especializado. Asimismo, se realiza la investigación de campo teniendo contacto directo con las diversas áreas de la empresa que influyen en el servicio al cliente, donde se obtuvo información de primera mano.

Investigación exploratoria descriptiva: Para poder alcanzar los objetivos propuestos en la investigación, se utilizó el método exploratorio, mediante el cual se obtuvo información en base a una investigación profunda y completa de los problemas que se presentaron en cuanto al comportamiento humano, sus necesidades y expectativas ante el servicio ofertado.

Desde el punto de vista científico, describir es medir, por tanto se empleó el método descriptivo para poder obtener y acumular datos que la calidad del servicio al cliente mediante encuestas se buscó medir valores, porcentajes, conocer en promedio como los clientes percibieron el servicio.

### **Herramienta empleada**

Esta investigación estuvo dirigida exclusivamente a los clientes de EOA por medio de encuestas. La encuesta constó de dos partes: datos generales y evaluación del servicio. La primera parte refleja 4 enunciados los cuales permitieron realizar un registro del perfil. La segunda parte estuvo constituida por 7 preguntas de estimación con respuestas a escala mientras que la última pregunta que se formuló fue abierta.

### **Período y lugar donde se desarrolla la investigación**

La investigación se realizó en el segundo semestre del año 2'015 de manera colectiva a todo el mercado dirigido al servicio de equipos médicos de centros de salud de las ciudades de Guayaquil, Quito, Cuenca, Santo Domingo, Loja, Portoviejo, Manta, Babahoyo, Daule y Azogues.

### **Universo y muestra**

El universo utilizado fueron los 125 centros de salud que conservan contrato de mantenimiento con EOA, de los cuales, 73 son de la ciudad de Guayaquil, 27 son de Quito, 2 de Santo Domingo, 4 de Loja, 7 de Portoviejo, 5 de Manta, 3 de Babahoyo, 2 de Daule y 2 de Azogues.

### **Muestra**

La muestra debe ser estadísticamente representativa del universo al cual se pertenece. Para establecer la muestra se utilizará la fórmula de población finita que es la siguiente.

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + z^2 * p * q}$$

Donde:

z= nivel de confianza,

p= probabilidad de éxito, o proporción esperada (si no se conoce, es 0.5).

q= probabilidad de fracaso (1-p)

N= universo.

e= precisión (Error máximo admisible en términos de proporción)

Según diferentes seguridades el coeficiente de Z varía, así:

- Si la seguridad Z fuese del 90% el coeficiente sería 1.645
- Si la seguridad Z fuese del 95% el coeficiente sería 1.96
- Si la seguridad Z fuese del 97.5% el coeficiente sería 2.24
- Si la seguridad Z fuese del 99% el coeficiente sería 2.576

El muestreo probabilístico puede ser muestreo aleatorio simple, que se da cuando todos los elementos del universo tienen la misma probabilidad de ser seleccionados en la muestra. Lo cual se da en nuestro proyecto. En esta investigación se utilizaron los siguientes valores para determinar la muestra.

**Z** = 1.96 al cuadrado (ya que la seguridad es del 95%)

**p** = en este caso 5% = 0.05

**q** = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)

**N**= 125

**e**= 3%

$$n = \frac{1.96^2 * 0.05 * 0.95 * 125}{(0.03^2 * (125-1)) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95}$$

$$n = \frac{3.92 * 0.05 * 0.95 * 125}{(0.0009 * (125-1)) + 3.92 * 0.05 * 0.95}$$

$$n = \frac{3.92 * 0.05 * 0.95 * 125}{(0.0009 * (124)) + 3.92 * 0.05 * 0.95}$$

$$n = \frac{23.275}{0.1116 + 0.1862}$$

$$n = \frac{23.275}{0.2978}$$

$$n = 78.16$$

Por lo antes expuesto, se concluyó que se encuestaría a 78 clientes indistintamente de la ciudad donde se encuentren.

### **Procesamiento y Análisis de la información**

Se enviaron las encuestas a 100 clientes vía correo electrónico mediante un link que proporciona la herramienta de Google Drive (Anexo 1). Con la ayuda del personal de Call Center se realizaron las llamadas para incentivar la realización de la misma por parte de los distintos jefes, coordinadores o supervisores de mantenimiento de cada centro de salud.

Al mismo tiempo se realizaron visitas a 5 clientes (centros de salud) para fomentar la realización de dicha encuesta. En vista de la falta de acogida a las mismas, se entrevistó a 5 clientes personalmente con lo que se logró alcanzar la meta de 78 encuestas para luego proceder con la tabulación.

Se han omitido las preguntas 1, 2 y 3 debido a que estas poseen información considerada confidencial para la empresa Ecuador Overseas Agencies.

**Pregunta 1:** Nombre y apellido de la persona que llena la encuesta.

**Pregunta 2:** Empresa en la que labora.

**Pregunta 3:** Cargo que desempeña dentro de la empresa.

A partir de la pregunta 4 se comienza con la tabulación respectiva.

**Pregunta 4:** Anotar el tiempo estimado que registra como cliente de EOA.

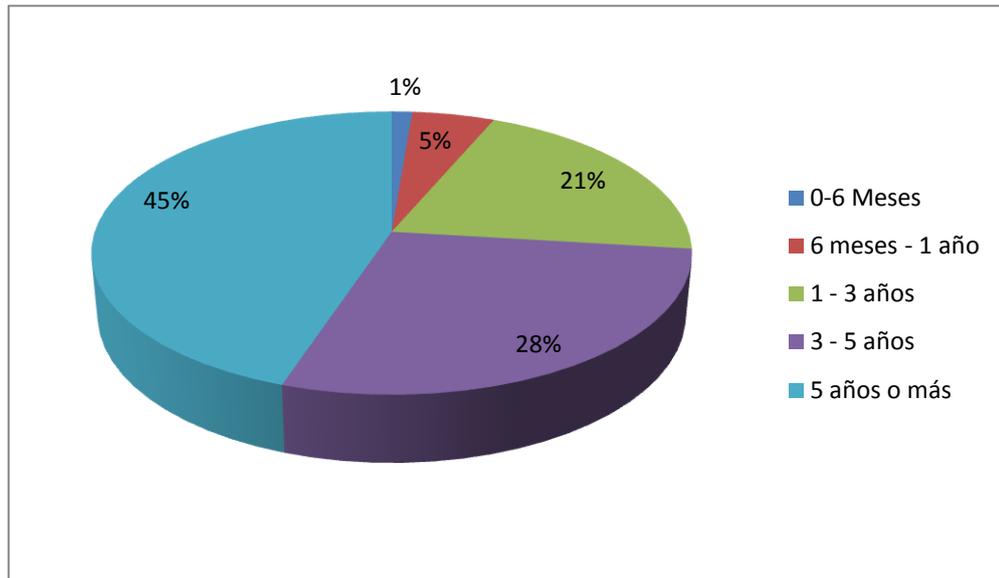


Figura 1: Tiempo estimado de cliente de EOA.

Fuente: Elaboración propia

Como resultado, podemos anotar que del universo de 78 clientes: el 45% posee 5 o más años con la compañía, el 28% tiene entre 3 a 5 años trabajando con E.O.A., existe un 21% que tiene entre 1 a 3 años de fidelidad con la empresa, asimismo hay un 5% que tienen entre 6 meses a 12 meses ya realizando actividades comerciales con Ecuador Overseas Agencies y tan solo 1% que tiene entre 0 a 6 meses trabajando con la compañía.

**Pregunta 5:** Como cliente, ¿Recomendaría los servicios de EOA?

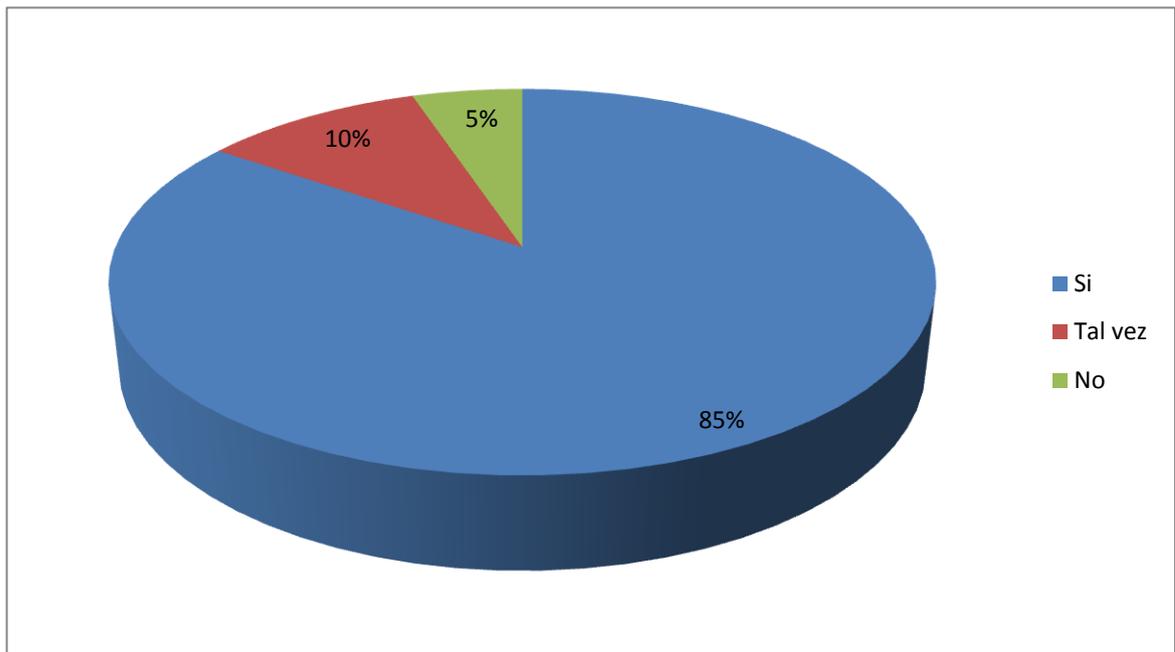


Figura 2: Recomendación del servicio.  
Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la encuesta realizada, el 85% de los clientes actuales de E.O.A. si recomendaría los servicios de la misma, el 10% indico que quizás recomendará y un 5% menciona que no recomendaría los servicios de la compañía.

**Pregunta 6:** ¿Bajo su experiencia, de qué forma calificaría al personal de Call Center, el nivel de respuesta en agendar sus requerimientos?

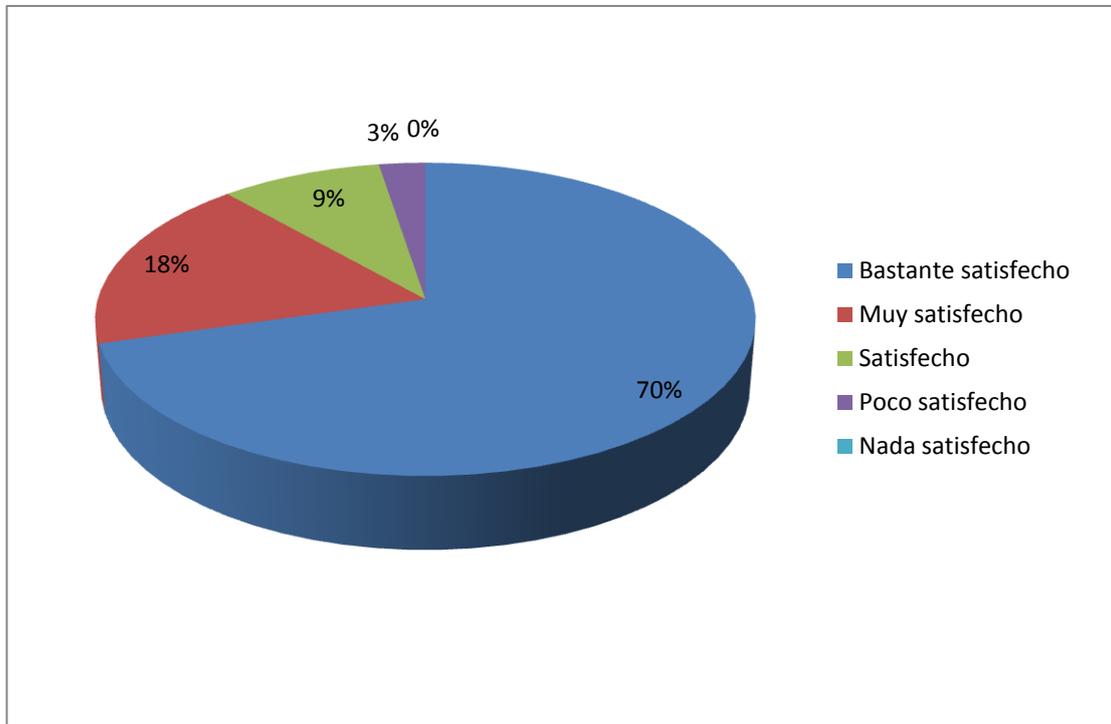


Figura 3: Calificación personal Call Center  
Fuente: Elaboración propia

Cada ingeniero de servicio técnico se encuentra sincronizado a un sistema de agendamiento a través del cual el personal de Call Center, organiza de forma sistemática las visitas por mantenimientos preventivos establecidas a través de los contratos anuales entre cliente y EOA. Adicional, al momento de recibir requerimientos vía telefónica, se procede a agendar a través de visitas por mantenimiento correctivo a los ingenieros que se encuentren con poco flujo, de tal forma poderle dar un nivel de respuesta inmediata a cada cliente.

Por tanto, podemos anotar que de nuestro universo de 78 clientes el 70% se encuentra bastante satisfecho, el 18% está muy satisfecho, el 9% están tan solo satisfechos con el nivel de respuesta por parte de Call Center a sus requerimientos y el 3% está poco satisfecho con los agendamientos.

**Pregunta 7:** ¿Cuál es su nivel de satisfacción en cuanto a conocimiento y efectividad demostrada por los Ingenieros de Servicio Técnico de EOA? ¿Resolvieron su inconveniente reportado?

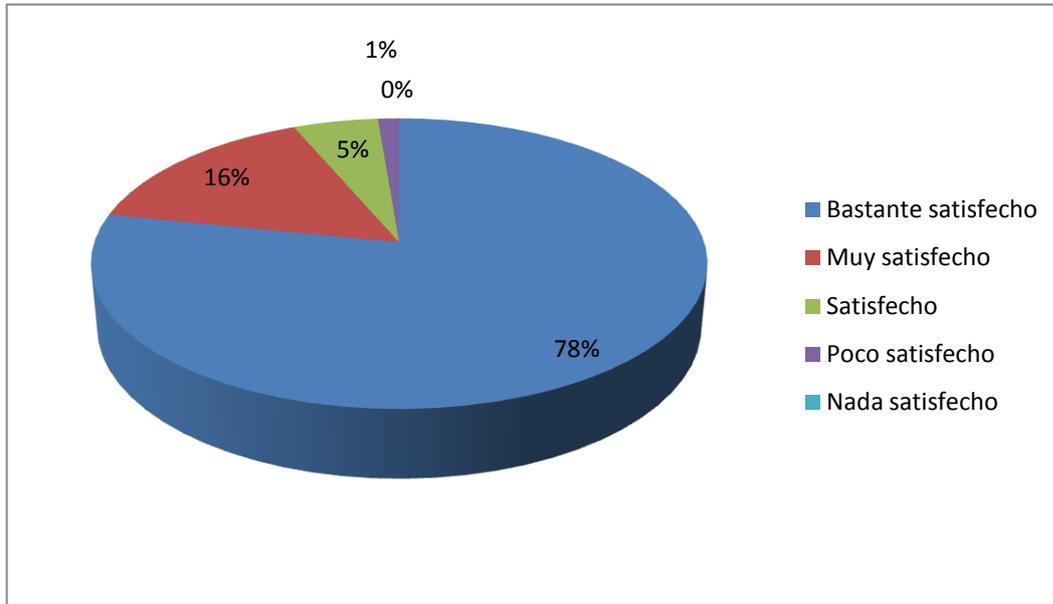


Figura 4: Nivel de satisfacción respecto a ingenieros de servicio técnico.  
Fuente: Elaboración propia

Acorde a los resultados de las encuestas realizadas a los 78 clientes podemos mencionar que respecto al nivel de satisfacción en cuanto al conocimiento por parte de los ingenieros técnicos el 78% respondió estar bastante satisfecho, el 16% reconoció estar muy satisfecho con la efectividad que demuestran los ingenieros, el 5% refirió estar satisfecho y 1% contestó estar poco satisfecho respecto a la manera que los ingenieros resolvieron el inconveniente reportado.

**Pregunta 8:** ¿Usted considera que los servicios prestados por EOA son satisfactorios?

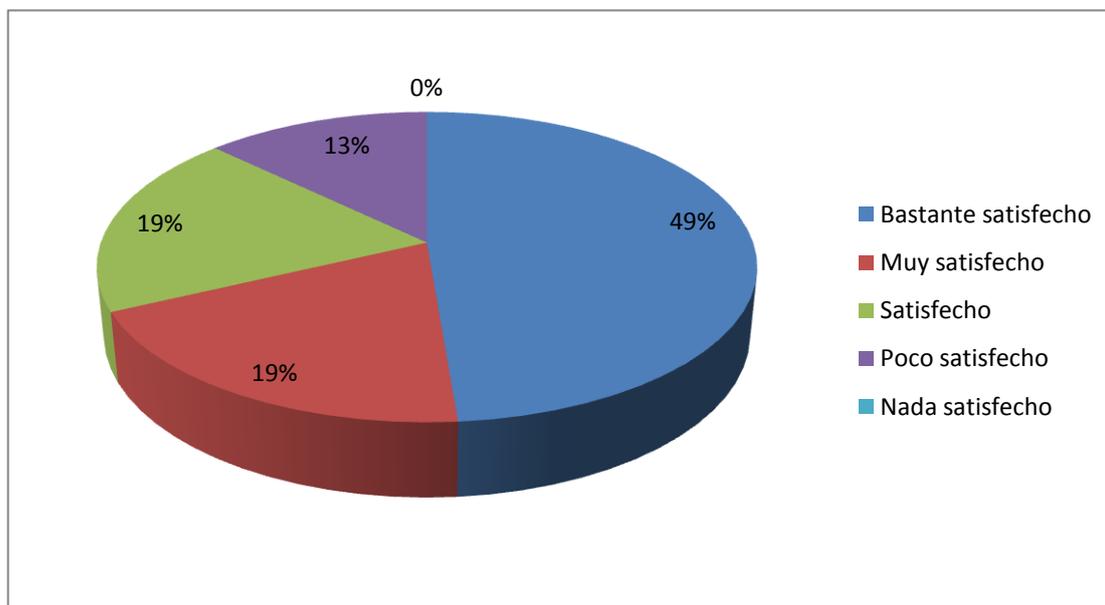


Figura 5: Nivel de satisfacción de servicios EOA  
Fuente: Elaboración propia

El 49% de los clientes encuestados respondieron estar bastante satisfechos con la agilidad de los servicios que EOA provee. El 19% que en número de clientes significa 15, indicaron estar tanto muy satisfechos como satisfechos con la agilidad respecto a los servicios y tiempos de entrega de los mismos. Mientras que el 13% indicó estar poco satisfecho con los tiempos y agilidad de los trámites que realiza la empresa para prestar sus servicios.

**Pregunta 9:** ¿En cuanto a la retroalimentación por parte de Ingenieros: fue clara?  
Y su trato fue cordial?

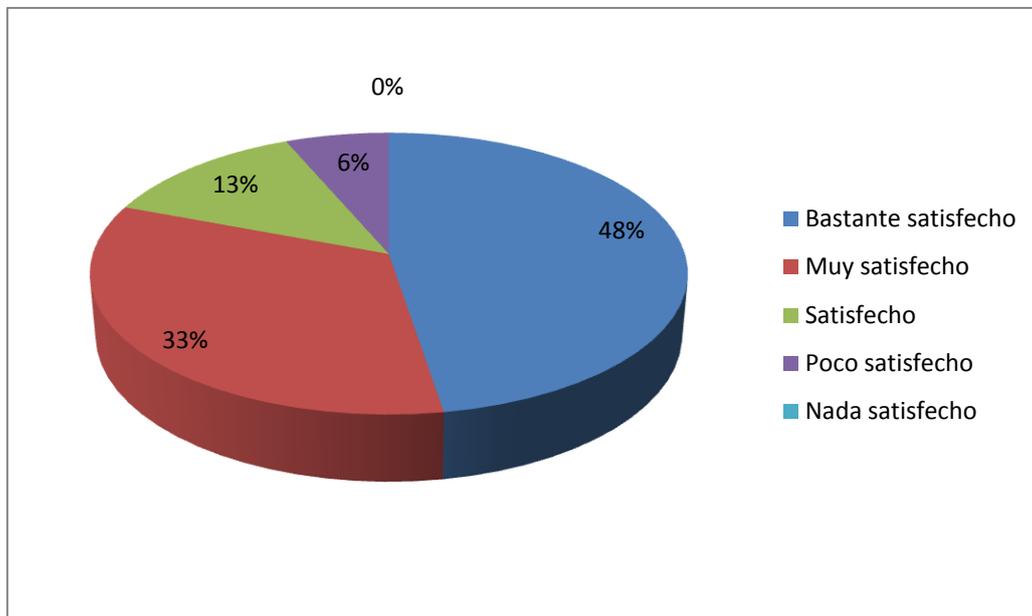


Figura 6: Nivel de satisfacción respecto a retroalimentación de Ingenieros técnicos  
Fuente: Elaboración propia

Se puede notar el nivel de satisfacción de los clientes con una correcta retroalimentación, el 48% confirmo que se encuentran bastantes satisfechos, debido a que fueron claros respecto a sus diagnósticos, y cordiales para comunicar la información. El 33% indico que están muy satisfechos con el trato y comunicación de los ingenieros técnicos. El 13% menciono estar satisfecho con el trato recibido por los ingenieros técnicos de EOA. Y solo un 6% de los encuestados mencionaron estar poco satisfecho respecto al trato y comunicación manejados por los técnicos de EOA. Cabe mencionar que cada acción que los ingenieros técnicos realizan queda plasmada en las órdenes de servicio que los mismos llenan al diagnosticar un equipo (Anexo 2).

**Pregunta 10:** ¿A manera general, qué área considera usted que debe mejorar dentro de EOA?

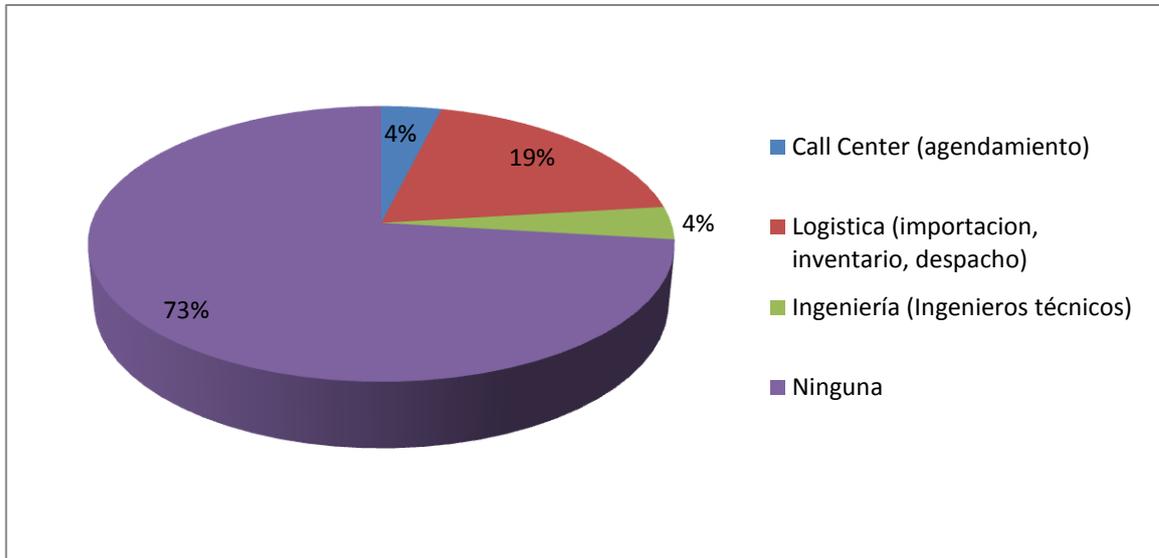


Figura 7: Área a considerar mejora.  
Fuente: Elaboración propia

Con el fin de centrar la atención en las áreas donde deban realizarse mejoras, se incluyó en la encuesta esta pregunta a la cual el 73% de los clientes respondieron que ninguna área debe mejorar, el 19% mencionó que consideran el área de logística que influye directamente en los tiempos de entrega de repuestos y demás debe mejorar dentro de la compañía. Con el 4% a la par, los encuestados infieren que debe mejorar el área de Call center que va directamente enlazado con el agendamiento de los ingenieros técnicos y el área de ingeniería que son netamente los ingenieros técnicos que revisan, diagnostican y reparan los equipos médicos.

**Pregunta 11:** En general, los resultados de la prestación de servicios que recibió fue:

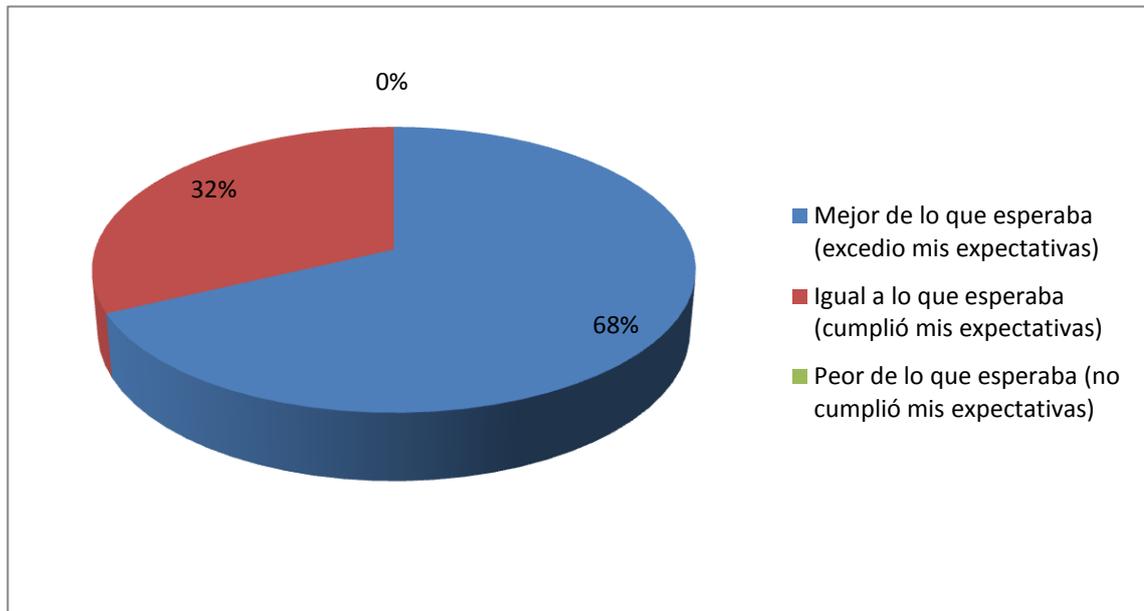


Figura 8: Expectativas del servicio prestado.  
Fuente: Elaboración propia

Para casi finalizar la encuesta, se realiza la pregunta concluyente, a través de la cual podemos anotar que el 68% indicó que la prestación del servicio recibido superó sus expectativas, el 32% contestó que el servicio recibido por parte de EOA cumplió con sus expectativas.

Como punto final a la encuesta, se colocó una última pregunta abierta en la que el cliente podría emitir comentario alguno faltante durante toda la encuesta.

**Pregunta 12:** En caso de tener observaciones o comentarios adicionales que expliquen sus calificaciones por favor detallarlos a continuación.

A continuación, en base a los resultados obtenidos de la encuesta a clientes – donde se logró obtener un universo de 78 encuestados - se aplicará el siguiente estudio y/o análisis:

## **Análisis FODA**

En la actualidad, las empresas manejan diversas situaciones a nivel global que afectan el rendimiento del mercado, las mismas que dependen de su nivel de competitividad, posicionamiento de marca en el mercado nacional y extranjero, inversiones y algunos puntos adicionales que concluyen en definir la estabilidad y credibilidad de una compañía.

La estabilidad y credibilidad de una compañía depende de factores internos: clima laboral, estabilidad económica, desarrollo tecnológico, etc., y factores externos: competencia, reformas tributarias, mercado mundial, etc.; lo cual conlleva a realizar un análisis de amenazas, debilidades que permita buscar obtener oportunidades y fortalezas.

La aplicación de conocimientos puntuales que logren analizar de manera objetiva a una empresa, permitirá obtener resultados y búsqueda de soluciones que logren destacar la actividad de la empresa en el mercado.

Por tal motivo, lo que facilita el estudio y logro de resultados, es la aplicación de una matriz que es utilizada por casi todas las compañías ya que permite obtener información sobre el mercado en el que se desenvuelven.

Strickland (1985) supone al análisis de la matriz FODA como el diseño de un balance importante. Esta matriz analiza y destaca las características más importantes a nivel interno (debilidades y fortalezas) como las externas (amenazas y oportunidades) para poder tomar acciones sobre un plan estratégico con el fin de superar la situación actual para el futuro. A continuación se presenta el análisis.

Tabla 1  
Análisis FODA

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
Servicio al cliente Representantes de marcas reconocidas Experiencia profesional Capital de trabajo	Crecimiento de hospitales Renovación de equipos Fidelidad de las marcas
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
Desorden administrativo Inducción Falta de personal	Competencia Inversión del estado Crecimiento desproporcional

Fuente: Elaboración propia.

#### **Fortalezas:**

- Servicio al cliente: EOA Servicio, es la única empresa que ofrece soporte técnico 24/7 los 365 días del año.
- Representantes de marcas reconocidas: EOA Servicio es representante de varias marcas reconocidas en el mercado de equipos de salud como Philips, Varian, Agfa.
- Experiencia profesional: La empresa tiene 80 años ya en el mercado, lo cual ha permitido imponerse en la industria de salud.
- Capital de trabajo: EOA Servicio cuenta con activos corrientes disponibles.

#### **Oportunidades:**

- Crecimiento de hospitales: Debido a la inversión del estado en salud, se dan nuevos proyectos, ampliaciones de hospitales, nuevos establecimientos que necesitan equipos nuevos de salud.
- Renovación de equipos: El estado invierte en la renovación de equipos nuevos por antigüedad de los mismos.

- Fidelidad de las marcas: La mayoría de clientes al renovar o cambiar equipos, deciden adquirir uno nuevo o mejor de la misma marca que EOA distribuye.

#### **Debilidades:**

- Desorden administrativo: No mantiene las políticas internas claras.
- Inducción: No existe inducción en los puestos que se desarrollan, lo que hace que otros cargos soporten más presión.
- Falta de personal: Debido a la gran cantidad de equipos en la base instalada nacional con la que consta, es necesario el ingreso de personal para cubrir todas las necesidades de los clientes a tiempo.

#### **Amenazas:**

- Competencia: Por la falta de organización se deja nichos de mercado abiertos, fácilmente aprovechables por la competencia.
- Inversión del estado: Se desconoce si el estado seguirá fomentando la inversión en la compra de equipos médicos para el equipamiento de hospitales públicos y privados.
- Crecimiento desproporcional: La forma desproporcional de crecimiento de algunos centros de salud obstaculiza el cumplimiento en las entregas (inventario, servicio, etc).

## RESULTADOS Y PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN

### Resultados

En relación a la encuesta realizada a los clientes, se pudo obtener un total de 78 encuestas de la que se puede sacar las siguientes conclusiones que se enlazan a los objetivos planteados y finalmente permite cumplir los mismos, llevando a cabo un plan de acción que catalogue el servicio al cliente como uno de los mejores en el mercado. Para lo cual se tomó las siguientes preguntas más relevantes del cuestionario realizado.

**Pregunta 6:** ¿Bajo su experiencia, de qué forma calificaría al personal de Call Center, en agendar sus requerimientos?

Tabla 2  
Resultado obtenido de pregunta 6 de encuesta.

Bastante satisfecho	55
Muy satisfecho	14
Satisfecho	7
Poco satisfecho	2
Nada satisfecho	0
Total	78

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados de la encuesta apuntan a que los clientes están bastantes satisfechos respecto al nivel de respuesta en agendamiento de los técnicos para los requerimientos solicitados. No obstante, debe existir un mayor énfasis en el contacto directo que existe entre el cliente y EOA, este se logra a través de la visita que cada entidad recibe por parte del Ingeniero de servicio técnico otorgando el 100% de efectividad en soluciones inmediatas ante los problemas suscitados y reportados por cada cliente.

**Pregunta 7:** ¿Cuál es su nivel de satisfacción en cuanto a conocimiento y efectividad demostrada por los Ingenieros de Servicio Técnico de EOA? ¿Resolvieron su inconveniente reportado?

Tabla 3  
Resultado obtenido de pregunta 7 de encuesta.

Bastante satisfecho	61
Muy satisfecho	12
Satisfecho	4
Poco satisfecho	1
Nada satisfecho	0
Total	78

Fuente: Elaboración propia.

Como ya se indicó anteriormente, 61 centros de salud se sienten bastante satisfechos, quienes resaltaron el nivel de profesionalismo y recursividad de cada ingeniero al momento de resolver inconvenientes en equipos reportados.

**Pregunta 8:** ¿Usted considera que los servicios prestados por EOA son satisfactorios?

Tabla 4  
Resultado obtenido de pregunta 8 de encuesta.

Bastante satisfecho	38
Muy satisfecho	15
Satisfecho	15
Poco satisfecho	10
Nada satisfecho	0
Total	78

Fuente: Elaboración propia

A pesar de haber alcanzado un grado de satisfacción elevado ante la encuesta realizada a cada cliente, es importante enfocar los intereses de la empresa en cada uno de los niveles. No se debe descuidar lo logrado en la actualidad pero se debe trabajar continuamente en mejorar aquello que tiene “satisfecho” o “poco satisfecho” a los clientes.

**Pregunta 9:** ¿En cuanto a la retroalimentación por parte de Ingenieros: fue clara?  
Y su trato fue cordial?

Tabla 5  
Resultado obtenido de pregunta 9 de encuesta.

Bastante satisfecho	37
Muy satisfecho	26
Satisfecho	10
Poco satisfecho	5
Nada satisfecho	0
Total	78

Fuente: Elaboración propia

A través de esta pregunta la investigadora constata que existe una dualidad de criterios, ya que un considerable número de centros de salud califica estar muy satisfecho y otro grupo como bastante satisfecho lo que indica que existen ciertas falencias no resueltas en su totalidad.

**Pregunta 10:** ¿A manera general, qué área considera usted que debe mejorar dentro de EOA?

Tabla 6  
Resultado obtenido de pregunta 9 de encuesta.

Call Center (agendamiento)	3
Logística (importación, inventario, despacho)	15
Ingeniería (Ingenieros técnicos)	3
Ninguna	57
Total	78

Fuente: Elaboración propia

Acorde a las respuestas de las encuestas, el área que el cliente percibe que tiene falencias es la de Logística. EOA es una empresa que se dedica a la instalación de equipos médicos y proporciona servicio técnico de los mismos. Su provisión de productos son los repuestos necesarios para reparar y mantener en óptimo funcionamiento los equipos médicos, sin embargo, el stock de repuestos que mantiene la compañía es mínima debido a la modalidad por la que se manejan los fabricantes referente al abastecimiento de las partes.

Por todo lo expuesto anteriormente, se plantean las siguientes propuestas y/o estrategias para la mejora continua de la calidad del servicio al cliente que ofrece Ecuador Overseas Agencies.

## Propuestas

En base a la investigación ejecutada, se realizó el análisis FO FA DO DA:

Tabla 7  
Matriz FODA Análisis FO FA DO DA

	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<b>Matriz FODA</b>	Servicio al cliente Representantes de marcas reconocidas Experiencia profesional Capital de trabajo	Desorden administrativo Inducción Falta de personal
<b>Oportunidades</b>	<u>Estrategia FO</u>	<u>Estrategia DO</u>
Crecimiento de hospitales  Renovación de equipos Fidelidad de marcas	Aprovechar el capital para contratación de personal especializado en el área técnica.	Procesos claros. Elaboración de base de datos centralizados.
<b>Amenazas</b>	<u>Estrategia FA</u>	<u>Estrategia DA</u>
Competencia  Inversión del estado Crecimiento desproporcional	Determinar el punto débil del área de logística para convertirlo en un punto de enlace entre personal técnico y de servicio al cliente.	Inducción al personal de todas las áreas involucradas con el servicio al cliente técnico o vía telefónica.

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se enuncian las propuestas:

- Ejecutar un proceso de auditoría y seguimiento, con el cual se pueda determinar las falencias existentes, que acarreen en amenazas y debilidades que afectan a las áreas con las cuales se encuentra entrelazadas.

Como análisis de toda empresa, debemos de determinar siempre las amenazas que existen al momento de aplicar ciertos procesos que pueden

llegar a entorpecer la labor diaria, no solo de una sino de todas las áreas. Por tal motivo es importante que se realice un manual de procesos a seguir considerando que las afectaciones encontradas se pueden convertir en fortalezas a corto y mediano plazo.

- El área de procesos debe determinar el punto débil del área de logística, de tal manera se definan parámetros a seguir con mayor eficiencia y efectividad que involucre a todas las áreas, obteniendo resultados positivos que se conviertan en fortalezas y oportunidades para beneficio de la empresa.
- Establecer mecanismo de órdenes de trabajo - tickets de trabajo.

La efectividad y rapidez que se desea obtener en cuanto a la atención de requerimientos de clientes se puede manejar a través de u

- Definir roles, funciones, indicadores, formatos de los Responsables de Modalidad (resonancia, tomografía, rayos x, etc).
  - Realizar capacitaciones e inducciones al personal, en general nuevos o antiguos.
  - Debido a la gran cantidad de equipos en la base instalada nacional con la que consta, es necesario el ingreso de personal para cubrir todas las necesidades de los clientes a tiempo.
- Crear bases de datos centralizadas que permitan mejorar la calidad de información:
    - Clientes y contratos
    - Equipos y FCO
    - Historia Clínica de los Equipos
    - Habilidades de los técnicos

## **CONCLUSIONES**

En base a la investigación realizada y en respuesta a los objetivos generales y específicos previamente formulados, en conjunto con el aporte de 78 encuestados y utilizando el enfoque del esquema FODA, se pudo identificar y puntualizar los factores que influyen directamente con la calidad del servicio, y sus niveles de satisfacción con el cliente que ofrece Ecuador Overseas Agencies a los mismos.

Los factores detectados en este estudio y que influyen de manera directa son: la experiencia profesional adquirida a lo largo de los años en los cuales se involucra la evolución tecnológica y la constante capacitación al personal lo cual ha caracterizado a la empresa demostrando seriedad, y confianza hacia los clientes.

Se puede destacar la fidelidad de los clientes de EOA obtenida gracias al arduo trabajo realizado con marcas reconocidas a nivel mundial que han demostrado el avance y evolución tecnológica que exige el mercado continuamente.

Como resultado de las encuestas a los clientes, y el análisis realizado en base a toda la investigación se pudo detectar la importancia de trabajar con marcas reconocidas otorgando fidelidad y confianza al momento de ser la primera alternativa en cuanto a la adquisición de equipos médicos, repuestos, insumos, y servicio técnico.

Se constata la importancia de contar con un área de logística eficiente, rápida y recursiva. La que permitirá que los procesos de los cuales dependen todas las áreas de la empresa resulten con mayor nivel de fluidez.

Mediante esta investigación se pudo detectar procesos no definidos con claridad, lo que ha sido sinónimo de confusión. El servicio al cliente es el soporte de Ecuador Overseas Agencies, así como lograr la satisfacción del cliente de manera permanente. Es a partir de este estudio que se han podido determinar los factores de mayor influencia en el servicio al cliente y su calidad, además de poder desarrollar los aspectos teóricos que comprenden esta problemática. Asimismo, a través de esta investigación se ha podido realizar un diagnóstico sobre la empresa y su misión para finalmente proponer un plan de mejoras que permita a Ecuador Overseas Agencies ser sustentable en el tiempo.

## BIBLIOGRAFÍA

- Colunga, C. (1995). La calidad en el servicio. México. Panorama Editorial. P. 20-25.
- Ecuador OverSeas (2015-2016) Guayaquil, Ecuador. Recuperado de: [http://www.eos.med.ec/servicio\\_tecnico.html](http://www.eos.med.ec/servicio_tecnico.html) el 15 de enero de 2016.
- Fisher, L. & Navarro, V. (1994). Introducción a la investigación de mercado (3era Ed.) Mexico. Mc Graw-Hill Interamericana S.A. de C.V. P. 155 -185.
- Gobierno Nacional de la República del Ecuador (2008). Constitución de la República
- Humberto, S. (1998). Auditoria del servicio. Bogotá, Colombia. Editorial RAM Editores. P 10-19).
- Imai, M. (1998). Cómo implementar el kaizen en el sitio de trabajo (gemba). Bogotá, Colombia, Mc Graw Hill
- Ishikawa, K.(1997). ¿Qué es el control de calidad? Bogotá, Colombia. Editorial Norma. P. 15-50.
- Juran J. (2001). Manual de calidad total. Madrid, España, Editorial Mc Graw-Hill. P. 20-40.
- Kotler, P & Bloom, P. (1984). Marketing profesional services. Englewood cliffs NJ. USA: Prentice Hall Inc.
- Lovelock, C. (1983). Classifying services to gain strategic marketing insights. Journal of marketing, 47. P. 209-500.
- Pizzo, M. (2013). Calidad en el servicio. *El buzón de Pacioli*, No. 82, Instituto tecnológico Sonoro, México. P. 1–10.

Serna, H. Sena Gómez, H., y Gómez, J. (2006). Servicio al cliente una nueva visión: Clientes para siempre, metodología y herramientas para medir la lealtad y satisfacción. Bogotá, Colombia. P. 11–29.

Strickland, A. (2012). Administración estratégica (18va Ed.)México. P. 50-60.

Torralba, F. (2007). El arte de saber escuchar. Lleida, España, Milenio. P. 10-103.

Tschohl, J. (2008). Servicio al cliente (5ª ed). Minnesota, USA, Best Selling Publishing. P. 9–46.

## ANEXOS

### Anexo 1: Ecueta

#### Datos generales

Nombre y Apellido \*

Tu respuesta

---

Empresa en la que trabaja \*

Tu respuesta

---

Cargo que desempeña \*

Tu respuesta

---

Anotar el tiempo estimado que registra como cliente de EOA. \*

0 - 6 meses

6 meses - 1 año

1 - 3 años

3 - 5 años

5 o más años

## Evaluación del servicio

Como cliente, ¿Recomendaría los servicios de EOA? \*

- Sí
- Tal vez
- No

¿Bajo su experiencia, de qué forma calificaría en el personal de Call Center, el nivel de repuesta en agendar sus requerimientos?

- Bastante satisfecho
- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Poco satisfecho
- Nada satisfecho

¿Cuál es su nivel de satisfacción en cuanto a conocimiento y efectividad demostrada por los Ingenieros de Servicio Técnico de EOA? ¿Resolvieron su inconveniente reportado?

- Bastante satisfecho
- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Poco satisfecho
- Nada satisfecho

¿Usted considera que los servicios prestados por EOA son satisfactorios? ¿los tiempos de respuesta fueron los adecuados?

- Bastante satisfecho
- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Poco satisfecho
- Nada satisfecho

¿En cuanto a la retroalimentación por parte de Ingenieros: fue clara? Y su trato fue cordial?

- Bastante satisfecho
- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Poco satisfecho
- Nada satisfecho

¿A manera general, qué área considera usted que debe mejorar dentro de EOA?

- Call Center (Agendamiento)
- Logística (Importación, inventario, despacho)
- Ingeniería (Ingenieros técnicos)
- Ninguna

En general, los resultados de la prestación de servicios que recibió fue:

- Mejor de lo que esperaba (Excedió mis expectativas)
- Igual a lo que esperaba (Cumplió mis expectativas)
- Peor de lo que esperaba (No cumplió mis expectativas)

En caso de tener observaciones o comentarios adicionales que expliquen sus calificaciones por favor detallarlos a continuación.

Tu respuesta

---



