



**UNIREMINGTON®**  
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON  
RES. 2061 MEN JUNIO 21 DE 1996

**FORMATO  
INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CÓDIGO:  
VERSIÓN: 01**

## **PRÁCTICA EMPRESARIAL**

**DEISY CAROLINA BURGOS LEGUIZAMÓN**

**DOCENTE**

**SHARON TATIANA BOHORQUEZ NIÑO**

**DIAGNÓSTICO, PLAN DE MEJORAMIENTO Y PLAN DE INTERVENCIÓN**


**TEMA**

**IMPLEMENTACIÓN DE PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA  
EMPRESA ALKOSTO S.A SEDE YOPAL.**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON**


**MEDELLÍN**

**2023**

 <b>UNIREMINGTON®</b> CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON RES. 2061 MEN JUNIO 21 DE 1996	<b>FORMATO</b> <b>INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b>	<b>CÓDIGO:</b> <b>VERSIÓN: 01</b>
---	---	--------------------------------------

## TABLA DE CONTENIDO

Glosario.....	4
Introducción .....	4
1. Título del proyecto.....	6
2. Resumen del proyecto.....	6
3. Planteamiento del problema.....	7
3.1 Pregunta problematizadora .....	8
4. Objetivos .....	9
4.1 Objetivo general.....	9
4.2 Objetivos específicos .....	9
5. Delimitación.....	10
5.1. Delimitación espacial.....	10
5.2. Delimitación temporal .....	15
6. Alcance .....	15
6.1 Plan de diagnóstico .....	16
6.1.2 Alcance del producto 1.....	16
6.2 Plan de acompañamiento.....	16
6.2.1 Alcance del producto.....	16
6.3 Plan de Mejora .....	17
6.3.1 Alcance del producto 3.....	17
7. Marco teórico .....	18
7.1 Marco conceptual.....	18
7.2 Estado del Arte.....	21
8. Marco metodológico .....	24
8.1 Población y muestra.....	24
8.2 Método de investigación.....	24
8.3 Instrumentos de Recolección de Datos .....	25

 <b>UNIREMINGTON®</b> CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON RES. 2001. MEN JUNIO 21 DE 1996	<b>FORMATO</b> <b>INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b>	<b>CÓDIGO:</b> <b>VERSIÓN: 01</b>
--	---	--------------------------------------


9. Resultados y conclusiones .....	27
10. Recomendaciones .....	32
Bibliografía .....	34

### LISTA DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1: Localización Alkosto. Fuente: Google maps</i> .....	10
<i>Ilustración 2: Fachada exterior Alkosto sede Yopal. Fuente: Google imágenes</i> .....	11
<i>Ilustración 3: Fachada interior Alkosto sede Yopal. Fuente: Google imágenes</i> .....	11
<i>Ilustración 4: Logo oficial Alkosto. Fuente: Google imágenes</i> .....	12
<i>Ilustración 5: Valores Corporativos – código de ética Alkosto</i> .....	14
<i>Ilustración 6: Instrumento de recolección de datos- Encuesta de satisfacción.</i> .....	27
<i>Ilustración 7: porcentaje de satisfacción 2da encuesta.</i> .....	29
<i>Ilustración 8: porcentaje de satisfacción 1ra encuesta</i> .....	29
<i>Ilustración 9: Puntos de satisfacción por pregunta</i> .....	30
<i>Ilustración 10: porcentaje pregunta 1.</i> .....	30
<i>Ilustración 11: porcentaje pregunta 2.</i> .....	31
<i>Ilustración 12: porcentaje pregunta 3.</i> .....	31
<i>Ilustración 13: porcentaje pregunta 4.</i> .....	31
<i>Ilustración 14: porcentaje pregunta 5</i> .....	32

### LISTA DE TABLAS

<i>Tabla 1: Delimitación temporal – practica empresarial</i> .....	15
<i>Tabla 2: resultados de puntos de satisfacción primera y segunda encuesta.</i> .....	28

 <b>UNIREMINGTON®</b> CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON RES. 2001. MEH JUNIO 21 DE 1996	<b>FORMATO</b> <b>INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b>	<b>CÓDIGO:</b> <b>VERSIÓN: 01</b>
--	---	--------------------------------------

## Glosario

- Protocolo: Conjunto de reglas que guían de qué manera debe realizarse una actividad.<sup>1</sup>
  
- Sede: Lugar que constituye el núcleo principal de cualquier actividad o el domicilio principal de una organización, empresa, etc.<sup>2</sup>
  
- Experiencia De Compra: suma de las emociones, sentimientos y estímulos que siente un cliente en una situación de compra.<sup>3</sup>
  
- Nivel De Satisfacción: grado de cumplimiento de las expectativas de un cliente tras recibir un servicio o producto.<sup>4</sup>
  
- Hiper bodega: establecimiento que agrupa diferentes bienes y servicios de diferentes rubros comerciales al por mayor y detal.<sup>5</sup>

## Introducción

---


<sup>1</sup> (oxford lenguaje, 2022)

<sup>2</sup> (oxford lenguaje, 2022)

<sup>3</sup> (Andres Muguira, 2023)

<sup>4</sup> (Mateo, 2020)


<sup>5</sup> (Hoyos, 2019)

	<b>FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b>	<b>CÓDIGO: VERSIÓN: 01</b>
---	---	--------------------------------

A continuación, se presenta el informe de practica ejecutado en la empresa Alkosto S.A sede Yopal como opción de grado para la carrera de Administración de Negocios Internacionales ofertada por la Corporación Universitaria REMINGTON, en el que se Implementara un protocolo de atención al cliente con el fin de mejorar la experiencia de compra de los clientes del establecimiento.

Lo anterior debido a que en ejercicio de la práctica profesional se advirtió un alto grado de inconformidad por parte de la clientela en relación al servicio recibido en asesorías, carencia de información sobre productos, tiempos de espera, cordialidad de los trabajadores e inoperatividad de canales informativos.

Así las cosas, por medio del establecimiento de parámetros simples de cortesía, atención, servicio, acondicionamiento de espacios y manejo del tiempo, se capacitará a los trabajadores de piso que entran en contacto con los clientes que adquieren bienes y servicios en la empresa con el fin de dar solución a los requerimientos que presentan los consumidores.

	<b>FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b>	<b>CÓDIGO: VERSIÓN: 01</b>
---	---	--------------------------------


## **1. Título del proyecto**

Implementación de protocolo de atención al cliente en la empresa Alkosto S.A sede Yopal.

## **2. Resumen del proyecto**

En ejercicio de la práctica profesional se diagnosticó un alto grado de inconformidad por parte de la clientela de la empresa Alkosto S.A sede Yopal en relación al servicio recibido en asesorías, carencia de información sobre productos, tiempos de espera, cordialidad de los trabajadores e inoperatividad de canales informativos, por lo cual, con el objetivo de atender los requerimientos de los clientes y mejorar su experiencia de compra dentro de la empresa, se propuso crear e implementar un protocolo de atención al cliente con el fin de capacitar a los trabajadores de piso en parámetros como cortesía, atención, servicio, acondicionamiento de espacios, lenguaje inclusivo para población no oyente y manejo del tiempo.

En virtud a ello, con el fin de medir el grado de satisfacción de los clientes antes y después de la aplicación del protocolo, se empleó un sondeo por medio de encuestas cerrada en la que se evaluó los puntos de satisfacción de la clientela en cada categoría, pudiendo extraer de forma eficaz el porcentaje de mejora que se obtuvo y que aspectos se deben fortalecer, permitiendo identificar como recomendación final y más importante la necesidad de estandarizar e imponer el protocolo de manera permanente dentro de la empresa con el fin de garantizar un mejor servicio de forma continua.

 <b>UNIREMINGTON®</b> CORPORACION UNIVERSITARIA REMINGTON RES. 2001. MEN JUNIO 21 DE 1996	<b>FORMATO</b> <b>INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b>	<b>CÓDIGO:</b> <b>VERSIÓN: 01</b>
--	---	--------------------------------------

## Palabras clave

*Protocolo, atención al cliente, nivel de satisfacción, experiencia de compra, encuesta.*

### 3. Planteamiento del problema


La empresa Colombiana de Comercio y/o Alkosto S.A – Corbeta, dio inicio a sus operaciones en el año 1987 como una cadena de supermercados especializados en la comercialización de productos electro digitales, comestibles, productos para el hogar, entre otros servicios que se fueron adhiriendo con el pasar de los años, en la actualidad tiene presencia en catorce ciudades con un total de dieciocho sedes.<sup>6</sup>

La empresa Alkosto S.A se ha posicionado como una empresa líder en el territorio Colombiano ofreciendo bienes y servicios que satisfacen la mayoría de las necesidades del hogar, en la capital del departamento de Casanare, la empresa Alkosto S.A cuenta con una única sede inaugurada en el año 2011 ubicada en el centro comercial Morichal Plaza S.A, la cual se encuentra como una de las principales alternativas para adquirir bienes y servicios por los casanareños en especial en relación con productos electro digitales.

Así las cosas, pese a todos los esfuerzo que ha hecho la empresa enfocados a la satisfacción del cliente, en la sede de la ciudad de Yopal los clientes y usuarios han presentado un patrón de inconformidades en relación a la atención al cliente orientado al poco o nulo contacto que se tiene con los representantes de las marcas, falta de asesoría y acompañamiento y la inexistencia de mecanismos para la atención de clientes con discapacidades de habla y escucha, los cuales en el departamento del Casanare representan el 0.5% de la población

---

<sup>6</sup> (Alkosto, 2020)

 <b>UNIREMINGTON®</b> CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON RES. 2001- MEH JUNIO 21 DE 1996	<b>FORMATO</b> <b>INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b>	<b>CÓDIGO:</b> <b>VERSIÓN: 01</b>
--	---	--------------------------------------

adulta, equivalente a 2.049<sup>7</sup> personas según el caracterizador de perfil territorial de Casanare del INSOR (Instituto Nacional Para Sordos).


Por lo anterior, y en ejercicio de la práctica empresarial como opción de grado, se ha establecido que debido al volumen de clientela que se maneja se hace imposible dar una atención personalizada a cada uno de los usuarios y clientes que adquieren bienes y servicios en la sede, por ende con el fin de atender las inconformidades de los usuarios, se hace necesario la implementación de un protocolo de atención al cliente estandarizado que permita mejorar la experiencia general que reciben los usuarios, enfocando los esfuerzos de los trabajadores de punto de venta y representantes de marca en despejar dudas generales y orientar a la clientela a usar los medios dispuestos para profundizar en la resolución de sus inquietudes, como por ejemplo el uso de la aplicación de la empresa para verificar los detalles de los productos, disponibilidad y precios, así como los lectores de códigos y paneles informativos; en el mismo sentido es debido capacitar al personal con comandos básico de lenguaje de señas que permitan a los trabajadores atender correctamente a la población con discapacidades de habla y escucha antes descrita para así redirigirlos igualmente al uso de los medios informativos dispuestos.

### **3.1 Pregunta problematizadora**

¿Cómo la implementación de un protocolo de atención al cliente en la empresa Alkosto SA sede Yopal mejoraría la experiencia de compra de los usuarios y clientes?

---

<sup>7</sup> (Insor, 2021)

	<b>FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b>	<b>CÓDIGO:</b>  <b>VERSIÓN: 01</b>
---	---	--

#### **4. Objetivos**

##### **4.1 Objetivo general**

Determinar si la implementación de un protocolo de atención al cliente en la empresa de Alkosto S.A sede Yopal, mejoraría la experiencia de compra de los usuarios y clientes en relación al nivel de satisfacción.

##### **4.2 Objetivos específicos**

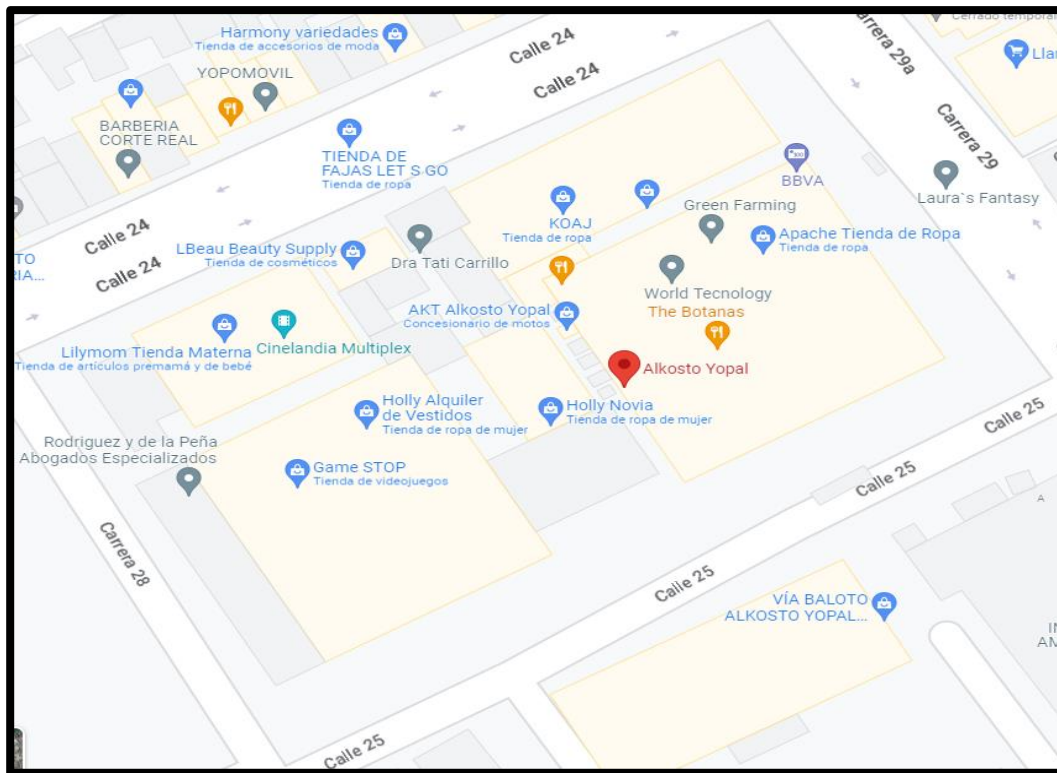
- ✓ Diseñar el protocolo de atención al cliente adaptado a las necesidades de la empresa Alkosto S.A Sede Yopal.
- ✓ Implementar por medio de socialización de material visual a través de cartilla informativa el protocolo de atención al cliente diseñado.
- ✓ Calcular el nivel de satisfacción de los usuarios y clientes de la empresa Alkosto S.A Sede Yopal antes y después de la implementación del protocolo de atención al cliente.



## 5. Delimitación

### 5.1. Delimitación espacial

La empresa Alkosto S.A de la capital del departamento del Casanare se ubica en el municipio de Yopal barrio Comcaja, específicamente en la Calle 24 No. 28 – 90 en lo que se conoce como el Centro Comercial Morichal Plaza S.A, con acceso al público por las entradas del piso 1 Ancla No. 2 sobre calle 24 y carrera 29, y acceso al personal administrativo sobre la calle 25.



*Ilustración 1: Localización Alkosto. Fuente: Google maps*



*Ilustración 2: Fachada exterior Alkosto sede Yopal. Fuente: Google imágenes*



*Ilustración 3: Fachada interior Alkosto sede Yopal. Fuente: Google imágenes*



*Ilustración 4: Logo oficial Alkosto. Fuente: Google imágenes*

#### **5.1.1. Razón social**

La Empresa comercialmente conocida como Alkosto se identifica plenamente en su razón social como COLOMBIANA DE COMERCIO SA SIGLAS CORBETA SA Y/O ALKOSTO SA, con numero de Nit. 890.900.943 – 1<sup>8</sup>


#### **5.1.2. Objeto social de la organización o empresa Actividades a las que se dedica la empresa.**

El objeto social de la empresa Alkosto S.A varía según la categoría de servicio, en ese sentido se puede clasificar así<sup>9</sup>:

- ✓ Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en general), bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) y tabaco

<sup>8</sup> (RUES, 2023)

<sup>9</sup> (RUES, 2023)

 <b>UNIREMINGTON®</b> CORPORACION UNIVERSITARIA REMINGTON RES. 2001 MEN JUNIO 21 DE 1996	<b>FORMATO</b> <b>INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b>	<b>CÓDIGO:</b> <b>VERSIÓN: 01</b>
---	---	--------------------------------------

- ✓ Comercio al por menor de electrodomésticos y gasodomésticos, muebles y equipos de iluminación en establecimientos especializados
- ✓ Comercio de motocicletas y de sus partes, piezas y accesorios

### ***5.1.3. Representante legal***

Para la vigencia inmediata del año 2023 funge como representante legal Ana Elina Campos Vergara.<sup>10</sup>

### ***5.1.4. Descripción o reseña histórica de la empresa***

Como bien se estableció en un primer momento la empresa Colombiana de Comercio y/o Alkosto S.A – Corbeta dio inicio a sus operaciones en el año 1987 en la ciudad de Bogotá Distrito Capital, ofreciendo servicios como comercializadora de electrodomésticos, mercado, llantas, tecnología, motos y productos del hogar, así las cosas fue posicionándose como una de las principales proveedores de bienes y servicios en el territorio colombiano, lo que conlleva a que en el año 2010 inaugurara su tienda virtual, con el fin de proveer bienes y servicios a nivel nacional.


Actualmente cuenta con presencia en catorce ciudades como Bogotá, Medellín, Barranquilla, Floridablanca, Cali, Pasto, Villavicencio, Yopal, Ipiales, Tunja, Manizales, Sincelejo, Túquerres y Pereira, generando más de 2.388 empleos a nivel nacional; el lema de la marca es “Hiper Ahorro Siempre” y maneja tres temporadas especiales como Alkosto es una ganga (abril), Agosto Alkosto (agosto) y Navidad en grande (diciembre).<sup>11</sup>

### ***5.1.5. Misión***

Somos una hiperbodega especialista en comercializar variedad de productos de consumo masivo como; Electrodomésticos, Automotores, Hogar Confecciones, Producto de aseo,

<sup>10</sup> (FONCORBETA, 2022)

<sup>11</sup> (Alkosto, 2020)

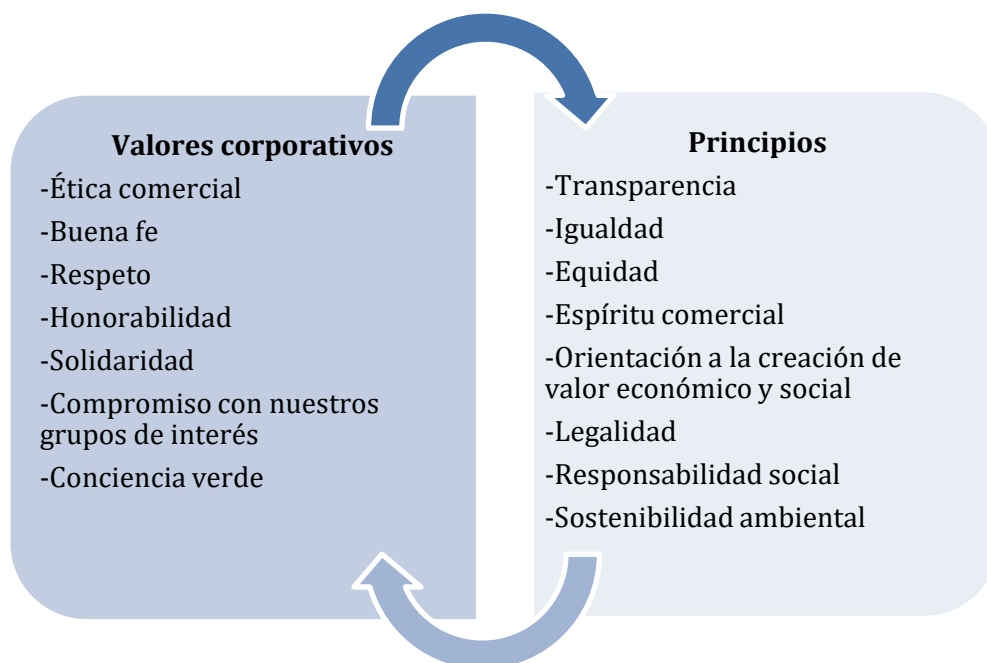
 <b>UNIREMINGTON</b> CORPORACION UNIVERSITARIA REMINGTON RES. 2001. MEN JUNIO 21 DE 1996	<b>FORMATO</b> <b>INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b>	<b>CÓDIGO:</b> <b>VERSIÓN: 01</b>
---	---	--------------------------------------

Alimentos frescos procesados con el apoyo de un equipo humano y competente estamos comprometidos con la calidad, la generación de valor y responsabilidad social empresarial.<sup>12</sup>

### **5.1.6. Visión**

Seremos reconocidos como la hiperbodega número uno en Colombia, innovando siempre en el mercado con productos de alta tecnología y calidad con distintos formatos que satisfagan las necesidades de nuestros clientes con la mejor relación, precio, calidad, servicio y sistema de financiación.<sup>13</sup>

### **5.1.7. Valores corporativos<sup>14</sup>**




*Ilustración 5: Valores Corporativos – código de ética Alkosto*

<sup>12</sup> (Alkosto, 2020)

<sup>13</sup> (Alkosto, 2020)

<sup>14</sup> (Alkosto, 2020)

 <b>UNIREMINGTON</b> CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON RES. 2061 MEN JUNIO 21 DE 1996	<b>FORMATO</b> <b>INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b>	<b>CÓDIGO:</b> <b>VERSIÓN: 01</b>
--	---	--------------------------------------


**Sección 1.01 5.2. Delimitación temporal**

ACTIVIDADES	FEBRERO 2023				MARZO 2023				ABRIL 2023			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	34
Análisis previo y recopilación de información												
Identificación de problemática y desarrollo teórico												
Diseño y socialización de material a empleados.												
Recolección de datos.												
Análisis de resultados y conclusiones												

*Tabla 1: Delimitación temporal – practica empresarial*

**6. Alcance**

El presente informe tiene como fin dar a conocer los logros obtenidos con objeto de la práctica empresarial ejecutada en las instalaciones de Alkosto S.A sede Yopal, dispuesta como opción de grado para la carrera de Administración de Negocios Internacionales ofertada por la Corporación Universitaria REMINGTON, así las cosas, se estableció un plan de diagnóstico, un plan de acompañamiento y un plan de mejora con el fin de delimitar el alcance de la práctica, en ese sentido:

 <b>UNIREMINGTON</b> CORPORACION UNIVERSITARIA REMINGTON RES. 2001. MEH JUNIO 21 DE 1996	<b>FORMATO</b> <b>INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b>	<b>CÓDIGO:</b> <b>VERSIÓN: 01</b>
---	---	--------------------------------------

6.1 **Plan de diagnóstico:** Diseñar el protocolo de atención al cliente adaptado a las necesidades de la empresa Alkosto S.A Sede Yopal.

### 6.2 **Alcance del Producto 1**


Con fundamento en el análisis previo donde se sometió a estudio la información contenida en el historial de PQRS de la vigencia inmediata del año 2023, se pudo identificar:

- ✓ Que la clientela presenta reiteradas quejas en relación a la atención al cliente, en especial respecto a la falta de conocimiento de los asesores sobre la información de los productos, la inoperatividad de los canales informativos como monitores y lectores de código, cordialidad de los asesores y acceso de tiempos de espera en despachos.
- ✓ Los clientes en la sección de sugerencias indican la necesidad de incluir medios para permitir el acceso a la información a las personas con discapacidad de habla escucha, puesto que el asesoramiento que reciben en la adquisición de productos es nulo.

6.2 **Plan de acompañamiento:** Implementar por medio de socialización de material visual a través de cartilla informativa el protocolo de atención al cliente diseñado.

### 6.3 **Alcance del Producto 2**

Considerando las debilidades que presenta la empresa Alkosto S.A sede Yopal determinadas en la primera etapa, la practicante previa con autorización del supervisor a cargo, diseña un protocolo de atención al cliente en el que se puntualizan los aspectos señalados en las quejas y sugerencias dadas por la clientela (*ver anexo A*).

	<b>FORMATO</b> <b>INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b>	<b>CÓDIGO:</b>  <b>VERSIÓN: 01</b>
---	---	--

Establecidos los parámetros a mejorar, por intermedio de cartillas informativas distribuidas en formato digital entre los trabajadores de piso que entran en contacto con los clientes, se realiza la socialización del protocolo de atención, a su vez se realizan simulacros sobre comunicación en lenguaje de señas usando comandos básicos de comunicación.


Por último, con apoyo de la planta de servicio técnico de la empresa, se ponen en funcionamiento los canales informativos como los monitores y lectores de código, de igual forma se distribuyen en puntos estratégicos de la sala de ventas y se aprueba el uso de una red Wifi exclusiva para clientes con acceso restringido únicamente a la página virtual de la empresa Alkosto S.A.

**6.4 Plan de Mejora:** Calcular el nivel de satisfacción de los usuarios y clientes de la empresa Alkosto S.A Sede Yopal antes y después de la implementación del protocolo de atención al cliente.

**6.5 Alcance del Producto 3**

Dentro de la tercera etapa, el practicante con apoyo de una encuesta de satisfacción calculará el nivel de complacencia de los clientes de la empresa Alkosto S.A Sede Yopal, en este sentido, se realizará de forma virtual a un número determinado de personas como se describe en la parte de instrumento de recolección de datos, en donde puntualmente se encuestará sobre los temas que presentan inconformidad los clientes.

La encuesta se dividirá en dos etapas, la primera antes de aplicar el protocolo al publico para determinar de esta forma el nivel de satisfacción inicial, la segunda se

	<b>FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b>	<b>CÓDIGO: VERSIÓN: 01</b>
---	---	--------------------------------

desarrollará un mes después de la puesta en ejecución del protocolo con el fin de determinar si hubo o no mejora en relación a la atención al cliente.

Así las cosas, con los resultados obtenidos se establecerá el rango de mejora y se propondrán las recomendaciones finales respecto a la permanencia del protocolo y la estandarización del mismo en las demás sedes de la empresa.

## 7. Marco teórico


### 7.1 Marco conceptual

-Administración: Para abordar los referentes teóricos, se dará inicio exponiendo una de las categorías de mayor relevancia dentro de la rama investigativa que nos ocupa, en este sentido la administración se define como “el proceso que busca por medio de la planificación, la organización, ejecución y el control de los recursos darles un uso más eficiente para alcanzar los objetivos de una institución” (López, 2020), así las cosas, la administración se caracteriza por ser una ciencia universal aplicable a cualquier rama social, obedece a una unidad temporal debido a que se encuentra supeditada a la existencia de un organismo social y se ubica en el nivel jerárquico más alto de las ramas profesionales.<sup>15</sup>

- *Empresa*: en un sentido amplio, según Romero autor del libro Marketing se define como "el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela" (p. 9), por lo anterior se podría afirmar que el concepto empresa responde al conjunto de medios dispuestos para cumplir un objeto

---

<sup>15</sup> (Ramírez, 1993)

	<b>FORMATO</b> <b>INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b>	<b>CÓDIGO:</b> <b>VERSIÓN: 01</b>
---	---	--------------------------------------

económico generando un lucro. Por su parte para Simón Andrade, autor del libro "Diccionario de Economía", la empresa es "aquella entidad formada con un capital social, y que aparte del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores. Su propósito lucrativo se traduce en actividades industriales y mercantiles, o la prestación de servicios"(p. 257)

- *Administración de empresas:* Siguiendo la misma línea, la administración de empresas es una ciencia que se encarga de estudiar la organización, procedimientos, recursos, actividades y resultados de una empresa, teniendo como fin promover el correcto funcionamiento de los organismos empresariales desde la planificación, dirección y control desde la gestión de los recursos humanos, económicos y materiales.<sup>16</sup>


- *Negocios:* En términos generales un negocio se define como la ejecución de cualquier actividad con el fin de obtener utilidades económicas por medio de la venta o intercambio de bienes y servicios en cualquier etapa del proceso productivo, en este entendido su principal fin es la generación de lucro.<sup>17</sup>

- *Administración de Negocios Internacionales:* Se entiende por Negocios Internacionales a la ciencia que se encarga de gestionar las relaciones de un país con el resto del mundo a través de sus diferentes agentes económicos públicos o privados por medio del intercambio de bienes, servicios, transferencias de capital, recursos humanos,

---

<sup>16</sup> (FUDE , 2022)

<sup>17</sup> (Roldan & Nicole, 2020)

 <b>UNIREMINGTON®</b> CORPORACION UNIVERSITARIA REMINGTON RES. 2001. MEH JUNIO 21 DE 1996	<b>FORMATO</b> <b>INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b>	<b>CÓDIGO:</b> <b>VERSIÓN: 01</b>
--	---	--------------------------------------

entre otros.<sup>18</sup> Como lo expone Agustín Cue Mancera en su libro *Negocios internacionales en un mundo globalizado* (2015):

Esta actividad contempla la adquisición de insumos en un país y su envío a otro para su procesamiento o ensamblaje, el envío de productos terminados para su venta en otro país, la construcción de una planta en el exterior o el uso de un crédito obtenido en un país para financiar actividades en otro. (p. 154)

- *Atención al cliente*: Se puede establecer que responde a una herramienta de marketing que busca establecer un contacto efectivo con los clientes, su principal fin es garantizar la satisfacción del cliente por medio del apoyo logístico, asesoramiento y orientación, para el empresario Raymond Joabar, vicepresidente ejecutivo de American Express, el servicio al cliente constituye una ventaja competitiva cada vez más importante para las empresas, tanto grandes como pequeñas, que facilitan los negocios y priorizan las necesidades de sus clientes.<sup>19</sup>


- *Lenguaje de señas*: Se entiende al medio de comunicación utilizado por personas con discapacidad auditiva, consiste en el uso de comandos visuales y gestuales, según la Federación Mundial de Sordos (World Federation of the Deaf WFD)<sup>20</sup>, para la vigencia del año 2022 se encontraba registrados 70 millones de personas sordas, respecto de las cuales según Reategui (2019) afirma “al momento de interactuar con personas fuera de su entorno

---

<sup>18</sup> (Zelada, 2020)

<sup>19</sup> (ZENDESK, 2022)

<sup>20</sup> (SID, 2022)

	<b>FORMATO</b> <b>INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b>	<b>CÓDIGO:</b> <b>VERSIÓN: 01</b>
---	---	--------------------------------------

les resulta muy difícil expresarse y darse a entender y muchas veces se ven forzados a recurrir a otros medios, como la escritura y lectura de labios, para comunicarse.” (p. 19). Por lo que la inclusión de este lenguaje inclusivo se hace necesaria en la pedagogía de los protocolos de atención al cliente con el fin de garantizar a toda la comunidad el derecho de ser atendidos de forma correcta.

- *Experiencia de compra:* Para finalizar las bases conceptuales, la experiencia de compra se traduce como la suma de emociones, estímulos y sensaciones que vivió un cliente en una situación de compra, lo cual tendrá valor en el establecimiento de la fidelización del cliente con la empresa por encima de las demás que ofrezcan similares bienes o servicios.<sup>21</sup>


## **7.2 Estado del Arte**

Para abordar los antecedentes investigativos del tema que nos ocupa, se expondrán cinco investigaciones de índole nacional e internacional que anteceden al presente informe, en las que se desarrolla de una u otra forma paralelismos en relación a la atención y satisfacción del cliente, así como también se debate sobre la importancia de implementar comandos de señas como lenguaje inclusivo en la sociedad, en este sentido, Patricio y Villareal (2016)<sup>22</sup> en ejecución de su práctica universitaria en curso de la carrera de Licenciado en Administración de la universidad Nacional del Perú, evalúan la satisfacción del cliente con aplicación del protocolo de atención ciudadana que ellos implementaron

---

<sup>21</sup> (Andres Muguira, 2023)

<sup>22</sup> (Trinidad & villareal, 2016)

 <b>UNIREMINGTON®</b> CORPORACION UNIVERSITARIA REMINGTON RES: 2001-1169 JUNIO 21 DE 1996	<b>FORMATO</b> <b>INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b>	<b>CÓDIGO:</b> <b>VERSIÓN: 01</b>
--	---	--------------------------------------

en el transcurso de dos meses en la municipalidad provincial de Huaura, pudiendo concluir que respecto al nivel de satisfacción entre la primera y última encuesta, se dio una mejora del 52% en lo que respecta a manejo de reclamaciones, etiqueta y cordialidad, por otro lado en relación a la generación de confianza con la entidad y el acceso a los servicios que esta brinda el porcentaje de satisfacción fue de 72% frente al 13% inicial.


Por su parte, Botero y Peña (2006)<sup>23</sup> exponen los resultados obtenidos en ejercicio de la evaluación de calidad de servicio por medio del esquema Cliente Incognito desde la perspectiva de la psicología organizacional, pudiendo determinar que la atención al cliente en los diferentes centros de prestación de bienes y servicios debe estar soportada por una estructura de gestión organizacional que permita instituir una filosofía de servicio tangible por los usuarios, con el fin de superar las expectativas de los clientes obteniendo que este logre identificarse y apropiarse de la marca, convirtiéndolo en un embajador de la empresa frente a su círculo social.

Siguiendo esta línea, Ramírez (2019)<sup>24</sup> como factor relevante para el mejoramiento de la gestión de calidad de la pequeña y mediana empresa, argumenta que la atención al cliente es vital para ofrecer servicios de calidad, así las cosas concluyo que el contacto continuo con el cliente, el acompañamiento y supervisión de la experiencia de los usuarios dentro del establecimiento le da un valor agregado al servicio que ofrecen lo que al final se

---

<sup>23</sup> (Botero & Peña, 2006)

<sup>24</sup> (Ramirez & Dalia, Atención Al Cliente Como Factor Relevante En La Gestión De Calidad Y Plan De Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas Distrito De Huari, 2019, 2019)

 <b>UNIREMINGTON</b> CORPORACION UNIVERSITARIA REMINGTON RES. 2001. MEH JUNIO 21 DE 1996	<b>FORMATO</b> <b>INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b>	<b>CÓDIGO:</b> <b>VERSIÓN: 01</b>
---	---	--------------------------------------

ve retribuido en el aumento de la rentabilidad financiera y en la mejora del posicionamiento comercial frente a otros establecimientos.


Ahora bien, para Bernal (2022)<sup>25</sup> en relación a la inclusión del lenguaje de señas en la pedagogía de los protocolos de atención al cliente, concluye que en Colombia son pocas las entidades públicas o privadas que poseen herramientas o personal capacitado que permita la interacción de forma correcta con personas con discapacidad en el habla escucha, por lo cual sostiene que la estandarización de comandos básicos del lenguaje de señas acompañada con el uso de aplicativos traductores de voz a señas, son indispensables para garantizar una experiencia satisfactoria a la población que se encuentra limitada por esta condición.

Para concluir los antecedentes investigativos, Terán, Gonzales, Vásquez y Ramírez (2021)<sup>26</sup> dentro del estudio de calidad de servicio en las organizaciones latinoamericanas publicado en la revista ciencia latina, afirmaron con fundamento en los resultados obtenidos, que los estándares de satisfacción al cliente en latinoamericanas se encuentran en un rango de medio-bajo tanto en instituciones públicas como privadas, por lo cual se hace fundamental a nivel interno generar cuestionamiento sobre la calidad del servicio brindado, con el fin de proponer alternativas que permitan cambios positivos, especialmente, aquellas instituciones que brinden experiencias en la adquisición de bienes y servicios.

---

<sup>25</sup> (Bernal, 2022)

<sup>26</sup> (Ramirez, Teran, Gonzales, & Palomino, 2021)

	<b>FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b>	<b>CÓDIGO: VERSIÓN: 01</b>
---	---	--------------------------------

## 8. Marco metodológico


### 8.1 Población y muestra

La población sobre la que recae el objeto del informe corresponde a los clientes y usuario de Alkosto SA sede Yopal, siendo una población determinada pero no determinable por la dificultad de individualizar cada uno de los actores como consecuencia del volumen comercial que se presenta diariamente, la muestra será elegida no por las condiciones particulares de cada individuo sino por el contexto temporal, en este sentido, la muestra corresponderá a las personas que acepten vincularse voluntariamente al proyecto diligenciando las encuestas dentro del periodo de tiempo comprendido según el calendario de actividades desde la última semana del mes de marzo de 2023 hasta la tercera semana del mes de abril del año en curso.

Por lo anterior y con el fin de correlacionar estadísticamente los datos que se obtengan, el investigador limitara el número de participantes tanto de la primera como de la segunda encuesta a 30 personas en cada ronda.

### 8.2 Método de investigación

El método de investigación seleccionado corresponden al cuantitativo Descriptivo, por medio del cual, según Hernández (2014) se realiza investigaciones secuenciales probatorias con el uso de variables definidas en las que con base en las mediciones estadísticas se llega a las conclusiones, al respecto, es debido precisar que el método seleccionado es aplicable a poblaciones respecto de las cuales no se ha ejecutado análisis o estudios previos porque permite centrar los resultados en indicadores de medida numéricas en relación directa con el contexto de aplicación,

	<b>FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b>	<b>CÓDIGO: VERSIÓN: 01</b>
---	---	--------------------------------

permitiendo que los resultados se obtengan desde la independencia correlacional de las variables expuestas, sin que la modificación de la determinación de la muestra afecte los resultados.


Respecto del diseño de investigación, se seleccionó el esquema Cuasi Experimental, para Campbell y Stanley (1973), el diseño es aplicable cuando el investigador no puede elegir de forma autónoma la población muestra en la que se aplicara el estudio, sino que la misma corresponde factores externos, en este caso a los elementos sociales, locales y económicos que influirán en la variabilidad de la población muestra que acude al establecimiento donde se aplicara las pruebas.

Según Mcguigan (2002) citado por Leguizamón (2021):

Los grupos que se estudian bajo este diseño reciben el nombre de grupo de comparación, a diferencia del elegido por autonomía del investigador el cual se llama grupo de control, esta distinción entre grupos de control y de comparación es una diferencia importante de clasificación, debido a que modifica la confianza legítima en los resultados y las conclusión que se obtengan de estos, es decir que para el caso aplicado, la confianza de las conclusiones se aplica en función a los resultados obtenidos y no en función al grupo estudiado, ya que este grupo sirvió como medio demostrativo sin que sus características propias influyeran en los resultados obtenidos. (p. 29)

### **8.3 Instrumentos de Recolección de Datos**

La técnica de recolección de datos que se empleara corresponde a la encuesta, para ello se utilizara el aplicativo dispuesto por las herramientas Google denominado Google formularios, en las que se realizara un cuestionario directo, cerrado, libre de preguntas sugestivas, que abordará de

	<b>FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b>	<b>CÓDIGO: VERSIÓN: 01</b>
---	---	--------------------------------

forma concreta cinco preguntas relacionadas con la experiencia de compra de los usuarios desde la atención al cliente recibida por los trabajadores; la encuesta se aplicara de forma digital y se enlazara con los correos de cada cliente que la diligencie para soportar en la base de datos que se incluirá en los anexos.

Es debido precisar que al no tratarse de información que contenga datos sensibles o personales protegidos por la Ley 1581 de 2012, no será necesario incluir autorizaciones para el tratamiento de la información.



**ENCUESTA DE SATISFACCIÓN  
ALKOSTO SEDE YOPAL**


Estimado cliente, estamos interesados en conocer su opinión sobre la experiencia vivida con el servicio y atención al cliente brindada en Alkosto Yopal, mediante la siguiente encuesta.

	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Indiferente	Satisfecho	Muy satisfecho
1. ¿Qué tan satisfecho está con el trato recibido en Alkosto Yopal?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. ¿Qué tan satisfecho está con la información que le proporcionaron los asesores de Alkosto Yopal para despejar sus dudas respecto a los productos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. ¿Qué tan satisfecho está con los canales informativos de Alkosto Sede Yopal?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. En general su experiencia de compra en Alkosto Sede Yopal fue:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. En relación al tiempo de espera en ser atendido en Alkosto Sede Yopal, usted se considera:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

*Ilustración 6: Instrumento de recolección de datos- Encuesta de satisfacción.*

### **9. Resultados y conclusiones**

Con aplicación al programa estadístico IBM SPSS ESTADÍSTICS se confrontarán los resultados obtenidos en la primera y segunda encuesta en los que se manejará un rango máximo

 <b>UNIREMINGTON</b> CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON RES. 2001-11EN JUNIO 21 DE 1996	<b>FORMATO</b> <b>INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b>	<b>CÓDIGO:</b> <b>VERSIÓN: 01</b>
---	---	--------------------------------------

de cinco puntos por pregunta en donde 1 será muy insatisfecho y 5 muy satisfecho, recordando que el total de encuestados corresponde a un total de 30 personas por ronda así:

PREGUNTA No.	Muy insatisfecho (1 pto.)		Insatisfecho (2 pto.)		Indiferente (3 pto.)		Satisfecho (4 pto.)		Muy satisfecho (5 pto.)	
	1ra	2da	1ra	2da	1ra	2da	1ra	2da	1ra	2da
P1	8	2	7	1	9	12	4	8	2	7
P2	12	4	5	2	7	5	6	10	0	9
P3	6	3	13	2	4	5	5	13	2	7
P4	4	0	5	2	12	6	6	10	3	12
P5	14	1	10	3	4	4	2	15	0	7
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>10</b>	<b>40</b>	<b>10</b>	<b>36</b>	<b>32</b>	<b>23</b>	<b>56</b>	<b>7</b>	<b>42</b>
PREGUNTA No.	PUNTOS OBTENIDOS PRIMERA ENCUESTA					PUNTOS OBTENIDOS SEGUNDA ENCUESTA				
P1	75					107				
P2	67					108				
P3	74					109				
P4	89					122				
P5	54					114				
<b>Total</b>	<b>359</b>					<b>560</b>				

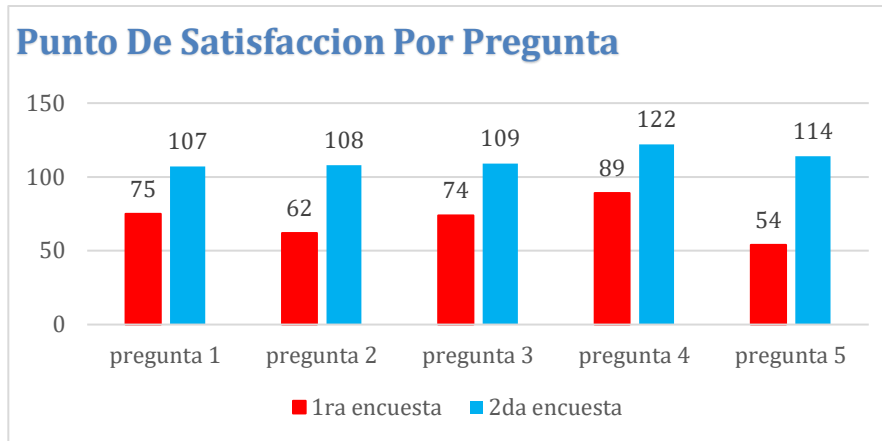
*Tabla 2: resultados de puntos de satisfacción primera y segunda encuesta.*

En virtud a lo anterior, se establece que del total de las cinco pregunta propuestas, el rango máximo de puntos de satisfacción que se podía obtener equivalía a 750 puntos, divididos en 150 puntos por pregunta, así las cosas, con aplicación de la primera encuesta se obtuvo un total de 359 puntos de satisfacción que equivaldrían al 48% de satisfacción de los encuestados confrontado a un 52% de insatisfacción, en un segundo momento con la aplicación de la encuesta posterior a la socialización del protocolo de atención al cliente, se obtuvo un total de 560 puntos de satisfacción equivaliendo a 75% de nivel de satisfacción de los encuestados en relación a un 25% de insatisfacción, representado gráficamente así:



*Ilustración 8: porcentaje de satisfacción 1ra encuesta    Ilustración 7: porcentaje de satisfacción 2da encuesta.*

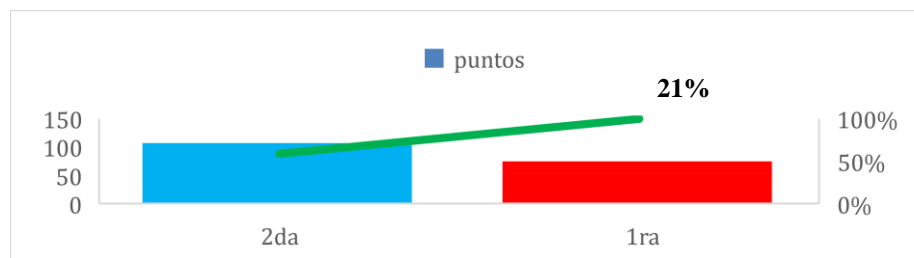
Con estos resultados es posible determinar que el rango de mejora que se logró con aplicación del protocolo de atención al cliente equivale a un 27%, con un aumento de 201 puntos de satisfacción:



*Ilustración 9: Puntos de satisfacción por pregunta*

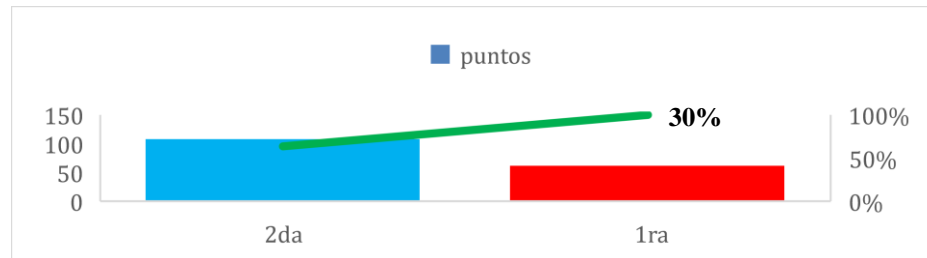
Ahora bien, en relación directa con el porcentaje de mejora de cada pregunta, se evidencia que:

- ✓ Pregunta No 1: En esta se evaluó el trato recibido por los clientes en las instalaciones de la empresa Alkosto sede Yopal, presentando un porcentaje de mejora de un 21% con un aumento en 32 puntos de satisfacción, siendo la pregunta de menor rango de mejora.



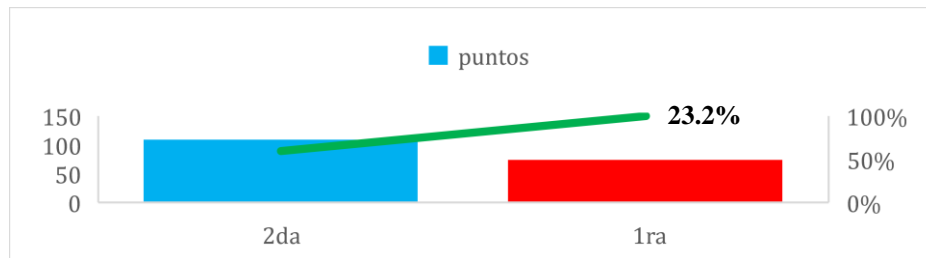
*Ilustración 10: porcentaje pregunta 1.*

- ✓ Pregunta No 2: En ella se preguntó al encuestado que tan satisfecho estaba con la información recibida en relación a los productos, dando como resultado un porcentaje de mejora del 30% con un aumento de 45 puntos de satisfacción.



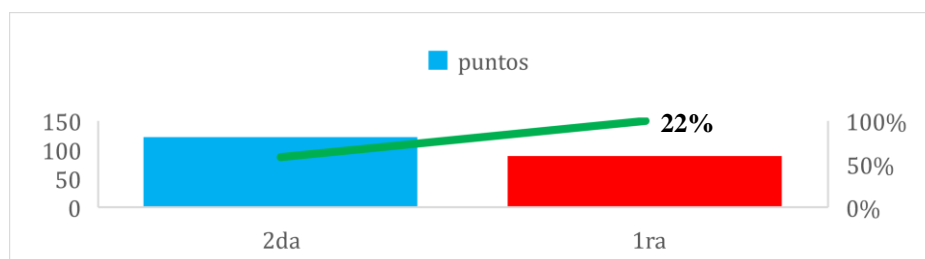
*Ilustración 11: porcentaje pregunta 2.*

- ✓ Pregunta No. 3: Respecto a la satisfacción de los clientes con los canales informativos, se obtuvo un porcentaje de mejora del 23.2% con un aumento de 35 puntos de satisfacción.



*Ilustración 12: porcentaje pregunta 3.*

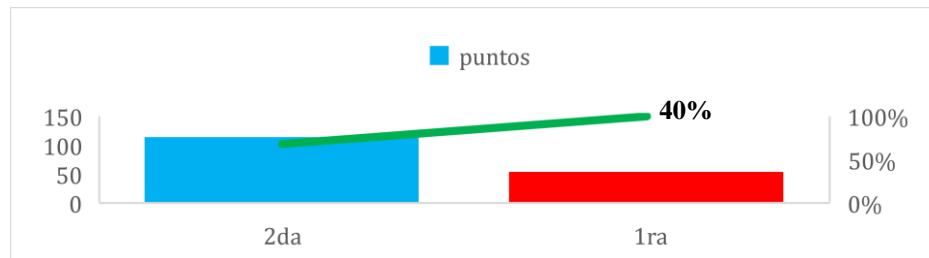
- ✓ Pregunta No. 4: Relacionada general con la experiencia de compra se evidencio una mejora del 22% con un aumento de 33 puntos de satisfacción.



*Ilustración 13: porcentaje pregunta 4.*



- ✓ Pregunta No. 5: Donde se encuestaba el tiempo de espera en ser atendido en la empresa Alkosto S.A sede Yopal, fue la categoría con mayor mejora teniendo un porcentaje de 40% con un aumento en 60 puntos de satisfacción.




*Ilustración 14: porcentaje pregunta 5*

## **10. Recomendaciones**

De los anteriores resultados obtenidos respecto de las mejoras que se percibieron con la implementación del protocolo de atención al cliente en la empresa Alkosto S.A Sede Yopal, en primera medida se recomienda a la entidad establecer de forma parmente y obligatoria el uso del protocolo a todos los trabajadores de piso que entran en contacto con los clientes, con el fin de mantener un buen nivel en atención al cliente.


De igual forma y en vista de los excelentes resultados obtenidos se propone la estandarización del protocolo de atención al cliente no solo en la sede de Yopal, sino que se aplique de forma progresiva y continua en las diferentes sedes de la empresa con el fin de unificar los criterios de atención al cliente.

	<b>FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b>	<b>CÓDIGO: VERSIÓN: 01</b>
---	---	--------------------------------

Por otro lado, se evidencia que pese a la implementación del protocolo, aún existen inconformidades debido al trato que reciben los clientes por parte de los trabajadores, en este sentido la inconformidad no se presenta en relación a las aptitudes laborales con la que brinda asesoría o por la información sobre los productos, sino que corresponde directamente a las actitudes de los trabajadores en aplicación a los principios de cordialidad y cortesía, por lo cual se recomienda a la empresa implementar programas y capacitación que permitan mejorar la actitud de los trabajadores dentro de su entorno laboral.

Ahora bien, con ocasión a los resultados de mejora obtenidos en la pregunta 3 relacionada con los canales de información, se insta a la compañía a que con aplicación del protocolo diseñado aumente los medios informativos que permiten conocer a detalle los productos y su vez señalice de forma puntual a la clientela la posibilidad de acceder a la plataforma digital o los equipos de computación dispuestos en la sede para que verifiquen de forma personal los productos que son de su interés, en especial a la población con discapacidad de habla escucha.

Por último, se evidencia mejora significativa en los tiempos de atención pese a que el mes de abril fue de alto flujo de clientes por las promociones que la empresa ofrecía, en este entendido se exalta la labor de los trabajadores que cumplieron a cabalidad las indicaciones de distribuir tiempos y mantener un contacto continuo y fluido con los clientes.

	<b>FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b>	<b>CÓDIGO: VERSIÓN: 01</b>
---	---	--------------------------------

## **Bibliografía**

Alkosto. (2020). *Alkosto compania*. Obtenido de <https://www.alkosto.com/nuestra-compania/quienes-somos/c/quienes-somos>

Andres Muguira. (15 de mayo de 2023). *Questionpro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/experiencia-de-compra-de-los-clientes/>

Bernal, C. (2022). *Sistematización de Prácticas Profesionales en Banco de Bogotá del Municipio de Girardot*. Girardot – Colombia.: Corporación Universitaria Minuto de Dios.


Botero, M., & Peña, P. (2006). Calidad En El Servicio: El Cliente Incógnito. *Suma Psicológica*, 12.

FONCORBETA. (2022). *Fondo de empleados de colombiana de comercio y/o Alkosto S.A.* Obtenido de <https://dokumen.tips/documents/foncorbeta-15-a-os-modo-de-compatibilidad-15integrantes-comit-de-control-soial.html?page=1>

FUDE . (2022). *educativo.net*. Obtenido de <https://www.educativo.net/articulos/en-que-consiste-la-administracion-de-empresas-924.html>

Galindo, C. Z. (2021). *Insor*. Obtenido de <https://www.insor.gov.co/insorlab/wp-content/uploads/2021/12/CASANARE.pdf>

Hoyos, A. (11 de 01 de 2019). *Moyobamba*. Obtenido de <https://moyobamba.com/archivo/conoce-usted-la-diferencia-entre-una-hiperbodega-y-un-supermercado/>

 <b>UNIREMINGTON</b> CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON RES. 2001. I MEN. JUNIO 21 DE 1996	<b>FORMATO</b> <b>INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b>	<b>CÓDIGO:</b> <b>VERSIÓN: 01</b>
--	---	--------------------------------------

Mateo, J. P. (2020). *el viaje del cliente*. Obtenido de <https://elviajedelcliente.com/satisfaccion-del-cliente/>

oxford lenguaje. (2022). *google dictionary*. Obtenido de <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/protocol>

Ramirez, & Dalia. (2019). *Atención Al Cliente Como Factor Relevante En La Gestión De Calidad Y Plan De Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas Distrito De Huari, 2019*. PERU: ULADECH CATOLICA.

Ramírez, C. &. (1993). *Fundamentos de administración*. Ecoe ediciones.


Ramirez, Teran, Gonzales, & Palomino. (2021). Calidad de servicio en las organizaciones de Latinoamérica. *Ciencia Latina Revista Multidisciplinaria*, 2.

Roldan, & Nicole. (01 de 07 de 2020). *economitopedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/negocio.html#:~:text=Un%20negocio%20es%20cualquier%20actividad,las%20necesidades%20de%20los%20clientes>.

RUES. (2023). *Registro Unico Empresarial*. Obtenido de <https://www.rues.org.co/Expediente>

SID. (16 de 02 de 2022). *servicio de informacion sobre discapacidad*. Obtenido de <https://sid-inico.usal.es/noticias/lengua-de-signos-o-lengua-de-senas/>

Trinidad, P., & villareal, V. (2016). *Repositor*. Obtenido de Universidad Nacional: <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/20.500.14067/873>

 <p><b>UNIREMINGTON</b> CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON RES. 2001. MEH JUNIO 21 DE 1996</p>	<p><b>FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b></p>	<p><b>CÓDIGO:</b> <b>VERSIÓN: 01</b></p>
--	--	--

Zelada, E. (2020). *Universidad Maria Auxiliadora*. Obtenido de <https://uma.edu.pe/negocios-internacionales-que-como-por-que-y-para-que/>

ZENDESK. (05 de 04 de 2022). *Blog de Zendesk*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/>

## ANEXOS

### ANEXO A: PROTOCOLO DE ATENCION AL CLIENTE





## OBJETIVOS

### OBJETIVO GENERAL:

Brindarle al personal herramientas que faciliten mejorar la calidad en la atención del servicio, a través de la estandarización de pautas y comportamientos que refuercen nuevas conductas y destrezas en el trato al cliente.

### OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Promover en el personal la prestación de servicios, mediante comportamientos éticos y morales.
- Desarrollar habilidades con el buen uso de las formas verbales y no verbales en la atención al cliente.
- Suministrar a los colaboradores comandos básicos de lenguaje de señas que permita atender correctamente a los clientes con discapacidad.



## ALCANCE

Proporcionar a los trabajadores de Alkosto sede Yopal, protocolos en atención y servicio al cliente para mejorar la calidad del servicio.

# PROTOCOLO DE ATENCIÓN CARA A CARA

La atención presencial es vital para cualquier empresa que se dedique al comercio, el usuario siempre deseará saber con quién está tratando, y en la mayor parte de los casos será perceptivo a nuestros consejos y especificaciones, la mayoría de las veces requerirá de orientación para tomar una decisión acertada, según su presupuesto y necesidades.



1. El primer contacto con el cliente es crucial, mantener un contacto visual desde el momento en que el cliente llegue al punto de servicio.



2. El funcionario saludará de forma amable y respetuosa dará la bienvenida al punto de servicio "buenos días/tardes bienvenidas ..." manteniendo siempre una gran sonrisa hacia el cliente.



3. Identificarse al cliente/usuario "nombres y apellidos", OJO: si usted lo considera pertinente menciona su cargo dentro de la empresa.



**4. Dedicar de manera exclusiva la atención al cliente presente**



**5. Atender al usuario con un tono de voz moderado y cálido.**



**6. Escuchar atentamente el mensaje del cliente, evitar interrumpirlo en medio de su idea.**



**7. En caso de ser necesario aumentar el tono de voz por interferencias externas, pedirte disculpas y anunciarle que elevará un poco el tono de voz para una escucha mejor.**



**8. Al momento del servicio utilizar el adjetivo "señor/señora/ a lo largo de la comunicación.**



**9. Utilizar gestos acordes para la atención del cliente "sintiendo con la cabeza" de tal forma que el cliente note que el funcionario está interesado en su mensaje.**



**10.** Evitar gestos corporales inadecuados al momento del servicio.



**11.** Verificar si el cliente/usuario entendió la información suministrada durante el momento del servicio.



**12.** Para concluir el funcionario deberá preguntar si el usuario necesita que se le colabore en algo adicional.



**13.** Finalizar con una despedida cordial y manteniendo la sonrisa del servicio.



## OBSERVACIONES ATENCIÓN CARA A CARA

Cuando el trabajador no pueda realizar una atención personalizada, debido al alto volumen de clientes, procederá orientando a los usuarios al uso de los medios dispuestos para obtener información detallada del producto, logrando una atención autónoma y familiarizando a los clientes con los dispositivos disponibles en los pasillos de cada área.

- Lectores de códigos de barra de los productos.
- Puntos de información, servicio al cliente y/o Digi.
- Uso de pantallas para consulta por referencia de productos y ver unidades disponibles.
- Página web Alkosto.com.
- Descargar separata para informar ofertas actuales.



## PROTOCOLO DE ATENCIÓN A PERSONAS CON DISCAPACIDAD SORDA Y/O AUDITIVO

El cliente sordo/mudo será atendido en el punto de venta por el personal que tenga conocimiento de los comandos básicos de señas, quien brindará la información pertinente al requerimiento.

Se deben evaluar los siguientes criterios, a la hora de atender las personas con discapacidad:

- Identificar cual es la forma de comunicación con la que se siente cómodo.
- Atención con lenguaje de señas o si la personal usa audífonos, dirigirse a ella vocalizando correctamente.
- Una vez se garantice el tipo de comunicación preferencial se responderá el requerimiento del cliente.



## Alfabeto Dactilológico Colombiano



## Saludos



¡Hola!

¡Bienvenidos!



¡Buenos días!



¡Buenas tardes!



¡Buenas noches!

## Cordialidades



¿Cómo estás?



¡Gracias!



¡Por favor!



Nombre      Un momento



Intérprete



Esperar      Necesitar



¡Perdón!



¡Con mucho gusto!

## Lineamientos Generales

1. Hablar directamente a la persona con discapacidad, no a su acompañante.
2. Pensar que la discapacidad no es una incapacidad.
3. No subestimar ni prejuizar a las personas con discapacidad.



4. Dejar que los clientes hagan por sí mismos todo lo que puedan hacer.
5. Ofrecer ayuda únicamente si la persona parece necesitarla.
6. Permitir que sean los clientes los que marquen el ritmo de la experiencia de atención.



7. Actuar con naturalidad y sin exagerar.
8. Brindar información con mensajes concretos y cortos utilizando siempre un lenguaje claro y sencillo.
9. Al finalizar la atención, verificar que la información suministrada haya sido comprendida; solicita retroalimentación y de ser necesario, repetir la información.



## OBSERVACIONES DE ATENCIÓN A PERSONAS CON DISCAPACIDAD SORDA Y/O AUDITIVO



Cuando se requiera brindar información detallada de los productos a personas con discapacidad sordo y/o auditivas, se deberá utilizar una aplicación libre que traduce voz a señas, la cual se descargara en el dispositivo que disponga la empresa para tener una mejor comunicación con los usuarios y suministrar información solicitada por el usuario.

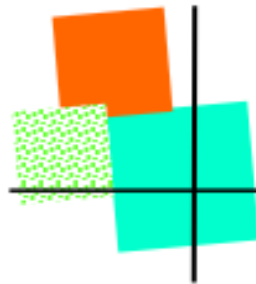
Esta aplicación traductora LSM favorece la comunicación entre una persona sorda y una persona ordinaria, dentro de sus usos sirve como interprete. Es una herramienta auxiliar para las buenas prácticas en los procesos de alfabetización, redacción de textos y comprensión lectora.



## SOPA DE LETRAS DE PROTOCOLOS

Encuentra las palabras

J	H	A	B	I	L	I	D	A	D	E	S	H	J	E	A	S	R
L	O	S	C	O	M	E	F	R	A	S	P	T	H	W	D	F	C
P	A	T	E	N	C	I	O	N	S	E	D	G	A	D	P	I	L
V	F	C	P	R	V	T	I	C	Ñ	Ñ	E	R	B	F	C	L	I
A	P	O	N	M	V	R	S	O	L	A	I	E	I	H	Z	R	E
L	F	W	Q	I	M	A	Ñ	A	N	S	W	J	L	R	Q	E	N
O	D	B	J	R	S	H	C	D	B	P	Q	V	O	E	O	G	T
R	G	X	Z	U	A	J	V	I	C	L	H	L	N	E	L	H	E
E	H	K	L	W	Ñ	Q	E	T	O	X	C	Z	Q	U	L	P	H
S	P	R	O	T	O	C	O	L	O	R	Q	K	V	M	E	R	N



## REFERENCIAS



Calameo. (2016 - 2023). Obtenido de Calameo:  
<http://calameo.download/004684461b09ea411063a>

Industria y Comercio Superintendencia. (2021). Obtenido de  
<https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/2021/Protocolo%20Atención%20al%20Ciudadano%20SIC%202021.pdf>

visionemprender1. (15 de Abril de 2015). Slideshare. Obtenido de  
Slideshare: <https://es.slideshare.net/Visionemprender1/manual-de-servicio-al-cliente-y-protocolos-de-atencion>