

# **ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA NOTARIA SEGUNDA DEL CANTÓN BABAHOYO, EN EL PERIODO 2023**

*CUSTOMER SERVICE AT THE SECOND NOTARY OF THE  
BABAHOYO CANTON, IN THE PERIOD 2023*

<https://doi.org/10.5281/zenodo.14805227>

## **AUTORES:**

Melissa Thalía Collahuazo Castro <sup>1\*</sup>

Ninfa Narcisa Castro Troya<sup>2</sup>

Magdalena Rosario Huilcapi Masacón<sup>3</sup>

Yomara Paola Haz Cadena<sup>4</sup>

**DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA:** [mcollahuazo@fafi.utb.edu.ec](mailto:mcollahuazo@fafi.utb.edu.ec)

**Fecha de recepción:** 06/ 12/ 2024

**Fecha de aceptación:** 13/ 12/ 2024

## **RESUMEN**

La presente investigación se centra en analizar la atención al cliente en la Notaría Segunda de la localidad, sus actividades principales son la autenticación de documentos, donde se verifica la validez y legalidad de firmas y documentos. Se busca identificar los factores que inciden en la atención al cliente, para el mejoramiento de los servicios, como metodología se realizó una entrevistas al funcionario responsable de la Unidad y encuestas a clientes internos y externos, los cuales fueron seleccionados del INEC, (2022) entre hombres y mujeres de la población económicamente activa de 15 años y más, de la ciudad de Babahoyo, entre ellos los que trabajan por cuenta propia (15.248) y los empleados (20.143) dando un total de 35.391 la población y se determinó el tamaño de la muestra en 380 clientes externos, los resultados muestran que los clientes externos están insatisfechos por las largas colas de espera, la falta de resolución de problemas, el desconocimiento en algunos casos por parte del personal, por lo que es necesario mejorar la calidad de los servicios, y la implementación de varias estrategias de atención al usuario, así como la capacitación al usuario interno, se concluye que la comunicación es

---

<sup>1\*</sup> Licenciada en Comercio, Universidad Técnica de Babahoyo, Facultad de Administración Finanzas Informática, [m\\_collahuazo@fafi.utb.edu.ec](mailto:m_collahuazo@fafi.utb.edu.ec)

<sup>2</sup> Abogada, Libre Ejercicio, [ninfa\\_castro72@hotmail.com](mailto:ninfa_castro72@hotmail.com)

<sup>3</sup> Ingeniera Comercial, Magister en Administración de Empresas, Magister en Docencia y Currículo, Universidad Técnica de Babahoyo, Facultad de Administración, Finanzas, Informática. [mhuilcapi@utb.edu.ec](mailto:mhuilcapi@utb.edu.ec) Código Orci [0000-0003-4085- 4433](https://orcid.org/0000-0003-4085-4433)

<sup>4</sup> Ingeniera Comercial, Magister en Docencia y Currículo, Universidad Técnica de Babahoyo, Facultad de Administración Finanzas Informática, [yhaz@utb.edu.ec](mailto:yhaz@utb.edu.ec)

el pilar fundamental para el mejoramiento de los servicios, la resolución de problemas de forma efectiva es calve para el usuario externo.

**Palabras clave:** *Calidad, colas de espera, servicio de excelencia*

## ABSTRACT

The present investigation focuses on analyzing customer service in the Second Notary Office of the town, its main activities are the authentication of documents, where the validity and legality of signatures and documents are verified. The aim is to identify the factors that affect customer service, for the improvement of services, as a methodology, interviews were carried out with the official responsible for the Unit and surveys of internal and external clients, which were selected from INEC, (2022) between men and women of the economically active population aged 15 years and over, of the city of Babahoyo, including those who work on their own (15,248) and employees (20,143), giving a total of 35,391 population and the size was determined of the sample in 380 external clients, the results show that external clients are dissatisfied by the long waiting lines, the lack of problem resolution, the lack of knowledge in some cases on the part of the staff, so it is necessary to improve the quality of services, and the implementation of various user service strategies, as well as training for internal users, it is concluded that communication is the fundamental pillar for the improvement of services, effective problem solving is key for the user. external.

**Keywords:** *Quality, waiting lines, excellent service*

## INTRODUCCIÓN

La Notaria Segunda del Cantón Babahoyo, tiene por misión ser un equipo especializado en servicios notariales, dedicados a satisfacer las necesidades de los usuarios con personal calificado, trato cordial y altos valores éticos, garantizando seguridad jurídica y utilizando infraestructura de alta calidad, sus actividades principales son la autenticación de documentos, donde se verifica la validez y legalidad de firmas y documentos. Además, son los responsables de la redacción y formalización de escrituras públicas, incluyendo la compraventa, hipotecas, testamentos y poderes. También asesoran en la creación y gestión de testamentos, así como en la tramitación de herencias y sucesiones. la visión es *ser el principal referente en servicios notariales en Babahoyo*, destacándose por la seguridad jurídica, eficiencia interna, satisfacción del cliente y optimización de recursos, promoviendo el crecimiento personal de nuestros colaboradores y siendo aliados estratégicos para los clientes.

Los clientes son el eje principal de un negocio, indispensables para ofrecer un servicio de alta calidad. Aunque las empresas no pueden controlar directamente a sus clientes, es fundamental que todas sus acciones se basen en un conocimiento profundo de las necesidades, demandas y expectativas de estos. Los clientes son fundamentales para el éxito de cualquier empresa, por lo que es esencial mejorar constantemente las estrategias para atraerlos y retenerlos, asegurando así un servicio excelente y una alta satisfacción. (Salas, 2020) afirma que: El valor que los clientes aportan a las empresas incluye no solo

las ventas directas, sino también la influencia que tienen sobre otros consumidores. Por ejemplo, cuando recomiendan productos o servicios a otras personas, están ayudando a atraer nuevos clientes y a fortalecer la reputación de la empresa. (p. 9) El valor del cliente refleja un equilibrio entre los esfuerzos que la empresa realiza y los beneficios que obtiene, los cuales pueden ser monetarios o no monetarios. En otras palabras, el valor del cliente es esencial para cualquier negocio. Ofrecer una atención de calidad asegura que los clientes tengan una experiencia positiva, lo que se traduce en una mayor satisfacción y lealtad. En el mundo empresarial, los clientes son realmente quienes marcan la pauta. El comercio se construye sobre la interacción entre el comprador y el vendedor, que se reúnen para intercambiar bienes o servicios. De acuerdo con (Rodríguez, 2023), todos inclusive aquellos que aún no son clientes, tienen la posibilidad de convertirse en uno en el futuro, ya que la proyección ayuda a identificar tanto a los clientes actuales como a los potenciales. (Vega, 2021) señala que en el proceso de atención al cliente es una serie de acciones como la recepción, identificación de necesidades, asesoramiento y resolución de problemas, mediante las cuales la empresa busca interactuar con sus clientes actuales. Es esencial considerar la atención al cliente en todos los aspectos, enfocándose en satisfacer sus necesidades a través del servicio ofrecido por los empleados. Esto implica una participación precisa en la organización, que puede generar un compromiso entre el gerente o propietario de la organización y el proveedor de servicios. (Laza, 2020), argumenta que, la atención al cliente es un servicio ofrecido por una empresa para establecer una conexión con sus clientes y asegurarse de que sus necesidades sean satisfechas. Es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes, proporcionando asesoramiento integral que garantiza el uso adecuado de los servicios o productos. (p. 7). Centrar las organizaciones en el cliente no solo generará mayores beneficios económicos, sino que también asegurará la estabilidad empresarial a largo plazo. Por lo tanto, es crucial que las empresas y organizaciones generen confianza. Esto se puede lograr a través de una comunicación constante con los clientes, manteniéndolos comprometidos y fomentando un ambiente de respeto y colaboración. La atención al cliente deficiente puede tener graves repercusiones para las empresas, resultando en experiencias negativas para los clientes, disminución de ventas y pérdida de clientela. Según (Sordo, 2024), una atención a la cliente inadecuada ocurre cuando las empresas no cumplen con las expectativas de los clientes en términos de calidad del servicio, tiempo de respuesta y experiencia general. Esto puede deberse a la ineficiencia del personal de atención al cliente, a la falta de resolución de dudas o inquietudes, o a la incapacidad de comprender las necesidades del cliente. Es crucial que las empresas comprendan que una mala atención al cliente puede perjudicar su negocio, ya que los clientes insatisfechos tienden a compartir sus experiencias negativas con otros, lo que puede dañar aún más la reputación de la empresa.

La atención al cliente se ha vuelto una estrategia esencial para los negocios en todo el mundo. No se trata solo de atraer a nuevos clientes, sino también de mantener a los existentes satisfechos mediante un servicio excepcional. Parra Guerrero B. et al. (2019) explican que esto significa poner al cliente en el centro de todas las actividades, fomentar

relaciones que beneficien a ambas partes y crear un entorno donde las interacciones sociales y comerciales sean armoniosas para alcanzar la satisfacción del cliente, misma que está relacionada intrínsecamente con la alegría que sienten las personas cuando se cumplen sus necesidades o deseos. (Revolledo, 2019), señala que “la satisfacción del consumidor es el resultado de comparar los beneficios percibidos con las expectativas previas” (pág. 29). En el contexto de la atención al cliente, la satisfacción se mide por la evaluación positiva del servicio que la empresa ofrece, en especial cuando resuelve eficazmente dudas, consultas, quejas, reclamos y disputas, superando las expectativas del cliente. Si las expectativas son mayores que la experiencia real, se genera insatisfacción. Por el contrario, si la experiencia supera las expectativas previas del cliente, se logra la satisfacción. La satisfacción del cliente es un criterio estándar en la evaluación de la calidad del servicio.

(Cano, 2020), afirma que la satisfacción del cliente está fuertemente influenciada por cómo evalúan el producto o servicio. Por eso, la atención al cliente debe centrarse en asegurar que la experiencia de uso o consumo supere las expectativas del cliente. Según (Cárdenas, 2019), la orientación al cliente se define como una filosofía que guía todas las acciones del personal de la organización hacia la satisfacción de las necesidades de cada cliente y usuario. Esto significa que la orientación al cliente va más allá del simple servicio o atención, ya que no solo se enfoca en las ventas o la atención directa, sino que está presente desde la misma creación y la organización del servicio o producto. Ofrecer una atención de calidad a los clientes se ha vuelto fundamental para la mayoría de los negocios, ya que captar nuevos clientes es más costoso que mantener a los actuales. El comportamiento del personal es clave para brindar una atención de calidad, pues los empleados son un recurso valioso para la empresa y los clientes pueden percibir y apreciar ese valor y sentirse satisfechos.

De acuerdo con (Gonzalez, 2020), cuando los clientes se sienten insatisfechos con un servicio deficiente, es común que expresen su malestar de diversas formas, siendo las quejas la más habitual. En este contexto, surge la pregunta sobre cómo manejar adecuadamente las situaciones de malestar de los usuarios, *Escuchar*: Es importante prestar atención a las necesidades y preocupaciones de los clientes para poder abordarlas de manera oportuna y satisfactoria. *Pedir disculpas*: Ser humilde y mostrar empatía hacia los clientes son formas efectivas de mantenerlos contentos. Para llegar a una buena atención al cliente es necesario preguntar, observar y escuchar. (Silva, 2021), enfatiza la importancia de escuchar a los clientes para mejorar. Actuar rápidamente según sus comentarios y comunicar esta información al negocio puede ayudar a incrementar las ventas. La satisfacción del cliente es el objetivo principal y depende tanto de la calidad del servicio como de los valores y comportamiento del personal (p. 16).

El comportamiento del empleado se refiere a las acciones y conductas de las personas dentro de las empresas, impactando en las relaciones individuales y grupales, así como en la interacción entre los empleados y la organización. (Salas, 2020), señalan que: Los

empleados no dependen solo de los factores organizacionales existentes, sino que está influenciado en gran medida por cómo los empleados perciben y evalúan estos factores. También influyen sus actividades, interacciones y experiencias grupales dentro de la empresa, así como el clima organizacional, la cultura y los cambios en la organización. Todos estos elementos ayudan a formar distintos niveles de responsabilidad social, lo que a su vez determina la efectividad en alcanzar los objetivos comunes de la empresa. (p. 10). Fomentar el comportamiento adecuado de los empleados es clave para alcanzar mayores niveles de productividad y eficiencia en la empresa. En tiempos de rápidos cambios, donde los valores evolucionan constantemente y los recursos son limitados, es esencial entender los factores que influyen en el desempeño individual de los trabajadores, como la satisfacción laboral, de allí que el comportamiento organizacional debe verse como un proceso cultural y un entorno clave, considerando el sistema en su conjunto.

La satisfacción laboral se refiere al bienestar y felicidad que siente un empleado en relación con su desempeño y entorno de trabajo. Según (Bizneo, 2020), describe la satisfacción laboral como el sentimiento, el estado emocional del trabajador respecto de la empresa y de las labores que realiza en ella. Esta satisfacción no solo beneficia a los trabajadores, sino que también mejora el desempeño, la productividad y el rendimiento general. Los empleados felices tienden a ser más productivos y participativos en la empresa, mientras que aquellos que no están satisfechos suelen mostrar resultados opuestos.

La capacitación incluye actividades de formación que ayudan a ampliar los conocimientos, habilidades y comportamientos de los empleados. Esta capacitación es fundamental para completar tareas y proyectos, ya que permite a los trabajadores adquirir las competencias necesarias para desenvolverse en el entorno laboral y cumplir con sus responsabilidades, (Campos, 2023). La formación del personal aumentará el nivel de talento dentro de la empresa. Los empleados que reciben capacitación están más inclinados a aprovechar al máximo su potencial. Cuando las empresas no invierten en la formación adecuada de sus empleados, estos pueden encontrarse con dificultades para adaptarse y comprender completamente sus responsabilidades. Aunque puedan realizar las tareas básicas, su rendimiento suele ser inferior al de sus colegas más experimentados. Esto puede generar desmotivación entre el personal, ya que se encuentran desprovistos de los conocimientos y habilidades necesarios para brindar un servicio eficiente a los clientes. Como resultado, la productividad se ve afectada y la calidad del trabajo se resiente, lo que perjudica la reputación de la empresa (Valencia, 2023). Los empleados que no reciben una formación adecuada pueden sentir frustración al no poder progresar en sus carreras, lo que a su vez puede llevarlos a buscar oportunidades laborales fuera de la empresa o a conformarse con resultados menos satisfactorios. Esto, a su vez, afecta su rendimiento laboral y la calidad del servicio al cliente.

Según (CompuSoluciones, 2020), la capacitación tiene como principal objetivo mejorar la eficiencia de los empleados para que puedan contribuir al aumento de la productividad.

Además, este enfoque ayuda a garantizar que los conocimientos de los trabajadores se mantengan actualizados. Es decir, la capacitación busca desarrollar las habilidades, destrezas, competencias y valores de los empleados, con el fin de promover su crecimiento personal, resolver las dudas, mejorar la atención al cliente y aumentar el conocimiento sobre los productos ofrecidos. Según (Bayona, 2012), un equipo es como una combinación de dos o más personas que interactúan dinámicamente (cara a cara) presencial o virtual), interdependencia y adaptabilidad, donde cada miembro tiene un rol específico y compartir la responsabilidad de sus resultados dentro del contexto organizacional. Lo que más se destaca del trabajo en equipo es la eficacia y la eficiencia a la hora de ejecutar un proceso o proyecto.

Existen diferentes perspectivas sobre la conceptualización de efectividad, efectividad y eficiencia; Sin embargo, aunque estos términos se utilizan todos los días en múltiples campos, no existe conceptos únicos son conocidos y aceptados por diferentes profesionales. Según la (RAE, 2024) los define: *Eficiencia*: Se refiere a la capacidad de usar recursos y personas de manera efectiva para alcanzar un resultado específico. Es la habilidad de un sistema o entidad económica para lograr un objetivo concreto con el menor uso posible de recursos. *Eficacia*: Es la capacidad de conseguir el resultado deseado, se trata de la habilidad de una organización para alcanzar sus metas, teniendo en cuenta no solo la eficiencia en el uso de recursos, sino también la adaptación a factores externos. (RAE, 2024), *La eficiencia* en el servicio al cliente se trata de brindar una atención de alta calidad de manera rápida y con el uso óptimo de recursos, para así maximizar la satisfacción del cliente. Es un equilibrio entre velocidad, calidad y costos en la entrega del servicio. A continuación, se detallan los aspectos clave:

- Rapidez en la Respuesta
- Optimización de Recursos
- Calidad del Servicio
- Satisfacción del Cliente

La sobrecarga laboral incluye la cantidad y calidad de las exigencias laborales, como trabajar bajo presión de tiempo, realizar tareas muy difíciles o estar en un ambiente estresante. De acuerdo con (Monte, 2020), existen dos tipos de sobrecarga laboral, “la sobrecarga cuantitativa se refiere a completar demasiadas tareas en muy poco tiempo, mientras que la sobrecarga cualitativa está relacionada con la complejidad de las tareas y la gestión de la información.” (pág. 114). (Bejarano, 2019), resalta que cuando hay sobrecarga laboral, tanto la eficiencia como la calidad del trabajo disminuyen, afectando negativamente la satisfacción del cliente. Para mejorar la eficiencia operativa y la calidad del servicio, es esencial reducir la carga de trabajo y distribuir las tareas de manera más equilibrada. Sin embargo, sugieren que esta sobrecarga se puede aliviar con la implementación de tecnología adecuada y procesos automatizados. Utilizar herramientas tecnológicas y automatizar procesos no solo puede reducir la carga de trabajo, sino también mejorar la eficiencia sin comprometer la calidad del servicio. La buena

comunicación es esencial en cualquier empresa que quiera prosperar. No solo facilita el trabajo en equipo y la comprensión mutua, sino que también impulsa la productividad. Pero cuando la comunicación falla, las consecuencias se propagan rápidamente y afectan a todo el ambiente laboral. (Team, 2023) En el corazón de toda empresa exitosa está la comunicación, que fomenta la colaboración, el entendimiento y el rendimiento óptimo. Pero cuando la comunicación falla, todo el entorno laboral se ve afectado. Los problemas de comunicación provocan la falta de coordinación y desorganización en el trabajo en equipo, si los miembros no comparten información, las tareas se acumulan o quedan incompletas, lo que resulta en esfuerzos desperdiciados y trabajo duplicado. Esta falta de colaboración perjudica la productividad y la eficiencia general del equipo. (Team, 2023) La infraestructura y la logística son cruciales para ofrecer un servicio eficiente y satisfactorio. Según (Chase & Jacobs, 2020), contar con una infraestructura adecuada es vital para brindar un servicio rápido y eficiente. Invertir en una infraestructura moderna puede acelerar los procesos y mejorar significativamente la experiencia del cliente. Sin embargo, (Bejarano, 2019), señala que la infraestructura por sí sola no es suficiente. Para maximizar los beneficios, es necesario mejorar también la calidad del personal y los procesos operativos. En el contexto de las notarías, la infraestructura inadecuada puede verse reflejada en equipos obsoletos, sistemas de gestión de documentos ineficientes y espacios físicos mal diseñados que no facilitan un flujo de trabajo ágil. Estas deficiencias no sólo ralentizan los procesos, sino que también contribuyen a una experiencia negativa para el cliente, que puede enfrentar largos tiempos de espera y un servicio inconsistente.

## **METODOLOGÍA**

El enfoque metodológico empleado es mixto, combinando aspectos cualitativos y cuantitativos, se optó por la realización de encuestas dirigidas a los clientes internos, además a clientes externos, los cuales fueron seleccionados del (INEC, 2023), entre hombres y mujeres de la población económicamente activa de 15 años y más, de la ciudad de Babahoyo, entre ellos los que trabajan por cuenta propia (15.248) y los empleados (20.143) dando un total de 35.391 la población y se determinó el tamaño de la muestra en 380 clientes externos, así como una entrevista al funcionario responsable de la notaría, adicionalmente, se analizaron fuentes bibliográficas pertinentes para fundamentar las conclusiones del estudio. Se utilizó como instrumento un formulario de preguntas estructuradas, y un formulario de entrevistas, mismo que se procesaron mediante la herramienta de Excel.

## RESULTADOS

Luego de realizar la entrevista con el Notario de la institución y al recopilar información a través de encuestas dirigidas a los clientes, obtenemos los siguientes datos:

*Tabla 1. Entrevista al Notario de la Notaria Segunda.*

N.º	PREGUNTA	RESPUESTA
1	¿Qué estrategia implementaría para mejorar la calidad de la atención al cliente en la notaría?	Me gustaría implementar un programa de capacitación continua para el personal, centrado en habilidades de atención al cliente y resolución de conflictos
2	¿Con qué frecuencia organiza reuniones de trabajo con sus empleados para discutir situaciones de conflicto, quejas o reclamos de los clientes?	Actualmente, no se realizan reuniones de trabajo en la notaría para discutir situaciones de conflicto, quejas o reclamos.
3	¿Cuáles cree usted que sería los factores que afecten negativamente la calidad de la atención al cliente que brindan sus empleados?	Uno de los principales factores es los largos tiempos de espera. Además, no todos los empleados tienen conocimientos legales, lo que genera desconocimiento de ciertos procesos notariales que requieren un conocimiento específico de leyes.
4	¿Cómo identifica y aborda estos factores en su gestión diaria?	Estos problemas se identifican principalmente a través de las quejas directas de los clientes, y actualmente no hay un sistema formal para abordarlos.
5	¿Cree que una mala atención al cliente influye en la reputación de la notaría?	Sí, definitivamente, la mala atención al cliente puede dañar gravemente la reputación de la notaría.
6	¿Cuáles cree que son las principales causas del aplazamiento y la demora de algunas actividades en la notaría?	Las principales causas de demora es que aún se realizan procesos manuales, no estamos automatizados.
7	¿Cómo evalúa la supervisión y control de las actividades realizadas por el personal en la notaría?	Actualmente, no se realizan auditorías formales. Solo hay un supervisor de departamentos que monitorea las actividades de cada empleado.
8	¿Se ha llevado a cabo encuestas de satisfacción del cliente para obtener retroalimentación sobre los servicios	No, no se han realizado encuestas de satisfacción del cliente.

proporcionados?

*Nota: Resultado de la entrevista al Notario.*

*Autores: Los investigadores*

**Tabla 2.** Encuesta a los clientes de la Notaria Segunda.

<b>N.º</b>	<b>PREGUNTA</b>	<b>RESPUESTA</b>
1	¿Con qué frecuencia visita nuestra empresa?	Frecuentemente (60%)
2	¿Cómo calificarías la amabilidad del personal que te atiende?	Regular (42%)
3	¿Considera que recibe la información necesaria y clara durante tu visita?	A veces (46%)
4	¿Qué tan satisfecho está con el tiempo de espera para ser atendido?	Poco Satisfecho (54%)
5	¿Cree que es importante atender los inconvenientes de atención al cliente presentados en la Notaría Segunda de la ciudad de Babahoyo?	Si (100%)
6	¿Qué aspectos crees que podríamos mejorar para ofrecerte un mejor servicio?	Organización (54%)
7	¿Cómo evalúa la disponibilidad del personal para resolver tus inquietudes o problemas?	Buena (60%)
8	¿Se siente escuchado y valorado como cliente durante tu visita?	Siempre (52%)
9	¿Qué tan importante considera la calidad del servicio de atención al cliente al elegir una empresa?	Muy importante (68%)

---

10	¿Recomendaría nuestros servicios a otras personas?	Tal vez (52.11%)
----	----------------------------------------------------	---------------------

---

*Nota: Resultado de la encuesta a los clientes de la notaría segunda.*

*Autores: Los investigadores*

## **DISCUSIÓN**

Los resultados obtenidos de las entrevistas y encuestas realizadas en la Notaría Segunda de Babahoyo revelaron que la atención al cliente impacta significativamente en la satisfacción de los usuarios. A continuación, se discuten los hallazgos más destacados.

El entrevistado destacó la necesidad de implementar un programa de capacitación continua para el personal, centrado en habilidades de atención al cliente y resolución de conflictos, ya que la falta de capacitación adecuada afecta negativamente la calidad del servicio. Además, actualmente no se realizan reuniones de trabajo para discutir quejas o conflictos, lo que impide una comunicación fluida y la resolución rápida de problemas. Organizar reuniones periódicas podría mejorar la comunicación interna y permitir una gestión más proactiva de las quejas y conflictos, tal como lo señala Bayona, es importante el trabajo en equipo para lograr los objetivos de la organización.

También identificó la falta de un sistema de turnos y el conocimiento insuficiente del personal sobre procesos notariales específicos como factores negativos que afectan la atención al cliente. Los largos tiempos de espera y la falta de conocimiento especializado pueden frustrar a los clientes y reducir su satisfacción. Implementar un sistema de turnos y proporcionar capacitación en aspectos legales específicos mejoraría significativamente la calidad del servicio.

Por otro lado, los problemas relacionados con la atención al cliente se identifican principalmente a través de quejas directas, pero no existe un sistema formal para abordarlos. Implementar un sistema de gestión de quejas estructurado mejoraría la calidad del servicio, además, la digitalización de procesos podría reducir las demoras causadas por la dependencia de procesos manuales. La falta de auditorías formales y una supervisión estructurada también contribuyen a inconsistencias en la calidad del servicio. Por último, realizar encuestas de satisfacción del cliente permitiría obtener retroalimentación valiosa para realizar mejoras continuas en los servicios proporcionados. En la encuesta realizada a los clientes se destacó un factor muy importante en la atención al cliente, el trato que los servidores le dan a los usuarios, lo que indica que existe una necesidad, mejorar para que los clientes se sientan totalmente satisfechos. La satisfacción con el tiempo de espera es baja, lo que indica que la eficiencia en el servicio de atención necesita ser mejorada significativamente, como lo indicó (Monte, 2020), la sobrecarga laboral puede afectar al personal y por ende los servicios que se ofrecen.

La mayoría de los clientes considera que la calidad del servicio de atención al cliente es muy importante al elegir una empresa, destacando la necesidad de priorizar mejoras en

este aspecto para mantener y atraer a los clientes, las demandas por disponibilidad, tiempo de espera por cada caso y atención inmediata son factores que confirman problemas internos de las organizaciones, los cuales están afectando la forma de los usuarios en percibir el servicio.

## CONCLUSIONES

En consecuencia, la calidad de la atención al cliente en la Notaría Segunda de Babahoyo está estrechamente ligada a la formación continua del personal. Capacitar a los empleados y fortalecer sus habilidades y conocimientos es esencial para brindar un servicio eficiente y satisfactorio.

Además, una comunicación clara y una infraestructura adecuada son pilares fundamentales para ofrecer una atención de calidad. Cuando estos aspectos presentan deficiencias, la experiencia del cliente puede verse afectada negativamente, lo que subraya la importancia de evaluar y mejorar constantemente la calidad del servicio en base a experiencias pasadas.

Por último, la atención al cliente debe enfocarse en cumplir y superar las expectativas de los usuarios para garantizar su satisfacción y lealtad. Esto no solo implica brindar un servicio amable y eficiente, sino también resolver dudas y problemas de manera rápida y efectiva, destacando la importancia de ofrecer una atención personalizada y de alto nivel.

## REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS

- Bayona, J. (2012). El concepto de equipo en la investigación sobre efectividad en equipos de trabajo. *Estudis Gerenciales*.
- Bejarano, M. G. (2019). La satisfacción laboral y su efecto en la satisfacción del cliente, un análisis teórico. *Scielo*.  
doi:doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v3.n8.2018.879>
- Bizneo, A. B. (2020). 5 factores que influyen en la satisfacción laboral. *Scielo*.
- Campos, F. A. (18 de Abril de 2023). *Importancia de la capacitación en las organizaciones*. . Obtenido de LinkedIn.com: Obtenido de <https://www.linkedin.com/pulse/importancia-de-la-capacitaci%C3%B3n-en-las-organizaciones-arlegui-campos?originalSubdomain=es>
- Cano, L. Z. (2020). La satisfacción del cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio. *Dialnet*.
- Cárdenas, J. (2019). Qué es la orientación al cliente, cuál es su importancia y cómo la puedes aplicar en tu estrategia de negocios . *Dialnet*.

- Chase, R., & Jacobs, R. (2020). Administración de Operaciones: Producción y Cadena de Suministros. *Mc Graw Hill Education*. Obtenido de <https://ucreanop.com/wp-content/uploads/2020/08/Administracion-de-Operaciones-Produccion-y-Cadena-de-Suministro-13edi-Chase.pdf>
- CompuSoluciones. (3 de Agosto de 2020). *Blog.compusoluciones*. Obtenido de La importancia de la capacitación empresarial.: <https://www.compusoluciones.com/blog/la-importancia-la-capacitacion-empresarial/>
- Gonzalez, P. (2020). Estudio de las necesidades de los clientes. *Scielo*.
- INEC. (14 de Agosto de 2023). *ISDI*. Obtenido de Tipos de clientes que existen y sus características. : <https://www.isdi.education/es/blog/tipos-de-clientes-que-existen-y-sus-caracteristicas>
- Laza, C. A. (2020). Gestión de la atención al cliente . *Scielo*.
- Monte, P. R. (2020). Influencia de la sobrecarga de trabajo y la autoeficacia en el síndrome de burnout relacionado con el trabajo en profesionales de enfermería. *PePsic*.
- RAE. (6 de junio de 2024). *Real Academia de la lengua española*. Obtenido de [www.rae.es](https://www.rae.es): <https://www.rae.es/drae2001/eficacia>
- Revolledo, T. C. (2019). Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa Alpecorp S.A.,2018. *Universidad Peruana Union*.
- Ridge, B. V. (2023). La Importancia del Producto en Marketing: Un Análisis Detallado y Claro. *MBlog Multimedia*. Obtenido de <https://www.mediummultimedia.com/marketing/cual-es-la-importancia-del-producto-en-marketing/>
- Rodriguez, J. (2023). ¿Qué es un cliente? Definición e importancia en las empresas. *Blog.hubspot.es*.
- Russo, A. (2022). Propuesta Comercial para el éxito de los clientes. *Scielo*. Obtenido de <https://www.rdstation.com/blog/es/construir-propuesta-comercial-exito-cliente/>
- Sáez, F. (2024). Productividad Personal. *FacileThings*. Obtenido de <https://facilethings.com/blog/es/peter-drucker-self-management>
- Salas, S. L. (2020). Atención al cliente, consumidor y usuario. *Paraninfo*.
- Silva, C. N. (2021). Gestión de calidad y la calidad del cliente en la empresa cerámicas y mega acabados el descuento. *Scielo*.
- Sordo, A. (17 de Junio de 2024). *6 ejemplos de mala atención al cliente*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/service/ejemplos-mala-atencion-cliente>

- Team, C. (17 de noviembre de 2023). *Problemas de comunicación en el lugar de trabajo, sus efectos y soluciones*. Obtenido de Chanty.com blog: <https://www.chanty.com/blog/es/problemas-de-comunicacion/>
- Valencia, D. B. (25 de Mayo de 2023). *Corporación Líderes*. Obtenido de 5 efectos de la falta de capacitación laboral.: <https://www.corporacionlideres.com/falta-de-capacitacion-laboral/#:~:text=La%20falta%20de%20formaci%C3%B3n%20genera,generar%C3%A1n%20un%20clima%20laboral%20hos>
- Vega, M. C. (2021). Atención al cliente y posicionamiento de marca en una entidad bancaria en el distrito de San Borja, Lima . *Scielo*.