



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E**  
**INFORMÁTICA**

**PROCESO DE TITULACIÓN**

**EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO**  
**PRUEBA PRACTICA**

**INGENIERÍA COMERCIAL**

**TEMA:**

**ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA DISMERO S.A**  
**DEL CANTÓN MONTALVO**

**EGRESADA:**

**KARINA ELIZABETH RAMOS CEPEDA**

**TUTOR:**

**ING. ALBERTO EDUARDO COLCHA SEILEMA**

## **Introducción**

El presente caso de estudio corresponde a la atención al cliente en la empresa Dismero S.A del cantón Montalvo, que está ubicado en la avenida 25 de abril de la calle principal, este supermercado fue creado hace 5 años y comenzó con 9 trabajadores. Se dedica a la comercialización de productos de consumo masivo y en la actualidad es uno de los supermercados más grandes del cantón, además es una empresa que se centra fundamentalmente en satisfacer las necesidades de los consumidores con una escala de productos de la mejor calidad y con los excelentes costos.

Esta investigación tiene como objetivo analizar cuáles son las razones por las cuales generan insatisfacción en los consumidores del supermercado Dismero S.A del cantón Montalvo, y para ello se usó la técnica de encuestas como instrumento, para la preparación de información, las mismas que han estado dirigidas hacia los consumidores que tiene el supermercado.

Al decir a atención al cliente desde ya se está refiriendo a la atención y servicio que brinda una empresa hacia sus consumidores, por lo tanto una de sus prioridades es ofrecer un buen servicio antes, durante y después de la adquisición para que se sienta satisfecho y perciba que ha sido de calidad, sin embargo el éxito de una empresa dependerá de la solución o ayuda que preste para satisfacer las inquietudes o demandas de sus usuarios, debido a que el problema principal del supermercado es la insatisfacción de los consumidores por el servicio que reciben a causa de los empleados.

Esta investigación tiene como línea: Gestión Financiera, Administrativa, Tributaria, Auditoría y Control con su respectiva sub-línea de investigación: Empresas e Instituciones Públicas y Privadas, ya que por medio de ella se analizará la eficiencia del servicio de atención al cliente dentro de la empresa.

## **Desarrollo**

En el cantón Montalvo hay varios supermercados que con el pasar de los años han ido progresando en desarrollo y volumen, debido a ellos se produce el aumento de la economía en el cantón y actualmente esto ayuda a la comunidad a obtener empleos, o trabajo y así poder satisfacer la demanda que existe.

Dismero S.A se creó en el año 1996 para satisfacer la necesidad de abarrotes(productos) en la provincia de Los Ríos, de esta forma abrió sus puertas en la ciudad de Babahoyo en 1998 con el título de comercial Medina y de esa forma en el año 2005 se creó la empresa Dismero S.A que se ha convertido en uno de los supermercados mayoristas de productos de consumo masivo de la ciudad de Babahoyo, con el éxito del supermercado considero en incrementar sucursales y una de ellas reside en el cantón Montalvo con el propósito de satisfacer las necesidades de los consumidores.

Emprendimiento no es solo administrar un negocio, es adaptarse a los nuevos escenarios de mercado impuestos por la economía. Es imposible dialogar de este tema y no asociarlo con el termino innovación debido a que son importantes y una vez que se integra a la organización solo tiene que celebrar.

El espíritu empresarial es un factor importante en el desarrollo económico y también una fuerza impulsadora para el cambio innovación, ya que el objetivo de las empresas siempre será aumentar las ventas, mejorar la rentabilidad y así obtener más ganancias al crecer por el motivo que la economía se centra en las formas existentes de satisfacer las necesidades de los clientes y que de ellos depende la supervivencia de la empresa en un mercado competitivo

La empresa Dismero S.A es uno de los mayoristas más importantes que tiene el cantón Montalvo ya que es un supermercado el cual trabaja día a día para ser unas de las

empresas más importante del cantón en cuanto a la gestión de números de productos y servicios que la sociedad necesita ya que han sido creado para satisfacer la necesidad de los consumidores, este supermercado se caracteriza por tener una amplia gama de productos con la mejor calidad y el mejor precio para así brindar a los clientes la mejor atención posible. Por lo tanto, uno de los objetivos es mejorar su servicio para lograr la satisfacción de sus consumidores.

Atención al cliente hoy en día, es una actividad desarrollada por organizaciones enfocadas en satisfacer las necesidades de sus consumidores, ayudando a incrementar su productividad y aumentar su competitividad. El cliente es el personaje principal y el factor más importante en el juego de negocios.

Como afirma (ESCUADERO, 2015) la atención al usuario es la unión de actividades conectadas que ofrecen un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado. Se asegure un uso correcto de este y satisfaga sus necesidades o expectativas, como consecuencia del precio, imagen y la reputación de la empresa.

La satisfacción puede definirse ampliamente como “un estado de ánimo y su expresión” por lo tanto, la satisfacción al cliente es una medida o parámetro de como los productos o servicios ofrecidos por la empresa cumplen o superan la expectativa del consumidor.

Servicio al cliente según el autor (Christopher, 2009) rescata: "El servicio al cliente implica actividades orientadas a una tarea, que no sea la venta proactiva, que incluyen interacciones con los clientes en persona, por medio de telecomunicaciones o por correo. Esta función se debe diseñar, desempeñar y comunicar teniendo en mente dos objetivos: la satisfacción del cliente y la eficiencia operacional.

El propósito de esta investigación fue determinar la calidad en cuanto a la atención al cliente en el supermercado Dismero S.A del cantón Montalvo, ya que es un hecho que los clientes esperan un servicio de calidad por parte del personal que labora en el local, es decir que les brinde una excelente atención y calidad al momento de que vallan a realizar sus debidas compras porque para el supermercado los consumidores son la parte más importante de la organización. Según (Aguilar, 2006) opina que el consumidor es el individuo más significativo en cualquier empresa.

En la empresa Dismero S.A especialmente en el área de caja que es donde los empleados interactúan directamente con los consumidores, se evidencia y comprueba la falta de responsabilidad por parte de los empleados que tienen el labor en ese espacio, por ese motivo los usuarios manifiestan que deben formar largas filas, ya que los que están en el cargo de cajeros demoran mucho al momento de realizar los cobros, en muchas ocasiones hay clientes que se cansan de esperar y proceden a dejar los productos en las perchas para luego abandonar el supermercado. Por la insatisfacción de los consumidores se puede percibir que el personal no está comprometido con su trabajo ni con la empresa.

Además, los consumidores se queja de la mala atención al cliente y falta de productos, de la misma manera de los trabajadores que no dan un buen servicio a la hora del que consumidor trata de llegar sus dudas o preguntas sobre cierto producto o marcas de la misma, así también la falta de organización y control sobre la demostración de nuevos productos que llegan al mercado, los clientes han manifestado una cierta inconformidad con la atención que reciben en dicho comercial o supermercado por su falta de atención y buen servicio, ya que en muchas ocasiones no hay comunicación entre jefe y empleado para ayudar al usuario , por eso unos de los principales problemas que existe en esta empresa es que no se brinda el trato adecuado al momentos que los consumidores ingresan al establecimiento, provocando que el cliente se sienta

insatisfecho con la atención brindada por ese motivo está ocasionando un efecto negativo donde el cliente no quiera regresar.

También es fundamental mencionar de los productos que están en las perchas del supermercado, no tienen el precio correcto, esto genera confusión y desconformidad en los clientes al hacer su cuenta, los empleados no instalan bien las etiquetas con su respectivo costo, la mala clasificación de la mercadería forma estos errores, al no tener un control fijo de cada mercancía que entra y también ir la organizando al mismo tiempo para no dejar en espera, luego tienen mucho más trabajo y tienden a combinar todos los productos.

Para (Paz, 2010) El cliente, además de valorar el producto en sí, su utilidad, precio y rendimiento técnico, valorará la atención prestada. Corresponde a la empresa en cada paso y poder definir sus prioridades en base a las expectativas de sus clientes y optar por una determinada política aplicada antes, durante y después de la venta del producto o servicio.

Frecuentemente la cortesía o el servicio que proporcionan los trabajadores de la empresa a los usuarios no es la más adecuada, pero esto se da cuando no existe un equipo de trabajo plenamente motivado, capacitado y comprometido, tomando en cuenta que el trabajador capacitado y motivado realizara de una mejor manera su trabajo.

En algunos casos los trabajadores, principalmente los cajeros y empacadores, se sienten insatisfechos porque van a almorzar muy tarde y tienen poco tiempo, lo que en realidad provoca que se agoten las existencias debido a la alta demanda de los consumidores, ya que no pueden dejar su puesto vacío por mucho tiempo, hay algunos empleados que dicen que el trabajo se vuelve aburrido y los inconvenientes que tienen a la hora que llega una mercancía porque no se acomiden a ayudar a bajar ciertas

mercaderías que traen los transportes para la empresa, gran parte de los clientes son mayoristas, ya que se abastecen de mucha mercancía en cada compra, pero hay consumidores que eligen pocos productos porque les toca esperar varias horas para ser atendido y eso incomoda mucho, por eso la falta de atención por parte de los empleados no genera la satisfacción adecuado.

Según (Mendoza José, 2010) se debe hacer en dos campos: la motivación que él tiene por el servicio y su conducta en el mismo. El comportamiento del consumidor es muy amplio porque estudia los procesos que intervienen en la elección, la compra, el uso o el abandono de productos, servicios, ideas o experiencias por parte de individuos o grupos para satisfacer sus necesidades o deseos.

El análisis de la conducta incluye también el estudio de todos los componentes las cuales influyen en las acciones realizadas, las actividades de buscar, comprar, usar y disponer de los bienes para satisfacer las necesidades y deseos, comprenden tanto procesos mentales y emocionales como acciones físicas.

La capacitación de los empleados en atención al cliente debe verse más como una inversión que como un gasto. Se debe ver como una inversión pues se debe mirar el futuro de la empresa, a nivel del cliente interno y externo, lo que se traduce en una mayor satisfacción. (Chiavenato, 2009) indica que el trascurso de evolucionar cualidades en los recursos humanos, capacitándoles para que sean más fructíferos y aporten mejor al éxito de los objetivos de la organización.

Por eso la razón fundamental de porqué capacitar a los empleados consiste en darles los conocimientos, actitudes y habilidades que requieren para lograr un desempeño óptimo, porque las organizaciones en general deben dar las bases para que sus colaboradores tengan la preparación necesaria y especializada que les permitan

enfrentarse en las mejores condiciones a sus tareas diarias y para esto, no existe mejor medio que la capacitación, que también ayuda a alcanzar altos niveles de motivaciones, productividad, integración, compromiso y solidaridad en el personal de la organización, es decir, lograr una cultura de calidad.

La motivación se puede definir como los factores que impulsan, guían y sostienen el comportamiento humano. En el lugar de trabajo, se refiere al deseo de un individuo de hacer su trabajo lo mejor posible. El impulso que mencionamos hace que el proceso motivacional se desencadene debido a estímulos o reflejos externos. Ante los estímulos que se le presentan a una persona, ésta responderá de una forma u otra, dependiendo de lo que podamos llamar su patrón de conducta.

Debido a la falta de motivación, los comportamientos y actitudes inadecuados se manifiestan en algunos empleados, lo mismo conduce a una baja productividad, un bajo rendimiento y un mal ambiente de trabajo en la empresa por falta de comunicación y falta de liderazgo, simpatía por sus colaboradores.

El clima laboral puede ser favorable, desfavorable o neutral. Es claro que los empleados y los directivos desean un clima favorable, ya que esto beneficia en muchos aspectos a la satisfacción y funcionamiento no solo del trabajador, sino también de la empresa.

La satisfacción y la calidad del servicio tienen algo en común, sin embargo, la satisfacción es un concepto más amplio y la calidad del servicio está centralizada especialmente cuando se trata de la medición del servicio, aunque la expresión es diferente, la calidad puede afectar la satisfacción del cliente y la satisfacción del cliente es muy importante para toda empresa.



Cabe señalar que la capacitación al trabajador es una actividad basada en las necesidades reales de los trabajadores y tiene como objetivo obtener conocimientos actualizados que les permitan desempeñarse mejor en el trabajo y así lograr la satisfacción del cliente. Debido a la mala capacitación, la satisfacción del usuario disminuye y se incurre en más quejas sobre el servicio que brinda el supermercado.

Los clientes actualmente ya no sólo buscan buenos costos y mercancías de buena calidad, ahora se enfocan en que les brinden una buena atención, ya que una excelente atención no sólo hará que el usuario decida regresar a al supermercado, sino que también, es muy probable que recomiende al supermercado con otros clientes. Así mismo, una mala atención no sólo hará que el cliente deje de visitar el supermercado, sino que también, muy probablemente, hará que hable mal de la empresa a otros consumidores.

Según (Varo, J., 1994) Para brindar una excelente atención, se requiere que los trabajadores pongan en práctica habilidades personales que permitan establecer una óptima comunicación con sus clientes, como base para fomentar prósperas relaciones humanas con ellos. Para que el cliente se sienta bien atendido, es importante escucharle, hablarle correctamente y demostrarle empatía y respeto.

La atención que se le dé al consumidor debe ser la mejor porque de él dependerá preservar la imagen y reputación del supermercado, además de la completa satisfacción con el servicio o producto ofrecido, pero esto depende en gran medida de la política de calidad y servicio al cliente que opere la organización, es decir, desde la alta dirección hasta los empleados que tienen contacto directo con los usuarios, porque hay grandes expectativas sobre los productos que necesita por eso espera calidad y excelencia. La impaciencia de los empleados con los clientes también se hace evidente, considerando que la paciencia es “un valor que hace a las personas más tolerantes y les permite comprender los fracasos y las adversidades y superarlas con fortaleza”.

Es importante resaltar que la lealtad de los clientes es la que genera la rentabilidad de la empresa, es por esto que el supermercado debe aplicar estrategias de fidelización a los clientes, además debe capacitar, dirigir y controlar al personal que labora en servicio de atención al cliente, trabajo en equipo y liderazgo. El personal que atiende debe mostrar amabilidad, educación, presentación personal, ya que de esto dependen las bases fundamentales para el éxito y desarrollo de la empresa.

Según (Solomon, 2018) señala que:

- Cortesía. Una buena atención emprende con dar un buen acogimiento al cliente.
- Trato simpático. Al consumidor se le debe tratar con gentileza y amabilidad en todo instante, bajo cualquier acontecimiento.
- Actitud. En la atención al usuario lo que realmente concierne es la actitud.
- Rápida atención. Para que una buena atención al consumidor sea apreciada como tal, ésta debe ser rápida.
- Atención personalizada. Actualmente los usuarios aprecian que se les brinde una atención personalizada.
- Bienestar. Para que el consumidor sienta que se le ha ofrecido una buena atención, es necesario que se sienta placentero.
- Seguridad. Así como el usuario buscar sentirse cómodo en un negocio, también busca sentirse seguro.
- Higiene. Una buena atención y servicio al cliente también implica contar con un local limpio y un personal aseado.
- No presionar. Una buena atención también involucra no presionar al consumidor.

- No discutir. No se debe presionar ni apurar al usuario, y mucho menos batallar con él.
- Información. Una buena atención al consumidor también implica que los vendedores estén bien informados.
- Servicios adicionales. Últimamente, una forma de brindar una buena atención al consumidor consiste en brindar servicios adicionales que sean, de preferencia, gratuitos.

Los clientes siempre van a querer el mejor trato, que les hagan sentir en confianza, que su experiencia sea de las mejores, que les hagan sentir realmente que son apreciados y valorados, esto realmente los hará volver y ser consumidores fijos por su buen servicio ya atención que tiene el comercial, por eso es necesario satisfacer las necesidades que el cliente siempre tiene para que se sientan satisfecho.

Según (Armstrong, 2017) manifiestan “hay quienes dicen que, en ocasiones, los clientes son poco razonables, pero podemos encontrar poca evidencia de expectativas extravagantes de los clientes. Por tanto, la satisfacción del cliente no es una tarea imposible. De hecho, cumplir y superar sus expectativas crea varios beneficios valiosos para las empresas de servicio. Pero además de tener un servicio o producto de calidad que satisfaga una necesidad, es un deseo y expectativas, las empresas también tendrán que generar ideas, crear nuevas estrategias que permitan atender los diferentes tipos de necesidades de los clientes que se presentan a diario, y una de estas estrategias será la capacitación y preparación de los empleados porque a través de ella “los empleados son evaluados y asegurarse de que tienen la capacidad y las habilidades para ayudar a mantener un entorno sólido de servicio a los consumidores.

Según el autor (Chiavenato, 2007) La preparación es el transcurso formativo de corto plazo, aplicado de modo sistemática y organizada, por medio del cual los individuos

adquieren conocimientos, desenvuelven habilidades y capacidades en función de objetivos definidos.

La rotación de personal puede ser voluntaria, involuntaria o necesario, principalmente esto ocurre cuando un empleado renuncia voluntariamente a la empresa, ya sea para elegir una mejor posición de cargo, por un nuevo trabajo o por razones familiares, frente a lo involuntario que sucede cuando una empresa procede hacer recorte de personal por mala conducta o bajo desempeño, lo inevitable se refiere a las decisiones cándidas de los trabajadores.

Según (Escuela de Organización Industrial, 2015) la rotación de empleados se refiere a los empleados que dejan la organización debido a 10 razones diferentes, ya sea renuncia o despido y estos puestos serán ocupados por diferentes personas durante un cierto periodo de tiempo, “es decir con frecuencia debe permanecer o ser reemplazado un empleado en la empresa”.

También se notó que hay conflictos laborales, ya que son muy comunes en las empresas y esto es causado por sus diferencias de punto de vista, culturas, costumbres, hábitos e incluso la forma en que hacen su trabajo diario.

Según (Coronel,2013) afirma que el origen de los conflictos laborales puede considerarse un fenómeno natural, donde conviven dos elementos claramente contradictorios en el mundo de las relaciones laborales, el empleador por un lado y el trabajador por el otro donde se contraponen intereses. Estos conflictos también surgen por la falta de cooperación entre los niveles gerenciales y operativos del supermercado.

Para el supermercado Dismero S.A la satisfacción de los consumidores es una parte esencial y significativo para la evolución de dicha empresa, porque tanto el jefe

como empleados tienen muy en claro que por medio de los clientes pueden llegar a sus metas y objetivos que estableció la empresa.

En varias ocasiones las organizaciones están encaminadas más en cómo administrar los recursos económicos, individuos y materiales, dejando de lado la excelencia de la atención al cliente, de cómo el consumidor aprecia el producto o el buen trato que recibe por parte de las entidades que diversas veces se hayan interesadas más en ofertar su producto y alcanzar la venta, que en promover relaciones perdurables y asegurar la lealtad de los consumidores.

La calidad de la atención se puede mejorar si el supermercado centra sus responsabilidades en el consumidor, formando o capacitando a los empleados para que se sientan conectados con la empresa y sobre todo que se respeten plenamente las políticas de la organización. Una buena manera de lograr un mejor servicio al cliente es encontrar estratégicamente a las personas adecuadas en los puestos correctos y obtener la capacitación adecuada, ya que esto ayudará a marcar la diferencia con un ambiente laboral más armonioso entre todos los que integran en dicho supermercado, porque con una buena capacitación los empleados se sentirán más motivados y preparados para dar una excelente atención a los clientes, así distinguirla de otras empresas, porque de esta forma se pueden evitar futuros problemas, logrando así la completa satisfacción de los consumidores.

Los supermercados en el cantón Montalvo compiten entre sí para conseguir más clientes en términos de precio, calidad y tecnología, pero esto no solo asegura que los usuarios estén satisfechos con un servicio o un producto, lo más importante para ellos es cómo los empleados están dispuestos a ayudar y ser serviciales.

Cabe señalar que para llevar a cabo este estudio de caso se utilizó la técnica de las encuestas, ya que por medio de ellas se pudo recopilar datos las cuales estuvieron dirigidas a los clientes del supermercado, por lo tanto, se obtuvo la información.

Según las encuestas realizadas afirma que los clientes no están totalmente satisfechos con la atención que reciben por parte del personal del supermercado, por eso mencionaron que visitan el supermercado por los productos que están a precios accesibles para el consumidor. También indican que se sienten molestos al momento de cancelar su producto porque tienen que esperar horas y hacer largas filas para ser atendidos por los que están encargados en el área de caja y es por ese motivo que no están en total satisfacción con la atención brindada por parte de los empleados del supermercado.

Además, los consumidores opinan que la empresa debería de implementar un área dedicada a atender quejas y reclamos relacionada con la atención que reciben, ya que al tratar las quejas de la empresa se puede utilizar de manera positiva para mejorar y así mantener una buena relación con los clientes, porque de esta forma los consumidores sentirán que se escuchan sus opiniones y que son significativos para la empresa.

## **Conclusión**

Luego de un análisis de la información obtenida, se puede concluir que en la investigación realizada sobre la atención al cliente en la empresa Dismero S.A del cantón Montalvo, existe una insatisfacción de los consumidores con la atención que brindan los trabajadores de la empresa, debido a que se demostró que no están actos para ofrecer una excelente calidad de atención y servicios, por esa razón los clientes se llevan una mala experiencia de la empresa y sobre todo con sus empleados y esto ocasiona tener una mala reputación del supermercado.

Al mismo tiempo se observó que la empresa Dismero S.A necesita prestar más atención y cuidado a la calidad de sus servicios con los clientes, ya que por parte de los empleados no están capacitados para satisfacer las necesidades de los consumidores, además los usuarios se quejan por el tiempo de espera al momento de cancelar su producto y esto hace que los clientes decidan ir a otra competencia.

Se concluye que la atención al cliente del supermercado se ve afectada por la falta de capacitación, motivación y compromiso por parte de los empleados que elaboran en la empresa, ya que también es importante estar en un ambiente laboral armonioso para que los consumidores se sientan cómodos al momento de realizar sus debidas compras y así satisfacer sus necesidades.

## **Recomendaciones**

Como recomendación se puede sugerir a la empresa Dismero S.A del cantón Montalvo, que debe utilizar estrategias en capacitación del fortalecimiento de las relaciones laborales con todos sus empleados para que pueda ofrecer un mejor servicio y así satisfacer las necesidades del consumidor y tenga una mejor acogida, ya que toda empresa aspira tener clientes satisfechos o importa cuán bueno sea su producto o cuán talentoso sea su personal, una de las cosas que los clientes probablemente recordarán es la interacción directa que tienen con su empresa.

Es de importante trascendencia para todo supermercado contar con una excelente capacitación y motivación de los empleados para que ellos puedan brindar una mejor atención y servicio a los consumidores, por lo cual así los usuarios se sienten satisfechos y por lo tanto ellos pueden dar su testimonio a demás consumidores para así tener una buena reputación tanto en la empresa como los empleados que elaboran en ella.

También es importante mencionar que la empresa debería de tener estrategias, para brindar una atención adecuada a los consumidores y así satisfacer sus necesidades, por tanto, el supermercado tendrá la oportunidad de mejorar la calidad de atención y así ser número uno en productos masivos del cantón Montalvo.



## **Bibliografía**

Aguilar. (2006 ). *Capacitacion y desarrollo del personal*. Mexico: Limusa SA.

Armstrong, G. (2017). *fundamentos de markeitng*. En Pearson..

Chiavenato. (2007). *Administración de recursos humanos*. En e. M.-G.-H. Internacional.

Octava edición. Obtenido de Administración de recursos humanos:

<http://www.cyta.com.ar/ta1602/v16n2a3.htm>

Chiavenato. (2009). *la capacitacion como fuente importante al servicio del cliente...*<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/43/Nowell-Crysta.pdf>.

Christopher, L. (2009). *servcio al cliente y marketing* . mexico: Jeff Shelstad.

ESCUADERO, M. E. (2015). *Servicio de atención comercial*. ESPAÑA: Editex.

Mendoza Jose. (2010). *comportamiento del cliente o consumidor, definiciones y conceptos* . México: Primera edición, 2018.

Paz. (2010). *atencion al cliente en productos y servicios..definiciones*.

Solomon, M. (2018). *comportamiento del consumidor, comportamiento del consumidor*  
2.

Varo, J. (1994). *Gestion Estrategica de la Calidad en los Servicios Sanitarios*.

## **Anexos**

### **Anexo 1**

Encuestas a los clientes del supermercado Dismero S.A

¿Cómo considera usted que es la atención al cliente en el Supermercado?

- a. Excelente
- b. Muy buena
- c. Buena
- d. Regular
- e. Deficiente

¿El supermercado Dismero demuestra compromiso e interés por usted?

- a. Siempre
- b. Casi siempre
- c. Algunas veces
- d. Nunca

¿Cómo considera usted que es el tiempo de espera en el área de caja?

- a. Extremadamente largo
- b. Largo
- c. Normal
- d. Corto
- e. Muy corto

¿Qué tiempo considera usted que debería esperar para cancelar sus productos?

- a. 15 min
- b. 20 min
- c. 25 min
- d. 30 min

¿Se siente usted satisfecho con la atención prestada?

SI

NO

¿Los empleados del supermercado dan respuestas que solucionen las quejas y reclamos que usted realiza?

- a. Siempre
- b. Casi siempre
- c. Algunas veces
- d. Nunca

¿Considera usted que el personal está completamente capacitado?

SI

NO

Anexo 2



Babahoyo, 10 de Agosto del 2022

Magister

Eduardo Galeas Guijarro

**DECANO DE LA FACULTAD DE LA ADMINISTRACIÓN FINANZAS E  
INFORMÁTICA**

En su despacho.

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos la empresa **Dismero S.A** del cantón Montalvo. Por medio de la presente me dirijo a usted para comunicarle que se ha **AUTORIZADO** a la estudiante, la Srta. **KARINA ELIZABETH RAMOS CEPEDA**, de la carrera de ingeniería comercial de la Facultad de Administración, Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo para que realice el estudio de caso con el tema: **ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA DISMERO S.A DEL CANTON MONTALVO**, cual es requisito indispensable para poder titularse.

Sin otro particular me suscribo de usted.

Atentamente

---

Ing. Karen Falcony Montoya

C.I: 1206547692

Teléfono:099 766 0765

## Anexo 3



CERTIFICADO DE ANÁLISIS  
magister

# RAMOS CEPEDA KARINA ELIZABETH

4%  
Similitudes



8% Texto entre comillas  
0% similitudes entre comillas  
1% Idioma no reconocido

Nombre del documento: caso de estudio...pdf  
Tamaño del documento original: 342,43 ko  
Autor: RAMOS CEPEDA KARINA ELIZABETH

Depositante: undefined RAMOS CEPEDA KARINA ELIZABETH  
Fecha de depósito: 11/8/2022  
Tipo de carga: url\_submission  
fecha de fin de análisis: 11/8/2022

Número de palabras: 4148  
Número de caracteres: 26.070

Ubicación de las similitudes en el documento:



### Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<a href="http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/6662/6/E-UTB-FAP-ING.COM-000388.pdf.txt">dspace.utb.edu.ec</a> <a href="http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/6662/6/E-UTB-FAP-ING.COM-000388.pdf.txt">http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/6662/6/E-UTB-FAP-ING.COM-000388.pdf.txt</a>	2%		Palabras idénticas : 2% (71 palabras)
2	<a href="https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/4969/1/TUADM008-2016.pdf">dspace.uniandes.edu.ec</a> <a href="https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/4969/1/TUADM008-2016.pdf">https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/4969/1/TUADM008-2016.pdf</a>	1%		Palabras idénticas : 1% (50 palabras)
3	<a href="https://www.silos-seguridad.com/la-importancia-la-capacitacion/">www.silos-seguridad.com</a>   La Importancia de la Capacitación - SES Silos Extrema Se... <a href="https://www.silos-seguridad.com/la-importancia-la-capacitacion/">https://www.silos-seguridad.com/la-importancia-la-capacitacion/</a>	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (31 palabras)

### Fuente con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<a href="https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6100/1/95_MKT.pdf">repositorio.uta.edu.ec</a> <a href="https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6100/1/95_MKT.pdf">https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6100/1/95_MKT.pdf</a>	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (13 palabras)