

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS.**

**LIC. MAURICIO ANTONIO BARRIENTOS MURCIA.  
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**UNIVERSIDAD EVANGÉLICA  
DE EL SALVADOR**

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**DRA. CRISTINA GLORIBEL JUÁREZ DE AMAYA  
RECTORA**

**DRA. MIRNA GARCÍA DE GONZÁLEZ  
VICERRECTORA ACADÉMICA**

**ING. SONIA CANDELARIA RODRÍGUEZ DE MARTÍNEZ  
SECRETARIA GENERAL**

**DRA. NUVIA ESTRADA DE VELASCO  
VICERRECTORIA DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL**

**MSTRA. MARIA DE LOS ANGELES MERCADO HERNÁNDEZ  
VICERRECTORÍA DE INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA**

**MTRA. MARELYN STEPHANIA PÉREZ FUENTES  
DECANA**

**SAN SALVADOR, 27 DE MAYO DE 2024**

**UNIVERSIDAD EVANGÉLICA DE EL SALVADOR.**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS.**  
**LIC. MAURICIO ANTONIO BARRIENTOS MURCIA.**



**UNIVERSIDAD EVANGÉLICA  
DE EL SALVADOR**

**SEMINARIO DE PRE-ESPECIALIZACIÓN:**  
“EVALUACIÓN DE LA EFICIENCIA DEL SERVICIO AL CLIENTE  
MEDIANTE ANÁLISIS DE DATOS EN LIBRERÍAS”

**MONOGRAFIA PARA OPTAR AL TIRULO DE:**  
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**INTEGRANTES:**  
HASSEL GEORGINA ARÉVALO MELÉNDEZ CIF 2019010372.  
MELISSA ABIGAIL GONZÁLEZ MERINO CIF 2019010373.  
FERNANDO JOSUE VASQUEZ GARCIA CIF 2019010771.

**ASESOR:**  
ING. GERARDO VILLALTA  
SAN SALVADOR, EL SALVADOR, 27 DE MAYO DE 2024  
UNIVERSIDAD EVANGÉLICA DE EL SALVADOR

## **AGRADECIMIENTOS.**

Queremos comenzar expresando nuestro profundo agradecimiento a Dios, quien ha sido nuestro guía y la fuente de fortaleza que nos ha permitido llegar al final de este camino académico. A lo largo de este trayecto, hemos enfrentado desafíos que, gracias a su dirección, hemos logrado superar para alcanzar nuestra meta.

A nuestros padres les agradecemos infinitamente por su amor incondicional y su apoyo. Ellos han sido un pilar fundamental para alcanzar esta meta; sin su ánimo constante y los recursos que nos han brindado, no habría sido posible avanzar en nuestra formación. Gracias por creer en nosotros y por caminar a nuestro lado en cada paso de este viaje. A toda nuestra familia, les agradecemos por ser nuestra red de apoyo y por celebrar con nosotros cada logro.

Finalmente, queremos expresar nuestro sincero agradecimiento a la universidad por brindarnos la oportunidad de recibir una educación de calidad y por haber sido parte fundamental de nuestra formación académica, crecimiento personal y profesional, permitiéndonos adquirir habilidades necesarias para alcanzar nuestras metas.

## Contenido

RESUMEN.....	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO I: CONCEPTUALIZACIÓN DEL TEMA.....	4
A. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	4
B. ENUNCIADO DEL PROBLEMA.....	5
D. JUSTIFICACIÓN.....	5
E. ANTECEDENTES.....	7
F. CASO DE AMAZON.....	9
I. VENTAJAS.....	10
J. RELACIÓN ENTRE EL ANALISIS DE DATOS Y LA EFICIENCIA EN EL SERVICIO AL CLIENTE.....	11
K. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	11
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	12
A. ENFOQUE Y TIPO DE INVESTIGACION.....	12
B. POBLACION Y MUESTRA.....	12
C. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	13
D. HIPOTESIS O SUPUESTOS TEORICOS.....	14
E. VARIABLES E INDICADORES.....	14
CAPÍTULO III: ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA.....	16

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	18
CONCLUSIONES.....	18
RECOMENDACIONES .....	19
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	20
ANEXOS .....	22

## **RESUMEN.**

Las librerías que dan provisión de materiales escolares y de oficina, actualmente enfrentan un entorno competitivo donde la eficiencia en el servicio al cliente es crucial. Este trabajo se enfoca en evaluar esta eficiencia mediante el análisis de datos, abordando la conceptualización del tema, el enunciado del problema y los antecedentes relacionados con la atención al cliente y el análisis de datos.

El problema central planteado es cómo mejorar la eficiencia y satisfacción del servicio al cliente en librerías mediante el análisis de datos, y su impacto en la rentabilidad y el éxito empresarial. Para ello, se revisa la evolución histórica tanto del servicio al cliente como del análisis de datos, destacando la importancia de adaptarse a las demandas del mercado.

La investigación se delimita temporalmente y en cuanto al alcance, centrándose en los clientes de las librerías más grandes, reconociendo limitaciones de datos y posibles cambios en el comportamiento del cliente. La justificación radica en la necesidad de las librerías de mantenerse competitivas y relevantes, adaptándose a un entorno empresarial cambiante y satisfaciendo las expectativas de los clientes.

Se establecen objetivos generales y específicos, orientados a identificar factores que afectan la satisfacción del cliente, medir la eficiencia operativa y proporcionar recomendaciones para mejorar el servicio.

La metodología combina enfoques cualitativos y cuantitativos, utilizando encuestas para recopilar datos sobre la eficacia del servicio al cliente. Se prevé la distribución de encuestas entre clientes y empleados de librerías en San Salvador, seguido de un análisis estadístico para identificar áreas de mejora.

## **ABSTRACT**

Bookstores that provide school and office supplies currently face a competitive environment where efficiency in customer service is crucial. This work focuses on evaluating this efficiency through data analysis, addressing the conceptualization of the topic, the problem statement, and the background related to customer service and data analysis.

The central problem raised is how to improve the efficiency and satisfaction of customer service in bookstores through data analysis, and its impact on profitability and business success. To this end, the historical evolution of both customer service and data analysis is reviewed, highlighting the importance of adapting to market demands.

The research is delimited temporally and in scope, focusing on customers of the largest bookstores, recognizing data limitations and possible changes in customer behavior. The rationale lies in the need for bookstores to remain competitive and relevant, adapting to a changing business environment and meeting customer expectations.

General and specific objectives are established, aimed at identifying factors that affect customer satisfaction, measuring operational efficiency and providing recommendations to improve service.

The methodology combines qualitative and quantitative approaches, using surveys to collect data on customer service effectiveness. The distribution of surveys among customers and employees of bookstores in San Salvador is planned, followed by a statistical analysis to identify areas for improvement.

## **INTRODUCCIÓN.**

Las librerías que se especializan en la venta de materiales escolares y de oficina desempeñan un papel fundamental como proveedoras de recursos esenciales para la educación y la vida profesional. Sin embargo, en un entorno altamente competitivo, la eficiencia del servicio al cliente se ha vuelto crucial para garantizar la satisfacción y fidelidad de los clientes.

La presente monografía pretende evaluar la eficiencia del servicio al cliente en librerías mediante el análisis de datos en donde en el primer capítulo se establecerá la conceptualización del tema, se definirá el enunciado del problema, así como también se plantearán los objetivos que se pretenden alcanzar durante la investigación, se describirá el contexto de estudio y la justificación, además se incluye el marco teórico y marco conceptual.

Posteriormente, en el segundo capítulo se presenta la metodología utilizada en la monografía, la cual adopta un enfoque mixto que combina métodos cualitativos y cuantitativos. Este enfoque mixto permite una comprensión integral del fenómeno de estudio.

Finalmente, en el tercer capítulo se presenta el análisis de los datos obtenidos en las encuestas, a partir de los cuales surgen las recomendaciones para que las empresas tengan en consideración cuales son los aspectos relevantes que deben tomar en cuenta con la finalidad de mejorar la atención al cliente y contribuir al éxito empresarial del mismo.

## **CAPÍTULO I: CONCEPTUALIZACIÓN DEL TEMA**

### **A. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA**

En un contexto empresarial, muchas librerías enfrentan el desafío constante de proporcionar un servicio al cliente eficiente y satisfactorio, ya sea por procesos obsoletos, sistemas desactualizados y falta de comprensión integral a las necesidades del cliente. Sin embargo, existen librerías que invierten en capacitación, tecnología y procesos para retener su base de clientes, ya que, en la actualidad las personas no buscan únicamente productos o precios, sino también calidad y eficiencia en la atención al cliente.

El mantener bajos niveles de satisfacción del cliente y tiempos de respuesta lentos pueden llegar a afectar de una forma significativa la reputación de una librería, ya que los clientes insatisfechos pueden compartir sus experiencias negativas en redes sociales y por ende enfrentarse a una pérdida de clientes, lo que impactará directamente a la rentabilidad de la empresa.

Ante esta realidad, las librerías se encuentran bajo presión para evaluar continuamente la eficiencia de su servicio al cliente mediante el análisis de datos, con el fin de identificar áreas de mejora y mantener su competitividad más que todo en las temporadas de alta demanda en donde el mercado se vuelve más exigente y orientado al cliente.

El hecho de recopilar, analizar e interpretar datos de manera efectiva no solo permite a las organizaciones identificar áreas de mejora y oportunidades no exploradas, sino también anticipar las necesidades futuras de los clientes y adaptarse proactivamente a los cambios en el mercado.

## **B. ENUNCIADO DEL PROBLEMA.**

¿Cómo pueden las librerías mejorar la eficiencia y satisfacción del servicio al cliente mediante el análisis de datos en las librerías?

## **C. OBJETIVOS.**

Objetivos General.

- Analizar la eficiencia del servicio al cliente en librerías especializadas en la venta de materiales escolares y de oficina mediante el análisis de datos.

Objetivos Específicos.

- Identificar los factores predominantes que inciden en la prestación de un servicio satisfactorio en librerías especializadas en la comercialización de materiales escolares y de oficina.
- Describir las características y el impacto que experimentan los consumidores con el servicio al cliente que se les proporciona en las librerías.
- Interpretar los resultados obtenidos sobre la satisfacción del cliente en librerías por medio de la encuesta.

## **D. JUSTIFICACIÓN.**

En un mercado altamente competitivo y orientado al cliente, la eficiencia del servicio es crucial para las librerías que desean mantenerse atractivas en el mercado. La implementación de estrategias efectivas para abordar los desafíos de la atención al cliente, como la creación de centros especializados, el entrenamiento continuo del personal, la canalización de consultas y la

automatización de procesos, marca la necesidad de una evaluación rigurosa y basada en datos.

El entorno empresarial está en constante cambio, y las expectativas de los clientes son cada vez más altas, en este contexto, las librerías deben adaptarse rápidamente para satisfacer estas demandas. La evaluación del servicio al cliente mediante análisis de datos es oportuna porque proporciona una base sólida para la toma de decisiones estratégicas. Al identificar patrones y tendencias en las interacciones con los clientes, las librerías pueden anticipar necesidades, optimizar la asignación de recursos y desarrollar estrategias para mejorar la satisfacción del cliente.

El avance en tecnologías de análisis de datos y la disponibilidad de herramientas de software accesibles hacen que esta monografía sea factible para la mayoría de las librerías. La recopilación y análisis de datos de servicio al cliente se pueden realizar de manera eficiente utilizando indicadores para analizar los datos.

A pesar de la factibilidad, existen algunas limitaciones a considerar. La calidad y consistencia de los datos disponibles pueden variar, lo que podría afectar la precisión de los análisis. Además, la resistencia al cambio por parte del personal puede ser un obstáculo en la implementación de nuevas estrategias basadas en datos.

Esta monografía es esencial para las librerías que buscan mantenerse competitivas en un mercado dinámico. Al utilizar el análisis de datos para evaluar y mejorar la eficiencia del servicio al cliente, las librerías pueden optimizar sus operaciones, anticipar las necesidades de los clientes, así mismo impulsar su crecimiento y éxito sostenido.

## **E. ANTECEDENTES**

### **1. Antecedentes de la atención al cliente**

Según un estudio de la Universidad de Waseda en Japón, la historia del servicio al cliente se remonta a la era preindustrial, donde el privilegio de ser servido estaba reservado para las clases más ricas. La noción de un servicio inmediato y satisfactorio se originó en este contexto social.<sup>1</sup>

En la década de 1960 se dio el origen a los Centro De Atención Telefónica, es decir, áreas exclusivas para recibir y responder consultas telefónicas. Dos años después, en 1962, se introduce el teléfono con marcación por tonos. Esta nueva tecnología permitió que las primeras computadoras reconocieran y respondieran los sonidos producidos al marcar.

La historia del servicio al cliente se vuelve más compleja en 1989 con la subcontratación de los centros de llamadas. Esta estrategia fue adoptada por muchas empresas como una forma de reducir costos y aumentar la eficiencia del soporte técnico brindado. Posteriormente en la década de 1990 hasta los 2000 se dio el chat en vivo y el correo electrónico.

La evolución del servicio al cliente dejó lo analógico en el pasado y abrió espacio para las soluciones digitales, como los sistemas modernos de Gestión de relación con los clientes, conocido en inglés como Customer Relationship Management (CRM) y mesa de ayuda (help desk). Estas tecnologías sirven

---

<sup>1</sup> Historia del servicio al cliente: del origen a la actualidad. (2021, 26 julio). Zendesk. Consultado el 24 de abril de 2024, de <https://www.zendesk.com.mx/blog/historia-servicio-al-cliente/>

para administrar las relaciones e interacciones de la empresa con clientes existentes y potenciales desde una computadora.

Desde los años 2000 a los 2020 se inicia con medios más sofisticados, puesto que las redes sociales se convirtieron en una nueva forma de soporte. Sin embargo, fue la segunda década de este siglo, en donde con la ayuda de la inteligencia artificial y las herramientas de autoservicio, la historia del servicio al cliente ha creado nuevas expectativas.

## **2. Antecedentes de los análisis de datos.**

La evaluación de la eficiencia del servicio al cliente a través del análisis de datos ha evolucionado significativamente desde sus inicios. Los primeros enfoques se centraron en la evaluación cognitiva, donde se valoraban aspectos como los atributos del producto o servicio y la confirmación de expectativas. Estos estudios pioneros establecieron la base para comprender la relación entre la satisfacción del cliente y la calidad del servicio ofrecido.

Con el desarrollo del Análisis Envoltante de Datos (DEA) por Charnes, Cooper y Rhodes (1978), se introdujo una metodología robusta para medir la eficiencia de las unidades tomadoras de decisiones (DMUs), aplicable a diversos contextos, incluido el servicio al cliente. Este enfoque permitió a las organizaciones evaluar comparativamente la eficiencia de sus servicios y establecer benchmarks para la mejora continua.

En el ámbito de la calidad del servicio, la implementación de indicadores de calidad se convirtió en una herramienta esencial para diagnosticar el rendimiento y alinear los servicios con las necesidades y expectativas de los clientes. La calidad del servicio, medida a través de la satisfacción del cliente, se posicionó como un objetivo primordial para cualquier organización enfocada en el servicio.

Un ejemplo específico de la aplicación de estos conceptos se encuentra en el sector salud, donde la percepción del usuario y la calidad percibida son críticas. Los métodos estadísticos y el análisis de datos han permitido identificar las características más valoradas por los clientes, proporcionando así una guía para la mejora de los servicios.

Estos antecedentes demuestran que el análisis de datos no solo ha sido una herramienta para comprender la satisfacción del cliente, sino que también ha servido como un mecanismo para impulsar mejoras significativas en la calidad del servicio.

## **F. CASO DE AMAZON**

Amazon empezó siendo una librería por internet en 1994 bajo el nombre de Cadabra.com. El modelo de negocio de Jeff Bezos era claro: una estrategia basada en la profundidad por catálogo ofreciendo a sus usuarios más de un millón de libros. Amazon pretendía ser la tienda online más grande del mundo, con envíos globales y gran accesibilidad. Junto con la personalización del servicio, la respuesta inmediata y la eficacia del equipo solventan problemas y generan un mayor engagement.<sup>2</sup>

Amazon, como uno de los líderes mundiales en comercio electrónico, ha establecido estándares elevados en la eficiencia del servicio al cliente que pueden ser aplicados y adaptados por las librerías para mejorar su propia eficiencia.

---

<sup>2</sup> El éxito de Amazon: historia y factores clave - thePower Education. (s. f.-b). Consultado el 16 de mayo de 2024, de <https://thepower.education/blog/el-exito-de-amazon>

## **G. Uso Extensivo de Análisis de Datos:**

Amazon: Utiliza el análisis de datos para entender mejor las necesidades y comportamientos de sus clientes. A través de la recopilación y el análisis de grandes volúmenes de datos, Amazon puede personalizar recomendaciones, optimizar la gestión del inventario y prever la demanda.

Librerías: Pueden implementar sistemas de análisis de datos similares para rastrear patrones de compra, identificar productos populares y prever necesidades futuras. Esto no solo mejora la satisfacción del cliente sino también la eficiencia operativa al reducir tiempos de espera y asegurar la disponibilidad de productos.

## **H. Experiencia del Cliente:**

Amazon: Se enfoca en proporcionar una experiencia de cliente excepcional, desde la facilidad de uso de su sitio web hasta políticas de devolución sin complicaciones y un servicio de atención al cliente disponible 24/7.

Librerías: Pueden mejorar la experiencia del cliente invirtiendo en formación continua del personal para asegurar un servicio amigable y eficiente, simplificando procesos de devolución y creando canales de comunicación efectivos para resolver dudas y problemas de los clientes rápidamente.

## **I. VENTAJAS.**

- Las principales ventajas de mantener clientes satisfechos:
- Fidelización y lealtad de clientes.
- Mayores ingresos por ventas recurrentes.
- Reducción de gastos en marketing y adquisición de clientes.

- Mejor percepción de la marca frente a la competencia.
- Extensión del ciclo de vida del cliente.

## **J. RELACIÓN ENTRE EL ANALISIS DE DATOS Y LA EFICIENCIA EN EL SERVICIO AL CLIENTE.**

El análisis de datos es fundamental para mejorar la eficiencia en el servicio al cliente, ya que proporciona información valiosa sobre las necesidades, preferencias y comportamientos de los clientes. Al aprovechar datos detallados, las empresas pueden personalizar el servicio, optimizar los procesos, predecir la demanda, identificar problemas y segmentar a los clientes de manera más efectiva..

## **K. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.**

- Esta investigación está delimitada por el tiempo que es del 26 de enero al 31 de mayo de 2024.
- Esta investigación estará dirigida a los clientes de las librerías que se encuentran en el distrito de San Salvador Oeste.
- Restricciones en la disponibilidad, calidad y accesibilidad de algunos datos para el análisis.
- Reconocimiento de la posibilidad de cambios en el comportamiento del cliente.
- Consideración de la capacidad tecnológica y recursos humanos disponibles para la implementación del análisis de datos.

## **CAPÍTULO II: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.**

### **A. ENFOQUE Y TIPO DE INVESTIGACION.**

La investigación "Evaluación de la Eficiencia del Servicio al Cliente mediante Análisis de Datos en Librerías", emplea un enfoque mixto que combina métodos cualitativos y cuantitativos. Esta elección se fundamenta en la necesidad de comprender tanto los aspectos subjetivos y contextuales del servicio al cliente, como los datos cuantificables relacionados con su eficiencia. A través de este enfoque integral, se busca no solo optimizar el servicio al cliente utilizando análisis de datos, sino también comprender los factores que influyen en su efectividad y por ende en su rentabilidad.

### **B. POBLACION Y MUESTRA.**

#### **1. Población.**

La población objetivo se compone de los clientes de las librerías ubicadas en San Salvador. Esto incluye librerías de diferentes tamaños y ubicaciones dentro de la ciudad.

#### **2. Muestra**

La muestra se definirá por medio de una selección representativa de 50 clientes aleatorios que han visitado librerías durante el periodo de estudio.

## **INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.**

### **3. Encuesta.**

Para recopilar datos sobre la eficacia del servicio al cliente en librerías mediante análisis de datos, se diseñaría una encuesta enfocada en evaluar diversos aspectos, como la calidad de la atención recibida, la rapidez de respuesta a consultas, la satisfacción general del cliente, entre otros. Las preguntas se estructurarían de manera clara y concisa, utilizando una combinación de opciones de respuesta cerradas y campos de respuesta abierta para capturar tanto métricas cuantitativas como cualitativas. La encuesta se distribuiría entre clientes habituales, en línea asegurando una muestra representativa. Una vez recopiladas las respuestas, se analizarán utilizando técnicas estadísticas y herramientas de análisis de datos para identificar patrones, tendencias y áreas de mejora en el servicio al cliente, con el objetivo de optimizar la eficiencia y, en última instancia, aumentar la rentabilidad y el éxito empresarial en el sector de librerías.

## **C. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.**

Paso 1: Preparación del cuestionario

Paso 2: Identificación de la muestra seleccionada.

Paso 3: Contacto con los clientes.

Paso 4: Envío de encuesta mediante enlace de Google forms.

Paso 5: Recopilación de datos.

Paso 6. Análisis de datos.

## **D. HIPOTESIS O SUPUESTOS TEORICOS**

### **1. Hipótesis general**

El análisis de datos mejora significativamente la eficiencia del servicio al cliente en librerías especializadas en la venta de materiales escolares y de oficina.

### **2. Hipótesis Específicas**

- Los factores predominantes que inciden en la prestación de un servicio satisfactorio en librerías especializadas en la comercialización de materiales escolares y de oficina son identificables y pueden ser categorizados para mejorar la experiencia del cliente.
- Las características del servicio al cliente proporcionado en las librerías tienen un impacto positivo en la experiencia del consumidor, contribuyendo a su satisfacción y fidelización.
- Los resultados obtenidos de la encuesta revelarán niveles significativos de satisfacción del cliente en librerías, proporcionando información útil para mejorar continuamente los servicios ofrecidos.

## **E. VARIABLES E INDICADORES**

### **1. Variables.**

En el tema de investigación “Evaluación de la eficiencia del servicio al cliente mediante análisis de datos en librerías”, la Variable Independiente, conocida como V.I. es el análisis de datos en las librerías y la variable

dependiente conocida como VD es la eficiencia del servicio al cliente.

Variable independiente: análisis de datos en las librerías.

Esta variable se considera independiente ya que se presume que su manipulación o cambio puede influir en la eficiencia del servicio al cliente.

Variable dependiente: eficiencia del servicio al cliente.

Esta variable se considera dependiente ya que se espera que su valor sea influenciado por la implementación de análisis de datos en las librerías.

## **2. Indicadores.**

Variable independiente: análisis de datos en las librerías.

- Tipo de Frecuencia de visitas.

Variable dependiente eficiencia del servicio al cliente.

- Tiempo de espera
- Número de quejas o reclamos
- Tiempo de respuestas o consultas en líneas.

### **CAPÍTULO III: ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA.**

A través de la información recolectada por medio de la encuesta se puede destacar que existe una alta preferencia de los consumidores por realizar sus compras de materiales escolares y artículos de oficina en tiendas de librería físicas, principalmente por que las personas pueden ver, tocar y probar los productos antes de comprarlos, lo cual es muy importante para ciertos artículos de papelería. Sin embargo, es importante destacar que hay una existencia de personas que prefieren hacer sus compras en línea, a pesar de que sea la minoría es importante que las librerías mantengan una presencia digital competitiva, optar por una estrategia híbrida en donde se combine lo mejor de las tiendas en línea y físicas podría ser una buena opción.

Los resultados de la encuesta destacan una notable diferencia entre la interacción en librerías por hombres y mujeres en donde las mujeres representan una mayor proporción esto podría estar relacionado con diferencias de intereses, necesidades y hábitos de consumo.

Un punto que pone a una librería sobre la competencia es el hecho de mantener una correcta existencia y amplia variedad de productos, esto sin olvidarse de tener políticas que regulen la calidad de los productos que ofrecen, ya que según datos obtenidos muestra que los clientes lo toman en cuenta para realizar una compra.

La encuesta revela una marcada división en los tiempos de respuesta a consultas en línea en librerías, donde ciertos intervalos son notablemente más frecuentes. Tanto hombres como mujeres experimentan estos tiempos, con una tendencia hacia los extremos. Esto sugiere que las librerías tienen margen para

mejorar la consistencia en sus tiempos de respuesta y ofrecer una experiencia más equilibrada a los usuarios, ya que un número significativo de los clientes recibe respuestas muy rápidas o notablemente lentas.

Los clientes muestran preferencia librerías ubicadas en lugares estratégicos y que ofrezcan una amplia variedad de productos de oficina y libros. Este patrón indica que los usuarios valoran la conveniencia y la diversidad de productos al elegir una librería. Además, destaca la importancia de que las librerías consideren tanto su ubicación como la amplitud de su oferta para atraer y fidelizar a sus clientes.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.**

### **CONCLUSIONES**

- La identificación de los factores predominantes que inciden en la prestación de un servicio satisfactorio en librerías especializadas reveló que la atención personalizada, la disponibilidad de una amplia gama de productos y la eficiencia en el proceso de compra son los elementos más valorados por los clientes. La capacitación continua del personal en habilidades de servicio al cliente y el mantenimiento de un inventario bien abastecido son cruciales para satisfacer las expectativas de los consumidores en este tipo de establecimientos.
- La descripción de las características y el impacto del servicio al cliente mostró que la amabilidad, el conocimiento del producto y la capacidad de resolver problemas de manera efectiva son aspectos que influyen positivamente en la experiencia del cliente. Los consumidores que reciben un servicio de alta calidad tienden a desarrollar lealtad hacia la librería, lo cual se traduce en un incremento en las visitas recurrentes y en las recomendaciones positivas boca a boca, fortaleciendo así la reputación del negocio.
- La interpretación de los resultados obtenidos de la encuesta sobre la satisfacción se identificaron áreas de mejora, como la rapidez en el servicio y la necesidad de actualizar constantemente el stock. Estos resultados subrayan la importancia de seguir monitoreando y ajustando las estrategias de servicio al cliente para mantener y mejorar la satisfacción general de los consumidores.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda invertir en la capacitación continua del personal de atención al cliente. Los empleados deben estar familiarizados no solo con los productos y servicios ofrecidos, sino también con las herramientas tecnológicas y técnicas de análisis de datos.
- Se recomienda establecer mecanismos regulares para recoger feedback del cliente, como encuestas post-compra y análisis de reseñas en línea, permite identificar áreas de mejora continua.
- Se recomienda a las librerías ofrecer una experiencia más equilibrada a los usuarios, ya que un número significativo de usuarios recibe respuestas muy rápidas o notablemente lentas. Para lograr esto, las librerías deben invertir en la capacitación del personal, optimizar los procesos internos y establecer un monitoreo continuo de los tiempos de respuesta

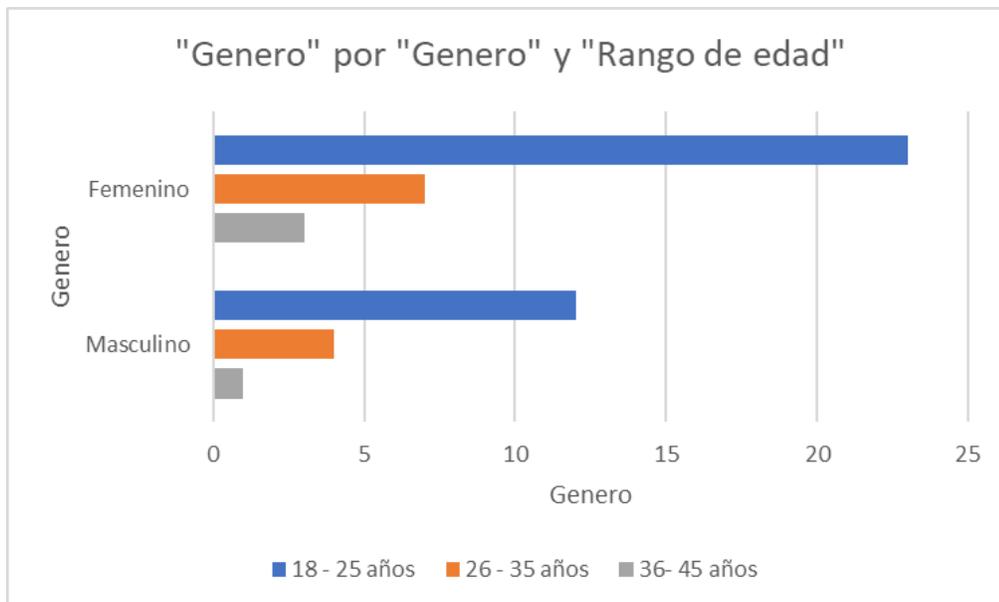
## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Historia del servicio al cliente: del origen a la actualidad. (2021, 26 julio). Zendesk. Consultado el 24 de abril de 2024, de <https://www.zendesk.com.mx/blog/historia-servicio-al-cliente/>
- Usos y ejemplos de la Inteligencia Artificial (IA) para empresas. (s. f.). Consultado el 24 de abril de 2024, de <https://deusens.com/es/blog/inteligencia-artificial-usos-ejemplos-empresas>
- Cómo utilizar la inteligencia artificial para mejorar el servicio de atención al cliente Blog de Botmaker. (s. f.). Consultado el 30 de abril de 2024, de <https://botmaker.com/es/posteos/inteligencia-artificial-atencion-cliente/>
- Desarrollo e implantación de un sistema para la medición de satisfacción al cliente, Consultado el 8 de mayo de 2024, de <https://biblus.us.es/bibing/proyectos/abreproy/3966/fichero/1%252F2.pdf>
- Raquel Martin Rivero (2006). La evaluación de la eficiencia técnica, una aplicación del DEA a la Universidad de la Laguna. En The Economics of Education. Consultado el 8 de mayo de 2024, de <https://economicsofeducation.com/wp-content/uploads/granada2006/18.La%20evaluacion%20de%20la%20eficiencia.pdf>
- El éxito de Amazon: historia y factores clave - thePower Education. (s. f.-b). Consultado el 16 de mayo de 2024, de <https://thepower.education/blog/el-exito-de-amazon>
- Administrador. (2022, 17 noviembre). 10 consejos para tener un cliente satisfecho. Consultado el 20 de mayo de 2024, en <https://www.likeik.com/10-consejos-cliente-satisfecho/>

- Administrador. (2022, 17 noviembre). 10 consejos para tener un cliente satisfecho. Consultado el 20 de mayo de 2024, en <https://www.likeik.com/10-consejos-cliente-satisfecho/>
- Hjsanchez. (2023, 11 septiembre). Maximiza la Eficiencia en la Atención al Cliente con Aurora | Herramienta de Inteligencia de Negocio - Stefanini Group. Stefanini Group. Consultado el 21 de mayo de 2024, en <https://stefanini.com/es/tendencias/articulos/maximiza-la-eficiencia-en-la-atencion-al-cliente-con-aurora-herramienta-de-inteligencia-de-negocio>
- Ortega, C. (2023, 16 noviembre). Clientes satisfechos: Quiénes son y cómo tenerlos. QuestionPro. Consultado el 21 de mayo de 2024, en <https://www.questionpro.com/blog/es/logra-que-clientes-satisfechos-hagan-las-ventas-por-ti/>

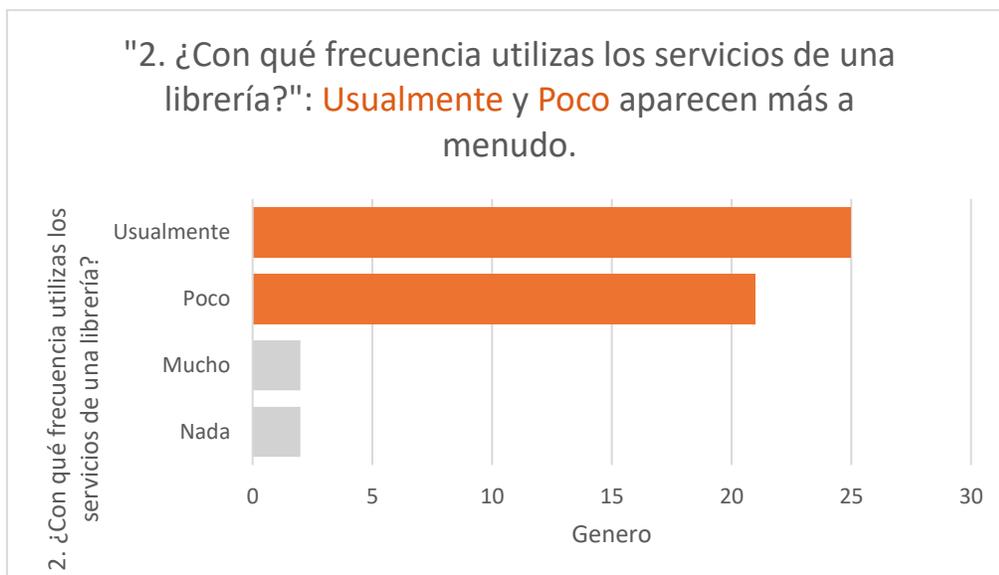
## ANEXOS

Gráfica 1 Género y Edad



Fuente Propia

Gráfica 2 Frecuencia de utilización del servicio



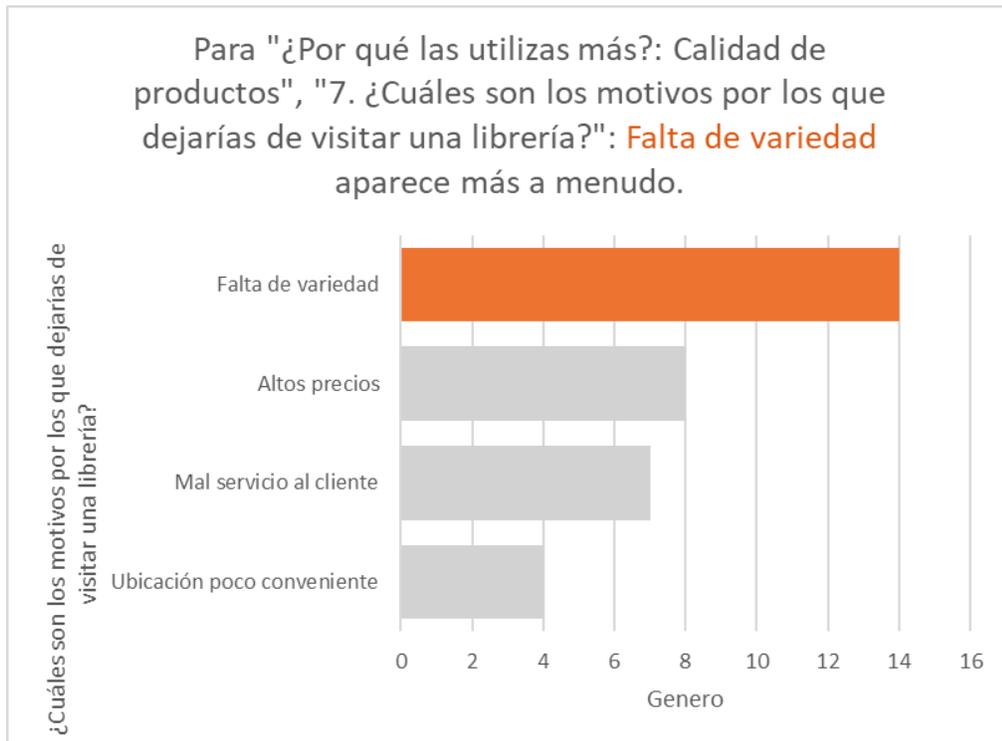
Fuente propia

Gráfica 3 Método de compra



Fuente propia

Gráfica 4 Motivos para Adquirir un producto



Fuente Propia

Gráfica 5 Compra online

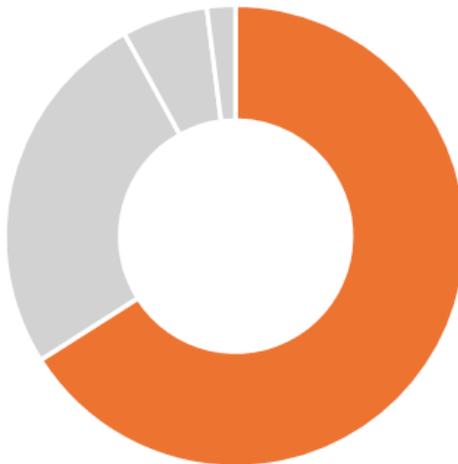
**Prefiero ir a la librería físicamente** representa la mayoría de "11. ¿Por qué prefieres comprar en línea?".



Fuente Propia

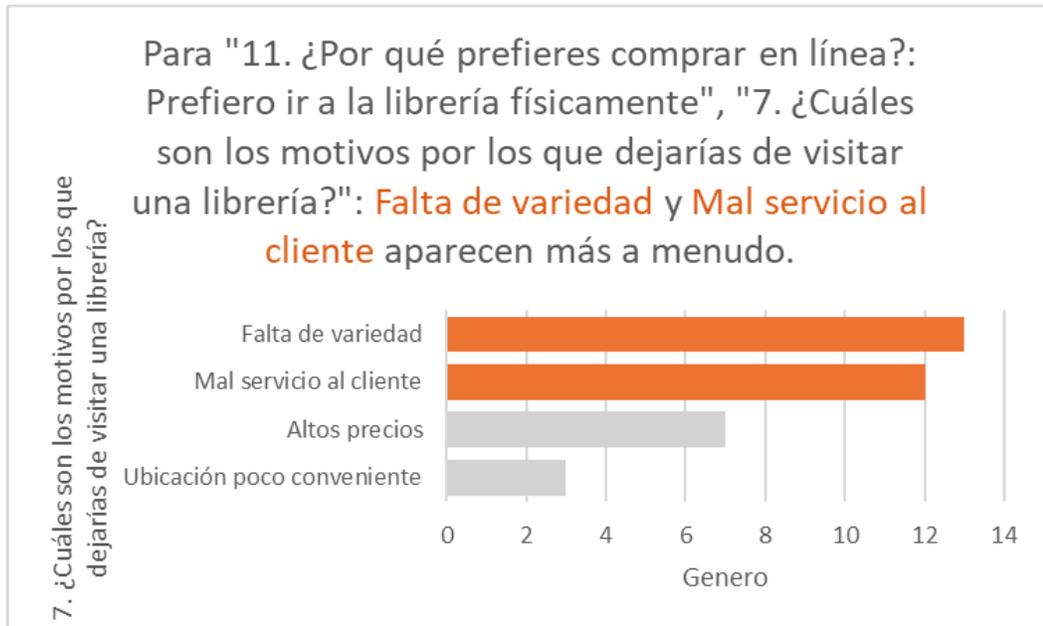
Gráfica 6 Calidad de productos

**Calidad de productos** representa la mayoría de "¿Por qué las utilizas más?".



Fuente Propia

Gráfica 7 Preferencia de proceso de compra



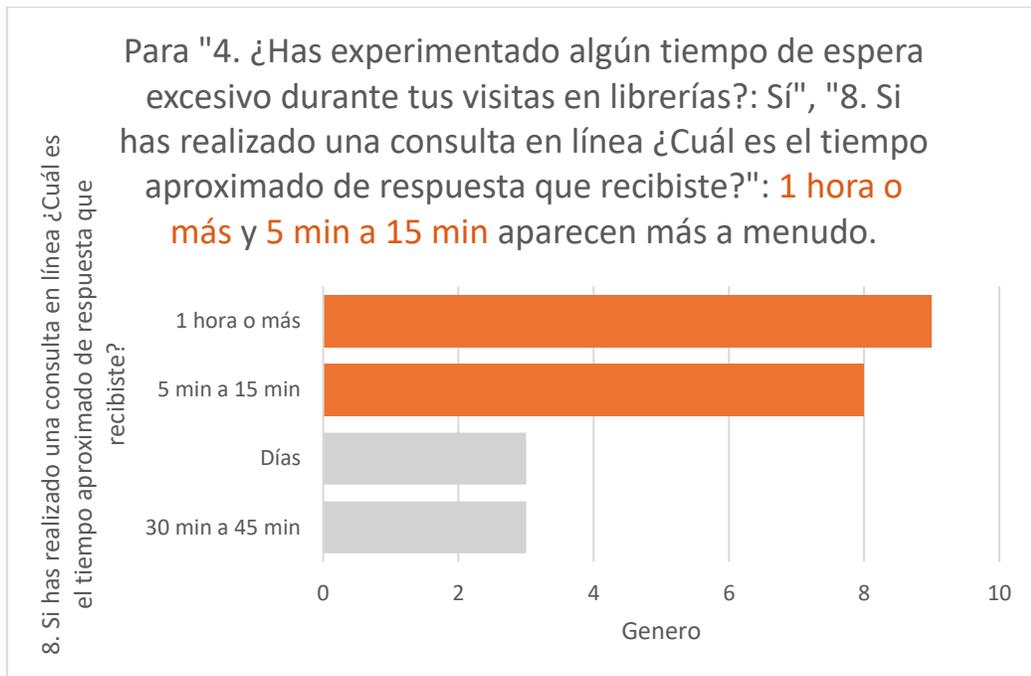
Fuente Propia

Gráfica 8 Experiencia Satisfactoria



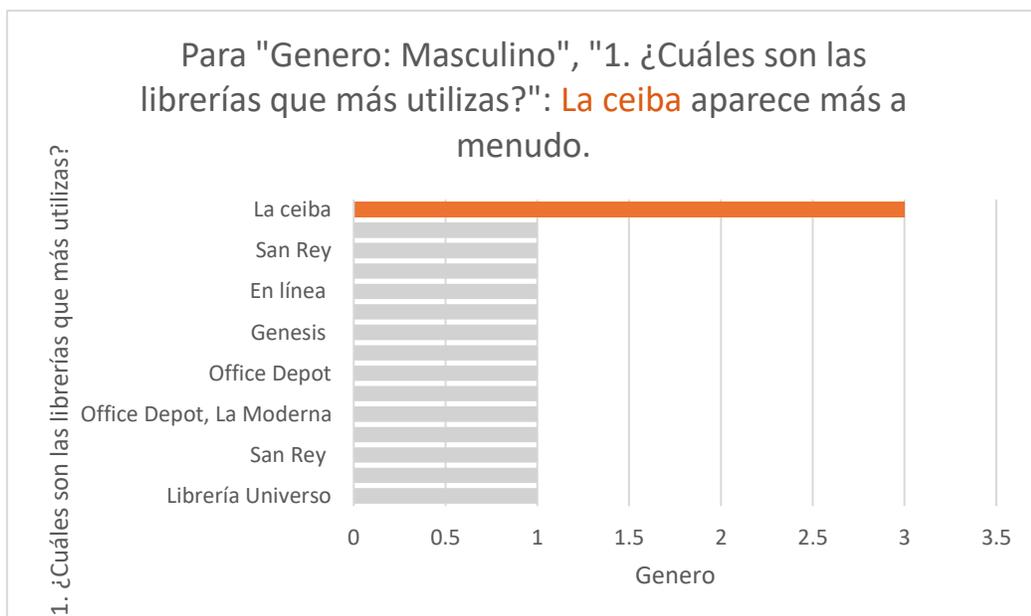
Fuente Propia

Gráfica 9 Tiempo de espera



Fuente Propia

Gráfica 10 Librerías con mayor influencia en el mercado



Fuente Propia

Cuadro 1: Relación de congruencia de los principales elementos de la investigación (Figura 1.2)

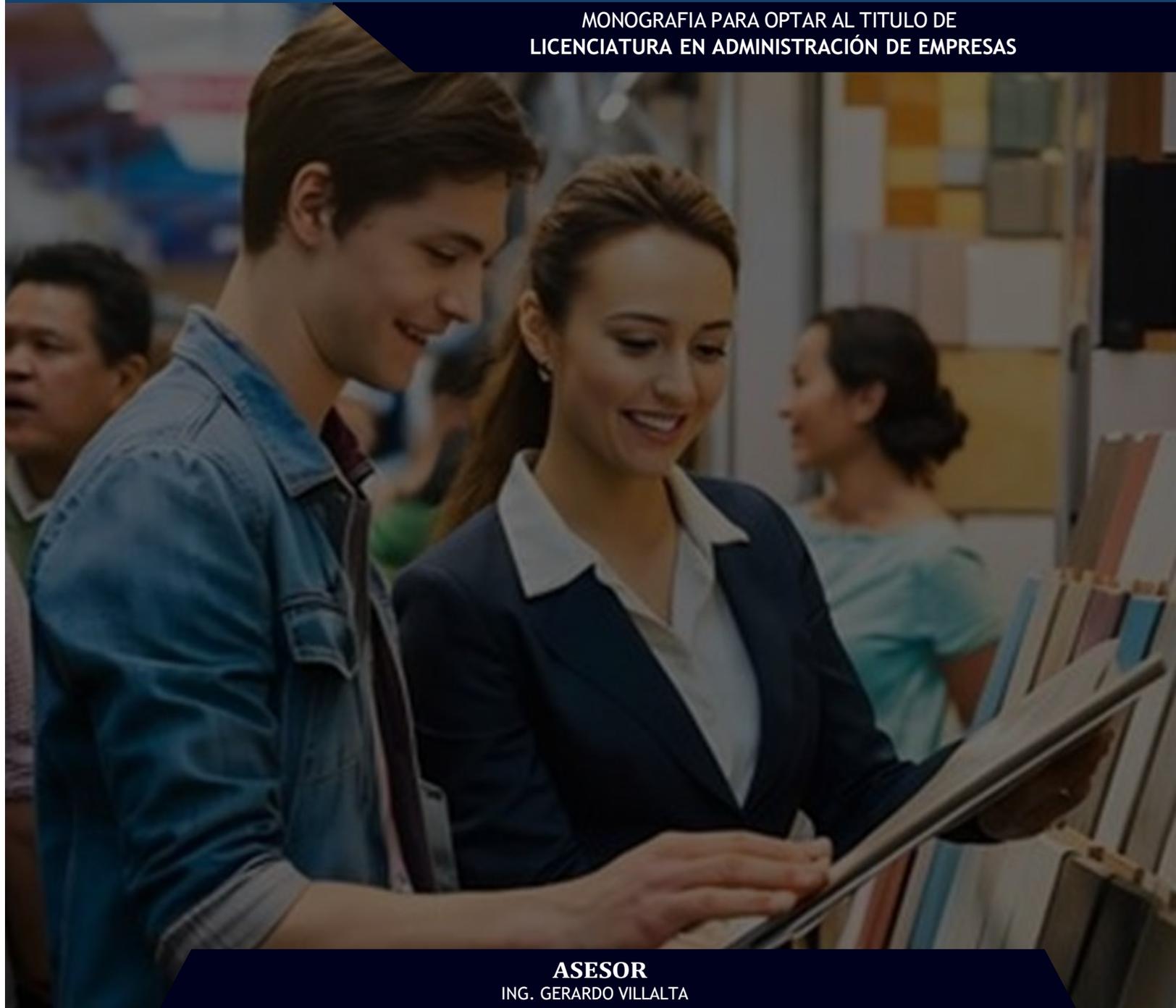
Tema:	EVALUACIÓN DE LA EFICIENCIA DEL SERVICIO AL CLIENTE MEDIANTE ANÁLISIS DE DATOS EN LIBRERÍAS						
Enunciado del problema:	¿Cómo pueden las librerías mejorar la eficiencia y satisfacción del servicio al cliente mediante el análisis de datos en las librerías?						
Hipótesis General:	El análisis de datos mejora significativamente la eficiencia del servicio al cliente en librerías especializadas en la venta de materiales escolares y de oficina.						
Objetivos específicos	Hipótesis específicas (Si explícita)	Unidades de análisis	Variables	Operaciones de variables	Indicadores	Técnicas para utilizar	Tipos de instrumentos a utilizar
Identificar los factores predominantes que inciden en la prestación de un servicio satisfactorio en librerías especializadas en la comercialización de materiales escolares y de oficina.	Los factores predominantes que inciden en la prestación de un servicio satisfactorio en librerías especializadas en la comercialización de materiales escolares y de oficina son identificables y pueden ser categorizados para mejorar la experiencia del cliente.	Clientes de las librerías	VI Análisis de datos en las librerías	Es el proceso de recopilación y evaluación de datos relacionados con las actividades y recursos de la librería. Este análisis se realiza con el objetivo de mejorar la toma de decisiones, optimizar la gestión de los recursos, y proporcionar un mejor servicio a los clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tipo de Frecuencia de visitas.</li> </ul>	Encuesta.	Cuestionario.
Describir las características y el impacto que experimentan los consumidores con el servicio al cliente que se les proporciona en las librerías.	Las características del servicio al cliente proporcionado en las librerías tienen un impacto positivo en la experiencia del consumidor, contribuyendo a su satisfacción y fidelización.		VD Eficiencia del servicio al cliente	La eficiencia del servicio al cliente se refiere a la capacidad de una organización para proporcionar servicios de alta calidad a sus clientes de manera rápida, precisa y consistente. En términos operacionales, se puede definir y medir a través de diversos indicadores y procesos específicos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tiempo de espera.</li> <li>Número de quejas o reclamos</li> <li>Tiempo de respuestas o consultas en línea</li> </ul>		
Interpretar los resultados obtenidos sobre la satisfacción del cliente en librerías por medio de la encuesta	Los resultados obtenidos de la encuesta revelarán niveles significativos de satisfacción del cliente en librerías, proporcionando información útil para mejorar continuamente los servicios ofrecidos.						

Fuente Propia



# EVALUACION DE LA EFICIENCIA DEL SERVICIO AL CLIENTE MEDIANTE EL ANÁLISIS DE DATOS EN LIBRERÍAS

MONOGRAFIA PARA OPTAR AL TITULO DE  
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



## **ASESOR**

ING. GERARDO VILLALTA

## **AUTORES**

HASSEL GEORGINA ARÉVALO MELÉNDEZ  
MELISSA ABIGAIL GÓNZALEZ MERINO  
FERNANDO JOSUE VASQUEZ GARCIA

# EVALUACIÓN DE LA EFICIENCIA DEL SERVICIO AL CLIENTE MEDIANTE EL ANÁLISIS DE DATOS EN LIBRERÍAS

## INTRODUCCIÓN

El trabajo monográfico, titulado "Evaluación de la Eficiencia del Servicio al Cliente mediante Análisis de Datos en Librerías", se centra en cómo las librerías pueden mejorar estos aspectos a través del análisis de datos. Dado el entorno competitivo actual, las librerías deben adaptarse a las demandas del mercado para garantizar la satisfacción y fidelidad de los consumidores.

Se pretende evaluar la eficiencia del servicio al cliente en librerías mediante el análisis de datos en donde en el primer capítulo se establecerá la conceptualización del tema, se definirá el enunciado del problema, así como también se plantearán los objetivos que se pretenden alcanzar durante la investigación.

Posteriormente, en el segundo capítulo se presenta la metodología utilizada en la monografía, la cual adopta un enfoque mixto que combina métodos cualitativos y cuantitativos. Este enfoque mixto

En cuanto a la recopilación de datos, se ha definido una muestra representativa compuesta por cincuenta clientes seleccionados aleatoriamente, quienes han visitado diversas librerías durante el período de estudio, esto garantiza que los resultados sean representativos y que las conclusiones derivadas de la selección puedan ser aplicables a una población más amplia de clientes de librería





## JUSTIFICACIÓN

A lo largo del tiempo las librerías han implementado muchas estrategias para abordar la diversidad de desafíos que trae consigo la atención al cliente, entre ellos se encuentran la creación de centros especializados para manejar consultas y problemas de los clientes, el entrenamiento continuo del personal, la canalización de consultas y la automatización de procesos.

La evaluación de la eficiencia del servicio al cliente mediante análisis de datos se justifica por la necesidad de las empresas de adaptarse a un entorno empresarial en constante cambio y responder de manera efectiva a las demandas y expectativas cada vez más altas de los clientes.

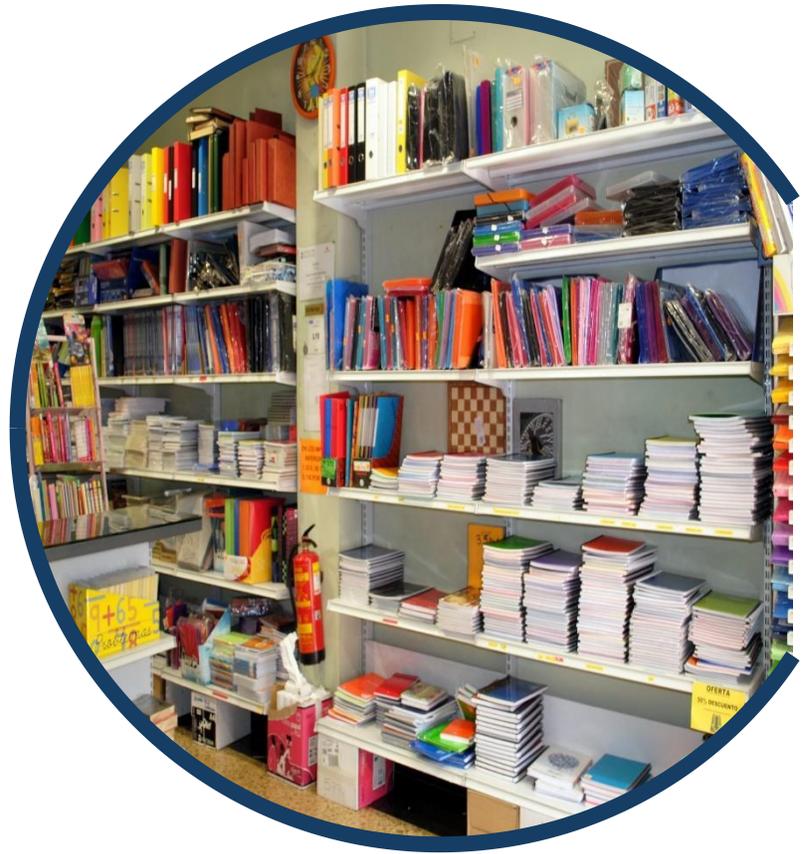
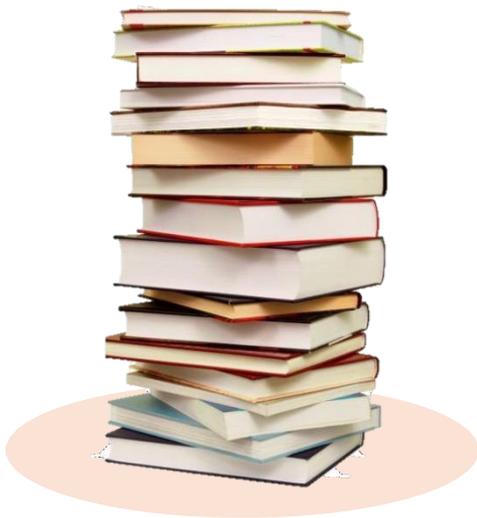
El análisis de datos ofrece una oportunidad única para examinar a profundidad las interacciones con los clientes, identificar tendencias, patrones y áreas de mejora, y tomar decisiones fundamentadas basadas en evidencia.

Este proyecto de investigación es esencial para las librerías que buscan mantenerse relevantes y competitivas en un mercado orientado al cliente, ya que, al evaluar la eficiencia del servicio al cliente a través del análisis de datos, las empresas pueden optimizar la asignación de recursos, anticipar las necesidades del cliente y mejorar la retención y lealtad de este e impulsar el crecimiento y el éxito del negocio.

# SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

Muchas librerías enfrentan desafíos en proporcionar un servicio al cliente eficiente debido a procesos obsoletos, sistemas desactualizados y falta de comprensión de las necesidades del cliente. Aunque algunas invierten en mejoras, la gente busca no solo productos y precios, sino también calidad y eficiencia en la atención.

La insatisfacción del cliente y tiempos de respuesta lentos pueden dañar la reputación de una librería y provocar la pérdida de clientes, afectando la rentabilidad. Por ello, las librerías deben analizar continuamente sus datos de servicio al cliente para identificar áreas de mejora, especialmente en épocas de alta demanda. Esta práctica ayuda a anticipar necesidades y adaptarse a cambios en el mercado, manteniendo la competitividad.



## ANTECEDENTES

El análisis de datos para evaluar la eficiencia del servicio al cliente ha evolucionado significativamente desde sus inicios, pasando de enfoques centrados en la evaluación cognitiva y la confirmación de expectativas a la introducción del Análisis Envoltante de Datos (DEA) en 1978, que permitió medir comparativamente la eficiencia de servicios. Indicadores de calidad del servicio se volvieron esenciales para diagnosticar y alinear servicios con las expectativas de los clientes. En sectores como el de la salud, el análisis de datos ha identificado características valoradas por los clientes, guiando la mejora continua. Estos antecedentes muestran cómo el análisis de datos ha sido crucial para entender y mejorar la satisfacción del cliente y la calidad del servicio.

# HISTORIA DE AMAZON

Amazon, fundada en 1994 como Cadabra.com, comenzó como una librería en línea con un catálogo de más de un millón de libros. Jeff Bezos implementó una estrategia centrada en la profundidad del catálogo, envíos globales, y gran accesibilidad. Amazon se destacó por la personalización del servicio, respuesta inmediata y eficacia en resolver problemas, lo que generó un mayor engagement. Actualmente se establece como líder mundial en el comercio.



HA ESTABLECIDO  
ALTOS  
ESTANDARES EN  
LA EFICIENCIA  
DEL SERVICIO AL  
CLIENTE, QUE  
PUEDEN SER  
ADAPTADOS POR  
LAS LIBRERIAS  
PARA MEJORAR  
SU PROPIA  
EFICIENCIA

## RELACIÓN ENTRE EL ANÁLISIS DE DATOS Y LA EFICIENCIA EN EL SERVICIO AL CLIENTE

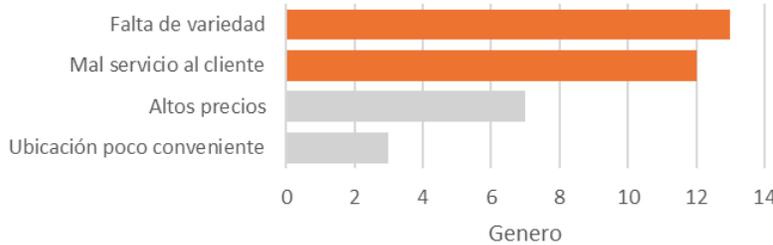
El análisis de datos es fundamental para mejorar la eficiencia en el servicio al cliente, ya que proporciona información valiosa sobre las necesidades, preferencias y comportamientos de los clientes. Al aprovechar datos detallados, las empresas pueden personalizar el servicio, optimizar los procesos, predecir la demanda, identificar problemas y segmentar a los clientes

de manera más efectiva. Esta comprensión profunda permite una asignación más eficiente de recursos y una respuesta rápida a las demandas cambiantes del mercado, lo que resulta en una mejora significativa en la calidad y la eficiencia del servicio al cliente.

# ANÁLISIS DE RESULTADOS

Para "11. ¿Por qué prefieres comprar en línea?: Prefiero ir a la librería físicamente", "7. ¿Cuáles son los motivos por los que dejarías de visitar una librería?": **Falta de variedad** y **Mal servicio al cliente** aparecen más a menudo.

7. ¿Cuáles son los motivos por los que dejarías de visitar una librería?

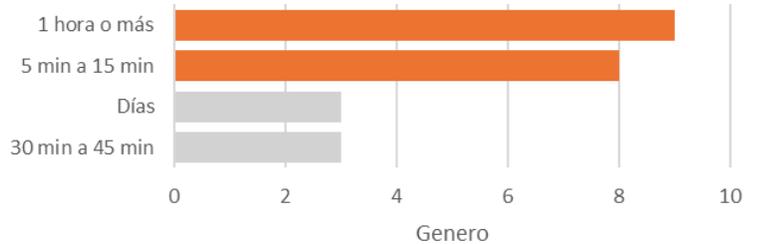


Existe una alta preferencia de los consumidores por realizar sus compras de materiales escolares y artículos de oficina en tiendas de librería físicas, principalmente por que las personas pueden ver, tocar y probar los productos antes de comprarlos, lo cual es muy importante para ciertos artículos de papelería.

La encuesta muestra que los intervalos son notablemente más largos para los hombres que para las mujeres. Tanto hombres como mujeres experimentan estos tiempos, con una tendencia hacia los extremos.

8. Si has realizado una consulta en línea ¿Cuál es el tiempo aproximado de respuesta que recibiste?

Para "4. ¿Has experimentado algún tiempo de espera excesivo durante tus visitas en librerías?: Sí", "8. Si has realizado una consulta en línea ¿Cuál es el tiempo aproximado de respuesta que recibiste?": **1 hora o más** y **5 min a 15 min** aparecen más a menudo.



---

## **CONCLUSIÓN**

El análisis de datos para evaluar la eficiencia del servicio al cliente no solo mejora la satisfacción del cliente, sino que también impacta positivamente la rentabilidad y éxito de las librerías. Este estudio demuestra que mantener altos niveles de eficiencia en el servicio al cliente retiene a los consumidores existentes y atrae a nuevos, proporcionando una ventaja competitiva en un mercado dinámico. A pesar de la preferencia por tiendas físicas debido a la posibilidad de ver y probar productos, es esencial que las librerías mantengan una sólida presencia en línea. Combinando variedad y calidad de productos con una ubicación estratégica y diversidad, las librerías pueden asegurar su relevancia y éxito a largo plazo.

---

## **RECOMENDACIÓN**

Se recomienda invertir en la capacitación continua del personal de atención al cliente para familiarizarlos con los productos, servicios y herramientas tecnológicas y de análisis de datos. Además, establecer mecanismos regulares para recoger feedback del cliente, como encuestas post-compra y análisis de reseñas en línea, ayudará a identificar áreas de mejora continua. Las librerías deben ofrecer una experiencia equilibrada, optimizando los tiempos de respuesta mediante la capacitación del personal, mejora de procesos internos y monitoreo continuo de los tiempos de respuesta.