



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

NOVIEMBRE 2021- ABRIL 2022

MODALIDAD DE TITULACIÓN:

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

Previo a la obtención del título de:

INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

**ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA "JAVE JIRETH" DE LA CIUDAD
DE BABAHOYO**

EGRESADO:

JOSE GEORGINTONG ACOSTA ACOSTA

TUTOR:

ING. JORGE CAICEDO FLORES

AÑO 2022

RESUMEN

Este estudio de caso se realizara en la empresa "JAVE JIRETH" de la ciudad de Babahoyo con la finalidad de saber si la atención al cliente de la empresa es la adecuada, en donde al desarrollo este trabajo investigativo se confirmó por medio de las encuestas realizadas a los clientes que la empresa no realiza ningún tipo de medición para saber si estos se sienten satisfechos.

Para llevar a cabo esta investigación se utilizaron técnicas como la encuesta ya que permite la recopilación de información suficiente para conocer el punto de vista de las personas que compran en este lugar semana a semana, para esto se propuso una alternativa de solución para que así los administradores puedan implementar para mejorar la rentabilidad del comercial y por ende tener mayores ventas.

En este estudio de caso se describieron la importancia de conocer el punto de vista de los clientes para fomentar la fidelización de estos, así como afecta esto a una empresa, y es que ya sea pequeña o grande cada negocio debería conocer a sus clientes.

Palabra clave:

Atención, clientes, empresas, ventas

ABSTRACT

This case study was carried out in the company "JAVE JIRETH" in the city of Babahoyo in order to know if the company's customer service is adequate, where the development of this investigative work was granted through the surveys carried out. customers that the company does not carry out any type of measurement to know if they feel satisfied.

To carry out this research, techniques such as the survey were used, since it allows the collection of sufficient information to know the point of view of the people who buy in this place week by week, for this an alternative solution will be created so that the administrators can implement to improve the profitability of the commercial and therefore have higher sales.

In this case study, the importance of knowing the point of view of the clients to promote their loyalty was described, as well as how this affects a company, and whether it is small or large, each business should know its clients.

Keyword:

Attention, customers, companies, sales

INTRODUCCIÓN

Este trabajo de investigación se realizará en la Ciudad de Babahoyo en la empresa que se dedica a la venta de productos de primera necesidad "JAVE JIRETH" que comenzó sus actividades comerciales en el año 2012 en las calles flores y que actualmente su establecimiento se encuentra en la calle Olmedo.

El hablar de atención a los clientes es muy común en estos días pero solo grandes empresa se dedican a esta labor de tratar de satisfacer a los clientes que son una parte primordial, pero debe de ser un requisito que todo empresa debe de cumplir sin importar el tamaño, es por eso la importancia de este trabajo.

El propósito de este trabajo de estudio de caso es conocer la satisfacción de la clientela de la empresa "JAVE JIRETH" y saber si el comercial está cumpliendo con mediciones para así identificar las necesidades y expectativas de quienes acuden a realizar sus compras. Esta investigación está alineada con la sub línea Marketing y Comercialización.

La metodología que se utilizó para la elaboración de este trabajo investigativo es cualitativo, donde surge cada tema Las empresas usan la inducción porque lo que está escrito es derivado. Con base en observaciones anteriores, también se aplicaron encuestas para determinar los grados de satisfacción del cliente. El propósito de este trabajo es conocer la satisfacción de las personas que acuden a la empresa "JAVE JIRETH".

DESARROLLO

En Babahoyo capital de la Provincia de Los Ríos se encuentran algunos establecimientos comerciales y entre ellos está la empresa "JAVE JIRETH" en donde su actividad principal es la venta de artículos o productos básicos para el consumo de los babahoyenses y de las personas que acuden de otros sectores aledaños

La ciudad de Babahoyo es netamente comercial y es que cada vez más empresas se suman a realizar sus actividades en la capital fluminense la empresa "JAVE JIRETH" ofrece productos a bajo precio a su clientela sin embargo actualmente hay muchos comerciales mayoristas que ofrecen lo mismo, sin embargo ellos cuentan un espacio más amplio, es decir que los clientes se sientan cómodo al momento de realizar sus compras entre ellos esta Dismero supermercado mayorista en donde cuenta con instalaciones amplias y adecuadas para que los clientes puedan comprar con comodidad.

Las instalaciones de una compañía no solo son el espacio físico donde se encuentra, sino también el lugar donde se despliega y se lleva a cabo el proceso fructífero de la misma. Es por tal razón que los directivos deben de planificar las actividades (Illescas, 2020, párr. 1).

Ofrecer un buen servicio al cliente simboliza, fundamentalmente, ofrecer siempre una solución vertiginosa, atinada y evitar, enfáticamente, las malas prácticas de atención. El cliente necesita apreciar que es escuchado, que su problema está siendo abordado y que corresponde a una comunidad en la que él importa. Provocar la fidelidad de nuestros clientes evitará que los perdamos o que prefieran otras marcas. El

50% de los clientes reconoce que se marcharía con la competencia luego de asumir una sola mala experiencia. (Silva, 2020, párr. 5)

Al atender un cliente con la mejor predisposición posible refleja el estado de ánimo del personal. El saber tratar tu inteligencia emocional, es donde se marca la diferencia con respecto a quienes progresan felizmente en la vida, eludiendo problemas o quienes no hallan una salida frente a un problema que les inquiete emocionalmente. (Pérez, 2018).

No cabe duda que una compañía con trabajadores motivados es una máquina de producción, con los consiguientes beneficios para la compañía por la estimulación laboral de sus colaboradores. La mayor competitividad de la empresa, es la motivación laboral crea mayor productividad, más responsabilidad e innovación, por lo que da como resultado una compañía más competitiva. Sin embargo la mejor imagen de la empresa, son los colaboradores motivados están alegres de laborar en la empresa, hablan maravillas de su lugar de trabajo y transfieren lo bueno que es trabajar en tu dependencia. (Intrategia, 2018, párr. 2-6)

Los clientes están eligiendo a la competencia y es que la pérdida de clientes afecta a la rentabilidad de la empresa. En la mayoría del transcurso que comprime esta tasa implica simplemente innovar y optimizar tu producto, pero existen muchas otras tácticas que puedes emplear para retener a tus clientes. (Badminweb, 2020)

Además, existen espacios específicos de la pérdida de clientes que puedes abordar. Por lo general, los clientes no resuelven cancelar el servicio de un día para otro, sino que lo hacen por una causa. (Samsing, 2020, párr. 7)

El servicio que la empresa le está dando a la clientela. Es un grupo de técnicas y acciones que indagan perfeccionar el servicio al cliente, así como la relación entre el comprador y la marca. El éxito está en la construcción de buenas relaciones y un ambiente efectivo, servicial y amigable, que certifique a los clientes salir con una buena opinión. (Diego Noriega, 2020)

De esta manera, el consumidor estará feliz con el soporte y regresará con más frecuencia, porque consiguió calidad en su transacción. Además de eso, brindar un servicio de calidad ayuda a corregir faltas, ya que es posible identificar los instantes en que los consumidores requieren más ayuda. (Cardoso, 2021, párr. 4-5)

La empresa "JAVE JIRETH" está teniendo deficiente el control de atención deficiente. Un servicio apropiado al cliente puede bien simbolizar la diferencia por encima de la competencia para cualquier compañía, la publicidad o la comercialización personal puede ser un instrumento publicitario tanto o más eficaz que el marketing. Considerando que cautivar un nuevo cliente suele ser mucho más costoso que conservar uno existente, conservar la base clientelar entusiasmada es una prescripción. (Etecé, 2021, párr. 8-9)

El deficiente control de la atención que están recibiendo los clientes de esta empresa es porque la planificación de las actividades no es la apropiada, ninguna

asociación es perfecta y nadie se libra de hacer traspies cuando trata con clientes descontentos. No es trabajo fácil calmar a alguien que está muy estropeado por lo que los representantes de servicio y atención al cliente tienen insuficiente margen de error a la hora de afrontar estas experiencias. Incluso las marcas más reconocidas logran tener un mal momento de atención al cliente si no se centran en conseguir el éxito del cliente. (Villalobos, 2021, párr. 5-6)

Una gran estrategia para medir si un cliente tiene una experiencia positiva o negativa es a través de indagaciones de satisfacción, reconoce saber lo que piensan los clientes del servicio que reciben y de los productos que oferta una empresa. Es como una herramienta eficaz porque con ellos puede mantenerse restablecido con información precisa a medida que los clientes responden sus solicitudes al pie de la letra. (Mateo, 2022, párr. 22)

Una empresa debe de saber la percepción de los clientes y para esto es obligatorio que sepa si está satisfechos esto hace referencia a las indagaciones que tienen las personas sobre la compañía. Esta se crea cuando se valora la experiencia que tiene con la distribución, adjuntos al producto que brindas, las habilidades y el servicio. (Sordo, 2021, párr. 6)

La empresa "JAVE JIRETH" no realiza el seguimiento de las sugerencias de los clientes que se queja por la falta de atención, tomando medidas se podrá optimizar la experiencia de compra y así alegar mejor a sus expectativas. (Córtez, 2020, párr. 7)

Los datos coleccionados a partir de la medición de la satisfacción del cliente a diario se utilizan para revelar áreas inseguras en un negocio, examinar y evaluar las relaciones con los clientes o formar ideas para nuevos desarrollos. Es fácil preguntarle a un consumidor si está satisfecho con su compra y coger una evaluación rápida de sí o no. (Salesforce, 2022, párr. 3)

Una organización que trabaja es una organización que añade firmemente valor a sus clientes; los entiende, pronostica y compensa sus necesidades, sus expectativas, y descubre oportunidades. (Caravaca, 2020, párr. 4). Luego de reconocidas las debilidades la empresa debe buscar maniobras que permitan superar las debilidades que la empresa está exteriorizando o por lo menos tratar de restar los efectos negativos que estos contextos puedan provocar a la empresa. (Quiroa, 2020, párr. 7)

Una empresa que conoce a su clientela podrá fomentar la fidelización de los clientes como objetivo para detener a las personas que han contratado un servicio o han comprado un producto de la compañía, para conseguirlo, es indispensable ayudar al progreso de una dependencia de confianza entre la organización y sus consumidores realizando un conjunto de interacciones agradables que beneficien al consumidor, pero, ¡este es solo el inicio de un largo trayecto! (Ikusi, 2021, párr. 1)

La empresa "JAVE JIRETH" no dispone de estas estrategias. Un objetivo empresarial es aquella propuesta, proyección, meta y resultado que la compañía pretende alcanzar en un determinado plazo de tiempo. Los objetivos empresariales tendrán relación continua con el propósito de la compañía y deberán ser determinados y adaptados en función de los distintos componentes externos que pueden influenciarlos.

Los objetivos empresariales sirven para que los propietarios de las compañías hagan procedimientos, sigan su progreso y trabajen para conseguir una meta concreta. Los objetivos son conmensurable, específicos y tácticos. No son afirmaciones generales. (Diego Noriega, 2020, párr. 6)

A los clientes hay darle una mayor expectativa de lo que esperan recibir, cuando ellos concurren a realizar sus compras y puedan salir complacidos de los productos y la atención que reciben. Las empresas triunfantes siempre andan a la búsqueda de nuevas habilidades para satisfacer al cliente. No quieren exponerse a tener usuarios insatisfechos, pues ese es una vía segura para perder clientes.

La pérdida de consumidores inquieta mucho a las organizaciones comerciales. Si esta cifra se agranda, se afecta la retención de clientes, lo cual tiene un impacto financiero negativo. Para conseguir la satisfacción del cliente en un mercado donde los consumidores son cada vez más severos e instruidos resulta vital efectuar y diversificar estrategias para conseguir la satisfacción de los mismos. (Silva, 2021, párr. 1)

Para comprender cuál es la verdadera cultura del cliente de una empresa, solo mire cómo los empleados manejan cuando están solos con los clientes y no saben que están siendo observados, como a través de la investigación Mystery Shoper o el envío de encuestas en línea. Rebaja. No hay duda de que el comportamiento diario de sus empleados reflejará con precisión sus percepciones sobre cómo su empresa debe tratar a los clientes. (Hammond, 2022)

Medir la satisfacción del cliente es fundamental para comprender qué tan buena o mala es la relación con el cliente. Maneje encuestas y materiales para valorar las métricas clave de la satisfacción del cliente. Satisfacción: La satisfacción general es lealtad, satisfacción con el producto/servicio e intención de repetir compra (Etecé, 2021)

La calidad total es el conjunto de características, que enuncia el cumplimiento de las exigencias determinados por el cliente, en donde tienen que trabajar en sinergia los dueños del negocio con los trabajadores para así dar una atención de calidad. (Cipriano, 2014).

La calidad del servicio no es solo una mejoría competitiva, sino un mecanismo sumamente significativo en las relaciones comerciales. Esto corresponde a que una mala práctica puede molestar negativamente el transcurso de compra y venta, además de perjudicar la lealtad del contacto. Pero, para merecer a los consumidores, a menudo surgen interrogaciones en el camino, como los canales de comunicación más apropiados, la tecnología utilizable y la mejor forma de interacción. (Camisón Zornoza, 2011).

El personal que labora en dicha compañía no cuenta con el aprendizaje correspondiente para poder proporcionar una buena atención a los clientes que efectúan sus compras en este lugar, los colaboradores tienen que realizar dos labores a la vez, una de las cajeras tienen que realizar el trabajo del recibimiento de los bolsos o fundas ya que la empresa no cuenta con una persona comisionada de este puesto y porque los casilleros no cuentan con cerramientos para que las personas se sientan seguras, de que sus posesiones están siendo protegidas. (Cigoña, 2020)

La falta de delegación de responsabilidades por parte de los dueños del comercial a las cajeras impide que ellas mismas cobren la factura y causan caos ya que solo un cajero es aquel que cobra mientras el otro solo factura, (Cigoña, 2020)

Otra insatisfacción de los clientes es que este comercial no cuenta con un verificador de precios, estos deben de ir a caja para quien está ahí le verifique el precio de los artículos esto causa espera por parte de la persona que quiere conocer el precio del artículo, esto causa molestia y pérdida de tiempo. (Venzo CRM, 2018)

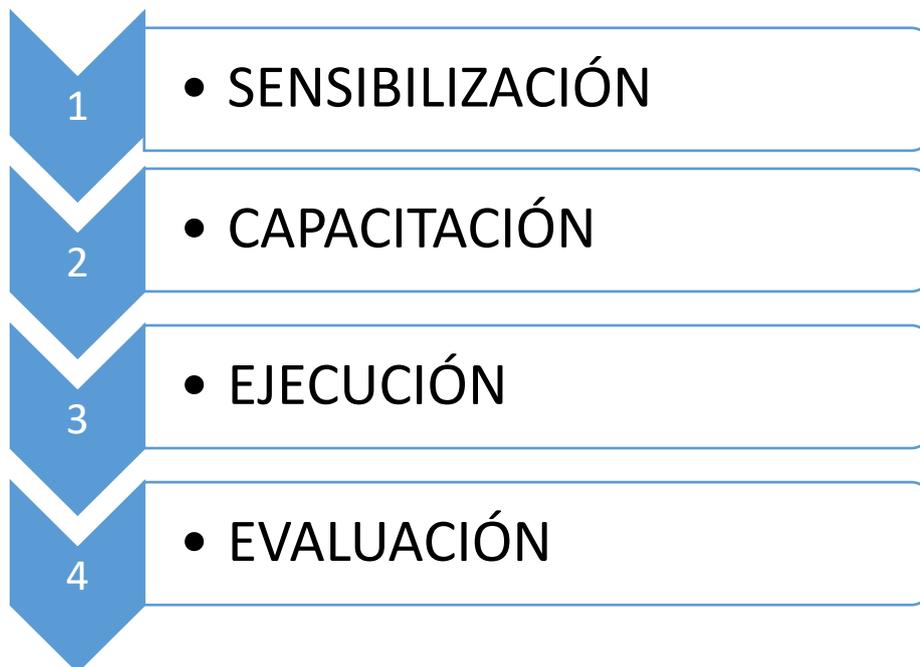
El problema de pocos cajeros siendo un problema al momento de cancelar debido a la extensa fila ya que esto es incómodo y esto hace que el comprador se vaya a otro establecimiento donde le den una mejor atención. Las compañías deben de tener una buena atención al cliente porque ellos recomendarán a otras personas comprar en dicho comercial. (Espinosa, 2021)

La infraestructura científica tiene recursos tanto materiales como virtuales (hardware y software) que disponen el flujo de datos, el almacenamiento, el proceso y el análisis, suministrando así la gestión interna de la empresa ya que esto ayuda a mejorar la productividad. (Badminweb, 2020)

Probablemente el activo más importante en el marketing comercial es el compromiso del producto en la percha, ya que la mejor ubicación en el estante significa más exposición para el producto, lo que seguramente conducirá a un aumento de las ventas. (Serrano, 2017).

Un departamento de marketing es importante, es por eso que se debe tener una visión hacia el futuro para que dicha compañía no se estanque sino que crezca y avance, pero no dispone de un departamento de recursos humanos, ni financiero etc. Es responsable de crear la comunicación del valor de un producto, servicio o marca a un grupo público específico para orientar el logro de objetivos finales, como promover o vender productos o servicios. (Cigoña, 2020)

Alternativa de solución



SENSIBILIZACIÓN

Metas

Sensibilizar a los trabajadores de la empresa acerca de cómo mejorar la atención y el servicio al cliente.

Actividades

Taller de integración con los administradores o dueños de la empresa y trabajadores para detectar como se lleva a cabo la atención a los clientes que acuden a estas instalaciones

Recursos

Humanos y materiales

Responsables

Dueños y administradores

Resultados

Trabajadores motivados para perfeccionar el servicio de atención al cliente

CAPACITACIÓN

Metas

Instruir al personal sobre la importancia que debe tener el cliente

Actividades

Entrega y análisis acerca del servicio al cliente que se brinda en la empresa

Recursos

Humanos y materiales

Responsables

Dueños

Resultados

Trabajadores capacitados listos para aplicar lo aprendido

EJECUCIÓN

Metas

Aplicación de las estrategias que se concluyeron en la capacitación acerca del servicio al cliente

Actividades

La aplicación de la atención que se brinda al cliente por parte de los trabajadores

Recursos

Humanos y materiales

Resultados

Los trabajadores emplean las estrategias del servicio al cliente

EVALUACIÓN

Metas

Determinar el grado de atención e interés y participación de los trabajadores con la aplicación de las estrategias aprendidas en la capacitación

Actividades

Observación y diálogo permanente con los trabajadores y empresarios

Recursos

Humanos y materiales

Resultados

Los trabajadores emplean las estrategias del servicio al cliente eficaz y eficientemente.

CONCLUSIONES

- Se concluye el presente trabajo en donde el vendedor es una parte fundamental en la empresa ya que debe de estar preparado psicológicamente y capacitado en ventas.
- La empresa debe de manejar estrategias y metodologías de marketing para que cada día siga progresando y aumentando sus ventas.
- De acuerdo a los resultados obtenidos a través de las encuestas se puede evidenciar que el trato que reciben por partes de los chicos que trabajan en este lugar no es el apropiado ya que no muestran cordialidad al momento de atender a los clientes, es decir estos solo se basan a atender y cobrar los productos adquiridos mas no dan un trato servicial, con este tipo de atención no están fomentando la fidelización de los clientes.

Referencias

Caravaca, v. M. (2020). *Calidad en la atención al cliente*. Obtenido de Andalucía:

<https://www.andalucialab.org/blog/calidad-en-la-atencion-al-cliente/>

Cardoso, L. (1 de Marzo de 2021). *¿Qué es la calidad de servicio?* Obtenido de Blog

Zenvia: <https://www.zenvia.com/es/blog/calidad-del-servicio/>

Córtex, E. (16 de Julio de 2020). *Por qué conocer mejor a tus clientes*. Obtenido de

Sage Advice: <https://www.sage.com/es-es/blog/por-que-conocer-clientes/>

Diego Noriega. (12 de Diciembre de 2020). *¿Qué son los objetivos empresariales y*

para qué sirven? Obtenido de Diego Noriega: <https://diegonoriega.co/objetivos/>

Etecé. (5 de Agosto de 2021). *Por qué es importante el servicio al cliente*. Obtenido de

Etecé: <https://concepto.de/servicio-al-cliente/>

Ikusi. (6 de Julio de 2021). *Fidelización de clientes: Todo lo que debes saber sobre el*

tema. Obtenido de Ikusi: <https://www.ikusi.com/es/blog/fidelizacion-de-clientes-2/>

Illescas, S. P. (26 de Agosto de 2020). *Instalaciones de una empresa: diseño y*

capacidad productiva. Obtenido de Gestiopolis:

<https://www.gestiopolis.com/distribucion-de-las-instalaciones-y-capacidad-productiva-en-la-empresa/>

Intrategia. (9 de Mayo de 2018). *7 Beneficios De La Motivación Laboral*. Obtenido de

Intrategia: [https://intrategia.com.mx/blog/2018/05/29/7-beneficios-de-la-motivacion-](https://intrategia.com.mx/blog/2018/05/29/7-beneficios-de-la-motivacion-laboral/#:~:text=Los%20colaboradores%20motivados%20tienen%20menos,menos%20revolucionarios%20y%20m%C3%A1s%20pac%C3%ADficos.&text=La%20motivaci%C3%B3n%20laboral%20genera%20mayor,resulta)

[laboral/#:~:text=Los%20colaboradores%20motivados%20tienen%20menos,menos%20revolucionarios%20y%20m%C3%A1s%20pac%C3%ADficos.&text=La%20motivaci%C3%B3n%20laboral%20genera%20mayor,resulta](https://intrategia.com.mx/blog/2018/05/29/7-beneficios-de-la-motivacion-laboral/#:~:text=Los%20colaboradores%20motivados%20tienen%20menos,menos%20revolucionarios%20y%20m%C3%A1s%20pac%C3%ADficos.&text=La%20motivaci%C3%B3n%20laboral%20genera%20mayor,resulta)

Mateo, J. P. (2022). *Satisfacción del cliente ¿Qué es y cómo medirla?* Obtenido de El viaje del cliente: <https://elviajedelcliente.com/satisfaccion-del-cliente/>

Pérez, A. (8 de Junio de 2018). *La influencia de la inteligencia emocional en el ámbito laboral*. Obtenido de OBS: <https://www.obsbusiness.school/blog/la-influencia-de-la-inteligencia-emocional-en-el-ambito-laboral>

Quiroa, M. (3 de Abril de 2020). *Debilidades de una empresa*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/debilidades-de-una-empresa.html>

Salesforce. (22 de Febrero de 2022). *El valor de medir la satisfacción del cliente*.

Obtenido de Salerforce:

https://www.salesforce.com/es/blog/2020/09/valor_medicion_satisfaccion_cliente.html#:~:text=satisfacci%C3%B3n%20del%20cliente%3F-,%C2%BFPor%20qu%C3%A9%20las%20empresas%20deben%20medir%20la%20satisfacci%C3%B3n%20del%20cliente,generar%20ideas%20para%20nuevo

Samsing, C. (19 de Agosto de 2020). *5 Motivos por los que las empresas pierden clientes (y qué pueden hacer para evitarlo)*. Obtenido de Hubspot:

<https://blog.hubspot.es/service/motivos-perdida-de-clientes>

Silva, D. d. (19 de Junio de 2020). *5 beneficios de una buena atención al cliente para tu empresa*. Obtenido de Blog de Zendesk:

<https://www.zendesk.com.mx/blog/beneficios-de-una-buena-atencion-al-cliente/>

Silva, D. d. (21 de Mayo de 2021). *Estrategias para satisfacer al cliente: 3 consejos que funcionan*. Obtenido de Blog de Zendesk:

<https://www.zendesk.com.mx/blog/estrategias-para-satisfacer-clientes/>

Sordo, A. I. (28 de Septiembre de 2021). *¿Qué es la percepción de los clientes?*

Obtenido de Hubspot: <https://blog.hubspot.es/service/mejorar-percepcion-clientes#:~:text=La%20percepci%C3%B3n%20de%20los%20clientes%20hace%20referencia%20a%20las%20opiniones,de%20branding%20y%20tu%20servicio.>

Villalobos, C. (16 de Julio de 2021). *8 ejemplos de mal servicio al cliente (y cómo evitarlos)*. Obtenido de Hubspot: <https://blog.hubspot.es/service/mal-servicio-cliente>

ANEXOS

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA PARA LA PROPORCIÓN.

POBLACIÓN Y MUESTRA

La población que tomaremos es la ciudad de Babahoyo Provincia de los Ríos para determinar la muestra utilizaremos el indicador social de la Población, según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

$N = 216706$ personas

$e = 0.05$

$Z = 1,96$

$\sigma = 0,5$

$$n = \frac{N \sigma^2 Z^2}{e^2(N - 1) + \sigma^2 Z^2} = \frac{216706 * 0,5^2 * 1,96^2}{0,05^2(216706 - 1) + 0,5^2 * 1,96^2} = 384$$

La población ha encuestar sería de 384.

Tabulación de Datos

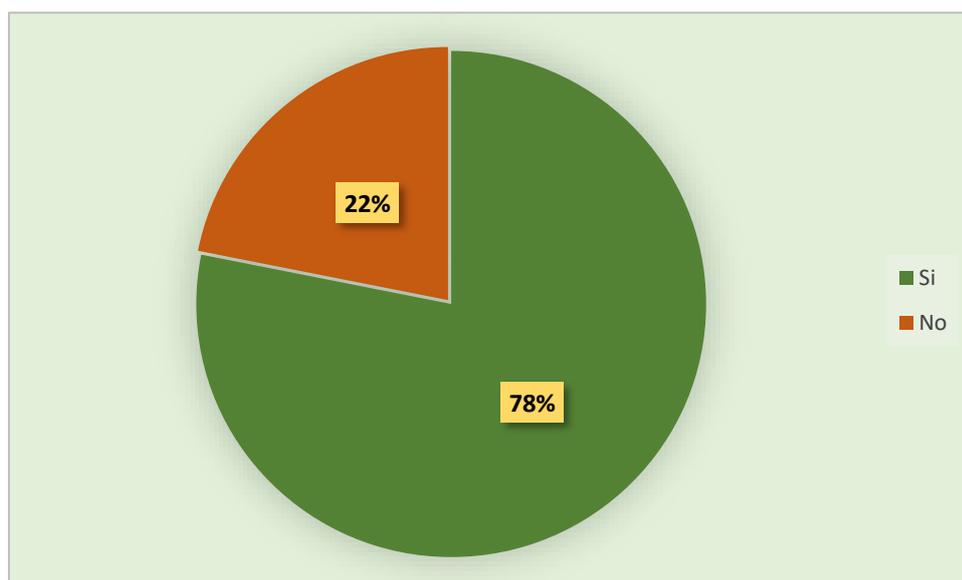
Encuesta

Procesamiento de datos

Encuesta direccionada a la población económicamente activa (PEA) de la Ciudad de Babahoyo para conocer el grado de satisfacción de los clientes de la empresa "JAVE JIRETH".

1. ¿Es usted cliente de la empresa "JAVE JIRETH"?

Ítems	Frecuencia
Si	300
No	84
Total	384

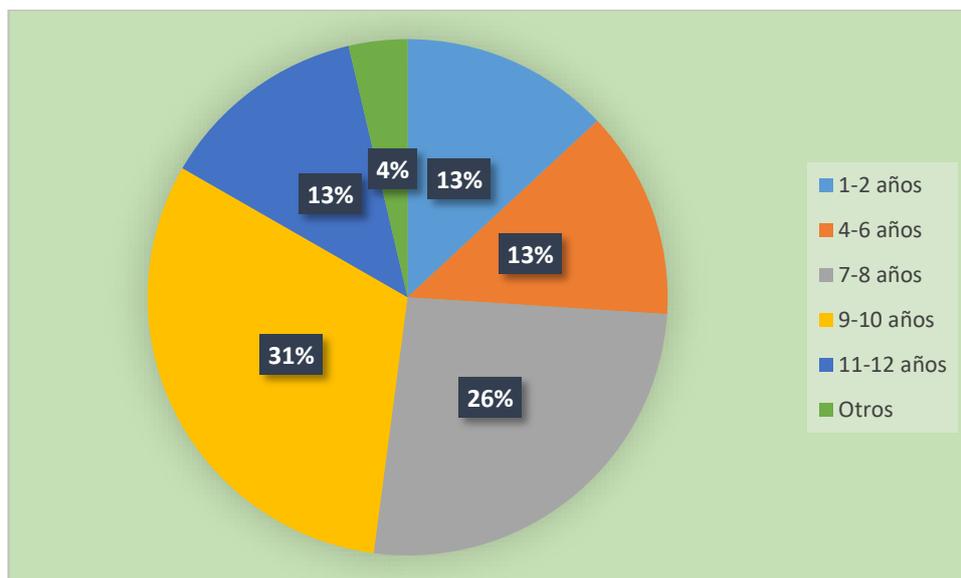


Análisis

A través de la encuesta se pudo constatar que las personas que acuden al comercial Don Saúl la mayoría son clientes permanentes de esta empresa, mientras una minoría son personas que solo por ocasiones van a realizar sus compras a este multicomercio.

2. ¿Hace cuánto tiempo usted es cliente del comercial?

Ítems	Frecuencia
1-2 años	50
4-6 años	50
7-8 años	100
9-10 años	120
11-12 años	50
Otros	14
Total	384



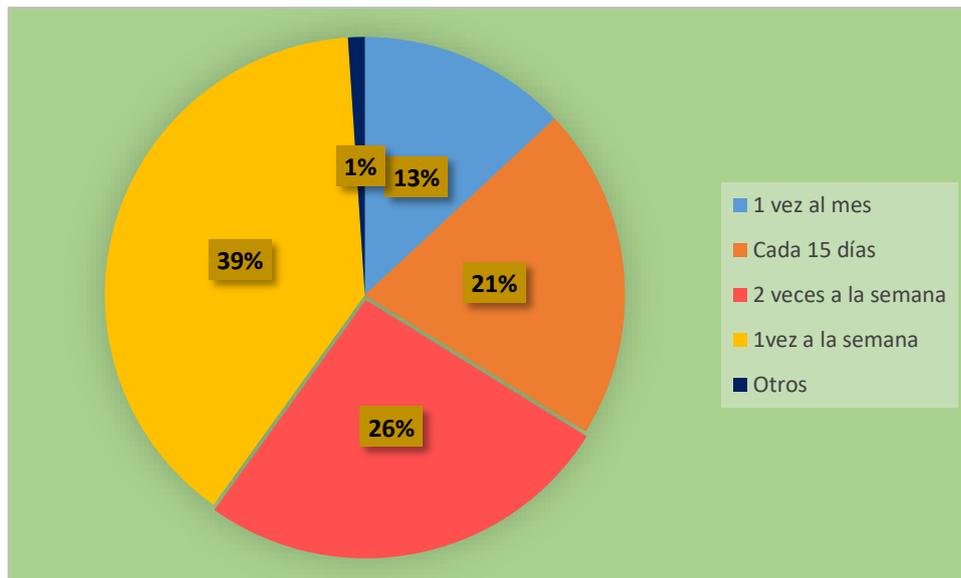
Análisis

Según los resultados de la encuesta que se realizó a los ciudadanos del cantón Babahoyo se obtuvo la siguiente información, de las 384 personas encuestadas el 31% dice ser clientes del comercial desde que empezó sus

actividades comerciales mientras el porcentaje mejor que corresponde al 4% dicen ser clientes menores a un año.

3. ¿Cuántas veces a la semana usted compra de la empresa "JAVE JIRETH"?

Ítems	Frecuencia
1 vez al mes	50
Cada 15 días	80
2 veces a la semana	100
1 vez a la semana	150
Otros	4
Total	384

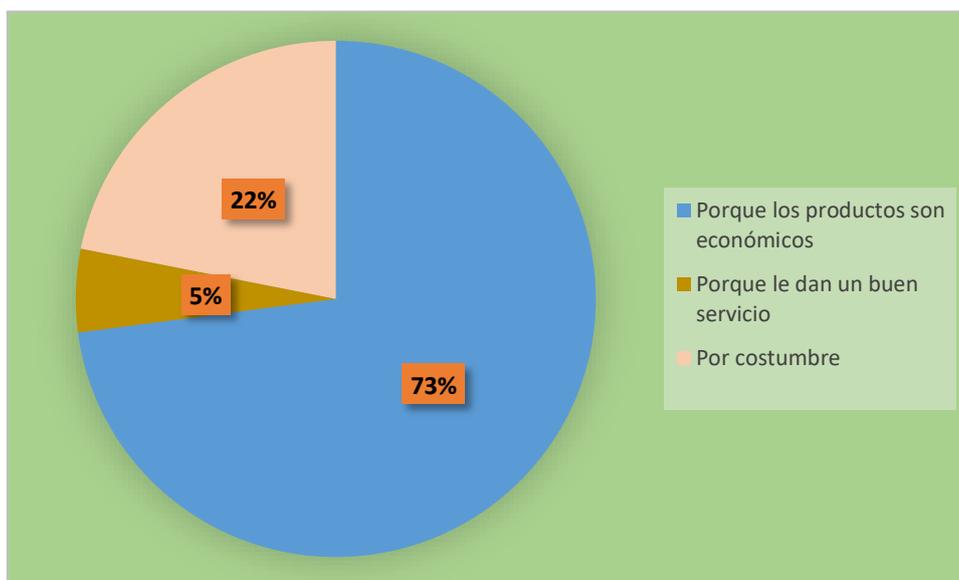


Análisis

En base a los resultados de las encuestas realizadas a los clientes de la empresa "JAVE JIRETH" el 39% de 384 personas encuestadas dicen que ellos compran una sola vez a la semana es decir 150 clientes van a realizar sus compras, mientras el porcentaje más bajo es el 1% que equivale a 4 personas van a acudir de vez en cuando a la empresa.

4. ¿Porque usted acude a esta empresa?

Ítems	Frecuencia
Porque los productos son económicos	280
Porque le dan un buen servicio	20
Por costumbre	84
Total	384

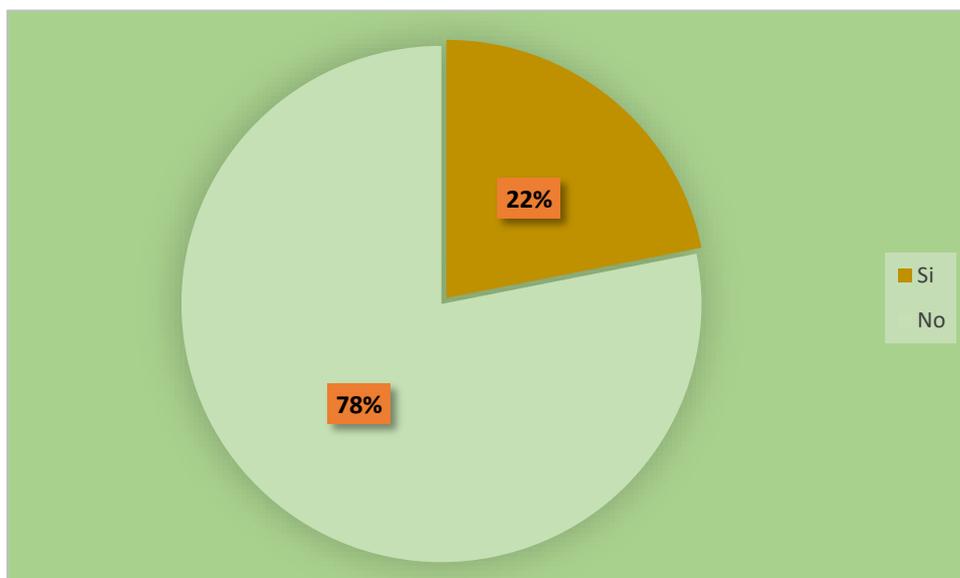


Análisis

Según los resultados de la encuesta que se realizó a los ciudadanos del cantón Babahoyo se obtuvo la siguiente información, de las 384 personas encuestadas, el 73% dicen que van a realizar sus compras a este establecimiento porque encuentran los productos más económicos que en otros lugares es decir 280 personas van por este beneficio mientras los otros van por costumbres y otros porque le dan un buen servicio.

5. ¿Se siente usted satisfecho por la atención que recibe?

Ítems	Frecuencia
Si	84
No	300
Total	384

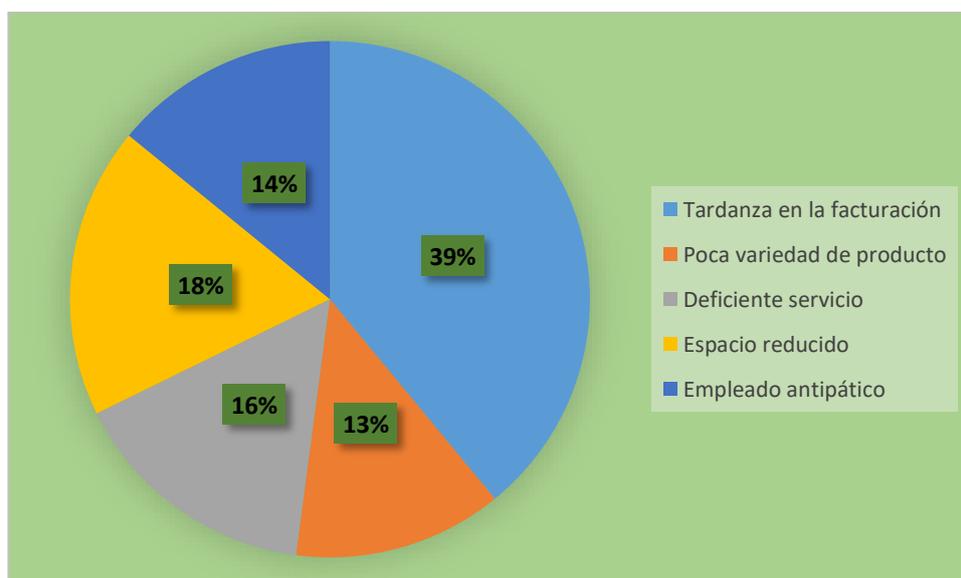


Análisis

Según los resultados de la encuesta que se realizó a los ciudadanos del cantón Babahoyo se obtuvo la siguiente información, de las 384 personas encuestadas, respondieron que no les agrada la atención que reciben en este comercial es decir 300 personas están inconformes mientras el 22% es decir 84 clientes dicen estar a gusto con el servicio.

6. ¿Cuál es el motivo de su inconformidad?

Ítems	Frecuencia
Tardanza en la facturación	150
Poca variedad de producto	50
Deficiente servicio	60
Espacio reducido	70
Empleado antipático	54
Total	384



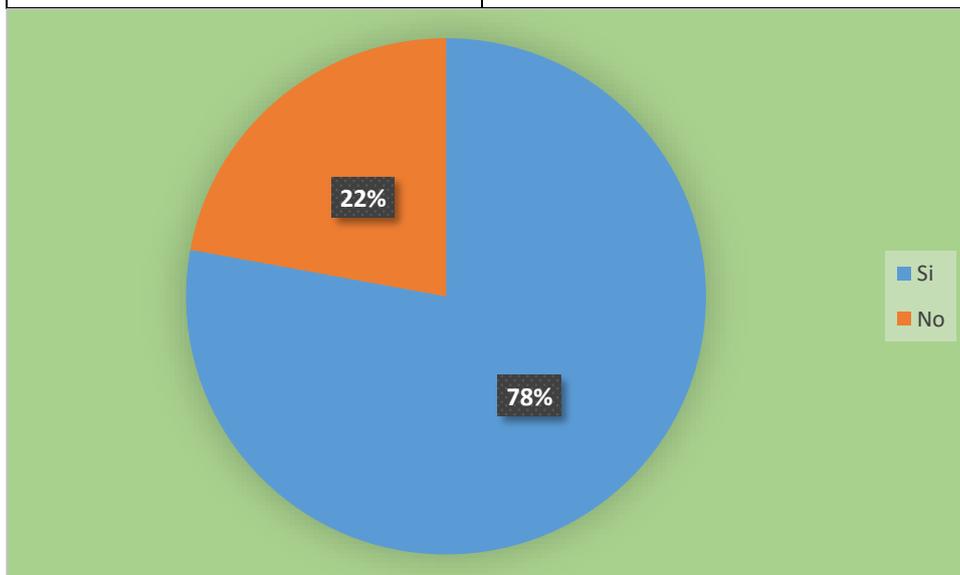
Análisis

Según los resultados de la encuesta que se realizó a los ciudadanos del cantón Babahoyo se obtuvo la siguiente información, de las 384 personas encuestadas, el 39% es decir 150 personas se quejan al momento de facturar sus

productos las encargada de caja se demora, mientras las demás personas dicen que hay poco espacio y por otros factores.

7. Se ha quejado alguna vez de la insatisfacción

Ítems	Frecuencia
Si	296
No	84
Total	384

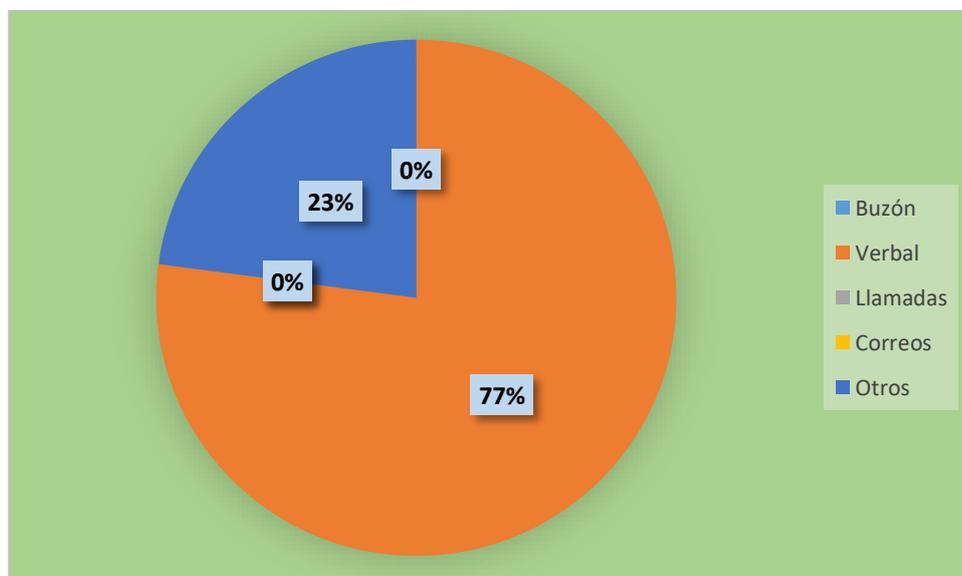


Análisis

De la encuesta que se realizó a los ciudadanos del cantón Babahoyo se obtuvo la siguiente información, de las 384 personas encuestadas, la gran mayoría es decir el 78% 300 personas dicen que si han hecho manifiesta su inconformidad en este comercial.

8. ¿Por qué medio usted hizo notar la insatisfacción?

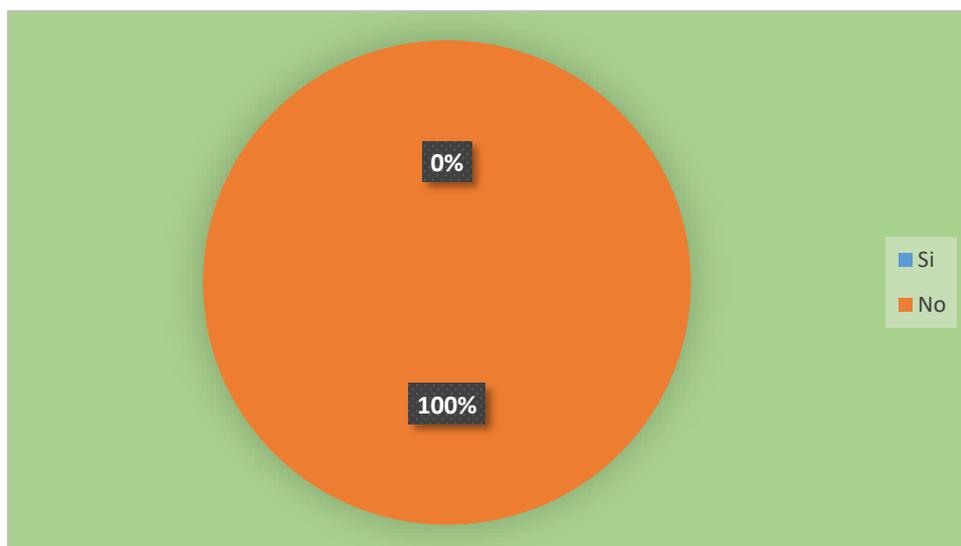
Ítems	Frecuencia
Buzón	0
Verbal	296
Llamadas	0
Correos	0
Otros	88
Total	348



De la encuesta que se realizó a los ciudadanos del cantón Babahoyo se obtuvo la siguiente información, de las 384 personas encuestadas, el 77% es decir 296 personas hizo manifiesta su inquietud de una forma verbal a quienes a tienden en este comercial.

9. ¿Ha sido usted alguna vez encuestado?

Ítems	Frecuencia
Si	0
No	384
Total	384

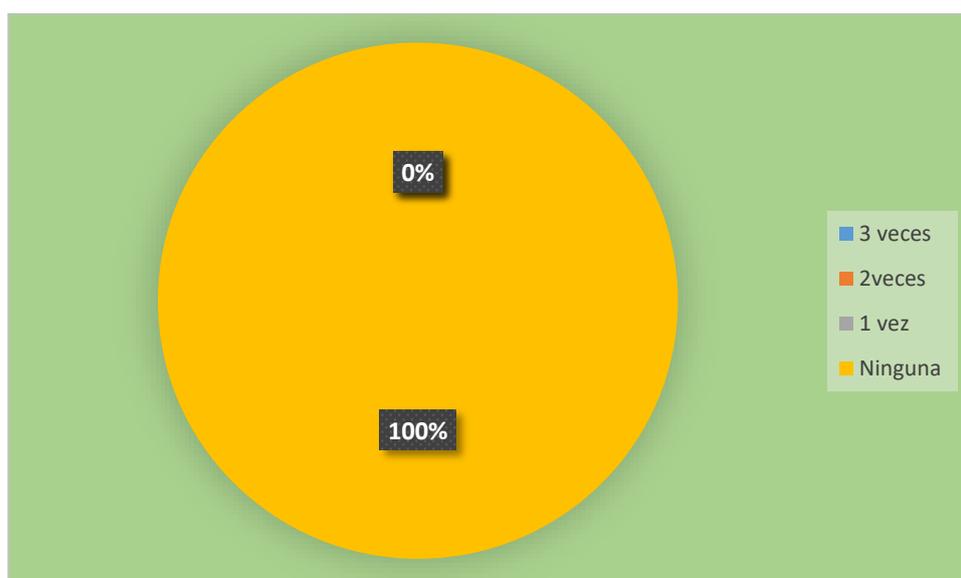


Análisis

De la encuesta que se realizó a los ciudadanos del cantón Babahoyo se obtuvo la siguiente información, de las 384 personas encuestadas, en 100% dice que nunca le han realizado ninguna encuesta en este comercial.

10. ¿Cuántas veces le han realizado la encuesta?

Ítems	Frecuencia
3 veces	0
2 veces	0
1 vez	0
Ninguna	384
Total	384



Análisis

De la encuesta que se realizó a los ciudadanos del cantón Babahoyo se obtuvo la siguiente información, de las 384 personas encuestadas, en su totalidad dicen que no he sido encuestado nunca dentro ni fuera de la empresa "JAVE JIRETH"

Evidencia fotográfica



Ilustración 1 Dueña de la empresa



Ilustración 2 Egresado encuestando

Carta de autorización

Babahoyo, 18 de marzo del 2022

Sr

LUCIA GRACIELA SILVA NARVAEZ

PROPIETARIA DE LA EMPRESA "JAVE JIRETH"

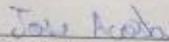
En su despacho.

De mis consideraciones:

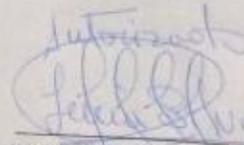
Yo: ACOSTA ACOSTA GEORGIN TONG JOSE, con cédula de identidad 120776495-0, estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo de la Facultad de Administración, Finanzas e Informática, Carrera de Ingeniería Comercial/Comercio, matriculado(a) en el proceso de titulación periodo noviembre 2021 – abril 2022, le solicito a usted de la manera más comedida se sirva autorizar a quien corresponda se proceda otorgarme el permiso respectivo para realizar mi caso de estudio denominado ATENCION AL CLIENTE DE LA EMPRESA "JAVE JIRETH" DE LA CIUDAD DE BABAHOYO el cual es requisito indispensable para poder titularme.

Esperando una respuesta favorable quedo de usted muy agradecido(a).

Muy atentamente



GEORGIN TONG JOSE ACOSTA ACOSTA
120776495-0


18-03-22

LUCIA GRACIELA SILVA NARVAEZ
Cedula: 120362665-8
Teléfono: 0967462674

DOCUMENTO DEL URKUND



Document Information

Analyzed document	GEORGINTONG JOSE ACOSTA ACOSTA .pdf (D131345058)
Submitted	2022-03-24T00:19:00.0000000
Submitted by	
Submitter email	gacosta950@fafi.utb.edu.ec
Similarity	2%
Analysis address	jcaicedo.utb@analysis.orkund.com

Sources included in the report

W	URL: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/80454/Fern%C3%A1ndez_MPV-SD.pdf?sequence=1 Fetched: 2022-03-24T14:22:22.4500000	 1
W	URL: https://www.studocu.com/es-mx/document/universidad-tecmilenio/planeacion-de-plantas-industriales/act1-plant/11911921 Fetched: 2022-03-23T03:23:48.4470000	 1
W	URL: https://lab2equipo2.wordpress.com/plan-de-marketing/ Fetched: 2022-03-24T14:22:10.0800000	 1
