



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

**EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA**

**PRUEBA PRÁCTICA**

**PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE:**

**LICENCIADO/A EN COMERCIO**

**TEMA:**

**SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA FERRETERIA “JDF LOS  
CHIVITOS” DEL CANTÓN BABA, PERIODO 2022.**

**EGRESADO:**

**Gabriela Elisseth López Moncerrate**

**TUTOR:**

**ING. July Yojana Gaibor Gaibor**

**AÑO 2022**

## INDICE

RESUMEN.....	1
SUMMARY .....	2
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
2. JUSTIFICACIÓN.....	5
3. OBJETIVOS .....	6
3.1 Objetivo General	
3.2 Objetivos Específicos	
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN .....	7
MARCO CONCEPTUAL.....	8
MARCO METODOLÓGICO.....	19
RESULTADOS .....	21
DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	24
CONCLUSIONES.....	26
RECOMENDACIONES.....	27
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	28
ANEXOS.....	29

## Resumen

El trabajo de investigación lleva por título Satisfacción del Cliente en Ferretería “JDF de Los Chivitos” del Cantón Baba, Periodo 2022. El objetivo principal de este caso de estudio es saber la satisfacción del cliente sobre la calidad del servicio que esta brinda ya que determinará el grado de satisfacción que el cliente siente no sólo cuando compran productos sino también un servicio, la calidad en el servicio por parte de los colaboradores aporta a las empresas una mayor fidelización de consumidores y a su vez ganan que ellos sean quienes promocionen los bienes y/o servicios ofertados en la compañía. se aplicó el método descriptivo y las metodologías tales como: Encuesta y entrevista llegando a ultimar lo siguiente:

El estudio de caso se realizó bajo los lineamientos ya establecidos por la Universidad Técnica de Babahoyo, el cual busca identificar y comprender la problemática de la Ferretería “JDF Los Chivitos” de cantón Baba, La empresa necesita que sus colaboradores mejoren su trato hacia el cliente. Varios factores examinados en este estudio de caso dificultan que la empresa fidelice clientes y a su vez concretar ventas por la falta de estrategias que el colaborador requiere tener para abordarlos, estas y otras características negativas que afectan a las empresas se exploran más a fondo en el desarrollo de esta investigación.

**Palabras claves:** Satisfacción del cliente, Cliente, Fidelización de clientes, Calidad, Servicio.

## Summary

The research work is entitled Customer Satisfaction at the "JDF de Los Chivitos" hardware store in Cantón Baba, Period 2022. The main objective of this case study is to know customer satisfaction about the quality of the service it provides since it will determine the degree of satisfaction that the client feels not only when they buy products but also a service, the quality of the service provided by the collaborators contributes to the companies a greater loyalty of consumers and in turn gains that they are the ones who promote the goods and/or services offered in the company. The descriptive method and methodologies such as: Survey and interview were applied, finalizing the following:

The case study was carried out under the guidelines already established by the Technical University of Babahoyo, which seeks to identify and understand the problems of the "JDF Los Chivitos" hardware store in Baba canton. The company needs its collaborators to improve their treatment of the client. Several factors examined in this case study make it difficult for the company to retain customers and in turn make sales due to the lack of strategies that the collaborator needs to have to address them, these and other negative characteristics that affect companies are explored further in the development of this investigation.

**Keywords:** Customer satisfaction, Customer, Customer loyalty, Quality, Service.

## **Planteamiento del Problema**

Ferretería “JDF Los Chivitos” con RUC #120749431001 es una empresa ecuatoriana, que inicia su labor comercial el 21 de diciembre del 2017 en el cantón Baba, Provincia de Los Ríos, como una empresa dedicada a vender artículos de ferretería al por mayor: palas, zinc, correas, martillos, sierras, pinturas, cemento, destornilladores y pequeñas materiales en general, materiales de prefabricados para forrado casero como son el material de bricolaje, alambres, tubos, cerámicas, cables eléctricos, cerraduras, puertas metálicas, montajes y adornos estéticos para bañeras, se encuentra ubicada en la Cdla. 9 de noviembre - diagonal a la cancha sintética, la empresa es administrada por su dueña la Sra. Patricia Barboto Iler.

Actualmente la atención al cliente en tiendas de mejoras para el hogar se emplea de forma empírica. La ausencia de una decisión administrativa para formar o capacitar al personal de ventas ha dejado a los responsables de atender al público en el desconocimiento de la amplia gama de productos de Home Improvement y de su utilidad. Esta falta de formación del personal les impide satisfacer las necesidades de los clientes a los que no se les proporciona un asesoramiento acertado y adecuado.

Ferretería “JDF Los Chivitos” presenta inconvenientes significativos en cuanto a la satisfacción al cliente, el cual se ve reflejado en sus ventas, generando un impacto negativo lo que ha creado en la propietaria inquietud e incertidumbre, los datos reales del mercado de la construcción muestran que las ventas están disminuyendo lo que afecta el crecimiento y la competitividad del mercado, además, se han encontrados errores en la entrega del producto, por lo que han tenido devoluciones y quejas por parte del cliente.

Otra problemática está relacionada con la escasez de inventario, la ubicación

inadecuada del producto ha generado situaciones que afectan la eficiencia en la atención al cliente quien trae diversas necesidades y perspectivas sobre el establecimiento, el optimizar tiempo, ofrecer productos o un servicio de calidad son unos de los aspectos que fidelizan a los clientes a seguir visitando la tienda.

## **Justificación**

Las compañías encaminadas al mercado deben conservar una cultura de servicio establecida de acuerdo con las normas ISO, normas que ayudan al buen comportamiento que deben tener las empresas con la sociedad y medio ambiente. La cultura es un medio social que influye en la conducta y las interacciones de los individuos con una orientación encaminada al servicio de "primero el consumidor", y los grupos encabezados por dirigentes y ejecutivos de ventas u otros departamentos de la empresa deben brindar un buen servicio. Para tener un entorno saludable y duradero que se adapte y apoye los cambio y los que sean parte de esta cultura deben estar de acuerdo con los cambios que se den, es decir, las ideas y los beneficios deben venderse primero a cada consumidor, o nunca venderán servicios a los clientes.

El presente caso de estudio se lo realiza porque la ferretería "JDF Los Chivitos", precisa conocer la opinión de los consumidores sobre los productos y servicios que ofrece, incluyendo la atención brindada, y de esta manera ir mejorarlo perennemente, con lo que verdaderamente el cliente exige y no con lo que a empresa asume.

Esta investigación brinda una significativa información para la ferretería "JDF Los Chivitos" del cantón Baba sobre los servicios a vender y el servicio que el colaborador ofrece a sus clientes, los resultados de la investigación prometen un punto de partida para que el dueño del negocio tome decisiones eficientes y se pueda mejorar el servicio tanto en el suministro como en la entrega de productos así como otros aspectos como las relaciones que se deben construir entre el vendedor y consumidor al momento de abordar al cliente, en el proceso de venta y al finalizarla.

## **Objetivos**

### **Objetivo General.**

Determinar el grado de satisfacción de los clientes, con respecto a la calidad del servicio ofrecido en la ferretería “JDF Los Chivitos” del Cantón Baba.

### **Objetivos específicos**

- Identificar los factores que inciden en la Satisfacción del cliente en la Ferretería “JDF Los Chivitos” del Cantón Baba.

- Evaluar cómo afectan los factores del nivel de satisfacción de los clientes en las ventas de la Ferretería “JDF Los Chivitos” del Cantón Baba.

- Establecer estrategias de comunicación asertivas que ayuden a mejorar la satisfacción de los consumidores en la Ferretería “JDF Los Chivitos” del Cantón Baba.

## **Línea de Investigación**

El estudio de caso que lleva por nombre “Satisfacción del Cliente en la Ferretería JDF Los Chivitos del Cantón Baba”, está relacionado con la línea de investigación “Gestión Financiera Administrativa, Tributaria, Auditoría y Control, por lo que teniendo una estructura organizacional definida ayudaría a mejorar y elevar las ventas ya que esta línea es la que controla todas las actividades a realizarse dentro de la empresa.

Además, se encuentra dentro de la sublínea de investigación Marketing y Comercialización, porque el marketing también se encuentra inmerso en el comercio y hoy en día con mayor fuerza, la variable que se estudia es la Satisfacción del cliente, por ello es significativo dentro de cada estudio tener identificado los factores que inciden en la afectación continua del negocio y lo que está llevando a la desaceleración económica de la misma, si bien este negocio está siendo responsablemente con todo lo que enmarca la ley en los estatutos de inscripción comercial, sus ventas no reflejan los niveles esperados por la mala publicidad del consumidor en cuanto al servicio al cliente.

Se relaciona este proyecto investigativo con las practicas preprofesionales ya que la línea y sublínea de investigación tienen relación con las actividades realizadas dentro del tiempo en el cual ejercí la pasantía, la empresa como tal tiene un esquema mayor y mejor ejecutado que la ferretería JDF los Chivitos por lo que el estudio de caso con su desarrollo total brindara a la propietaria un mejor campo de visión para el posicionamiento de la misma en el mercado.

## Marco Conceptual

La misión de la empresa “JDF Los Chivitos”. es posicionarse en el mercado ferretero a nivel nacional y convertirse esta en una gran opción para los consumidores, a su vez se les brinde soluciones a sus necesidades, que encuentren una buena atención desde su llegada a la tienda hasta finalización de la compra, además que el captar y retener clientes les va a permitir ampliar la base de datos de clientes fijos y acaparar a los potenciales clientes les ayudara en los niveles ventas, por lo que darle un enfoque directo y de importancia a las capacitaciones constantes de sus empleados facilitara que día a día tengan un mejor recibimiento a esos potenciales clientes y clientes fijos.

**Tabla 1**

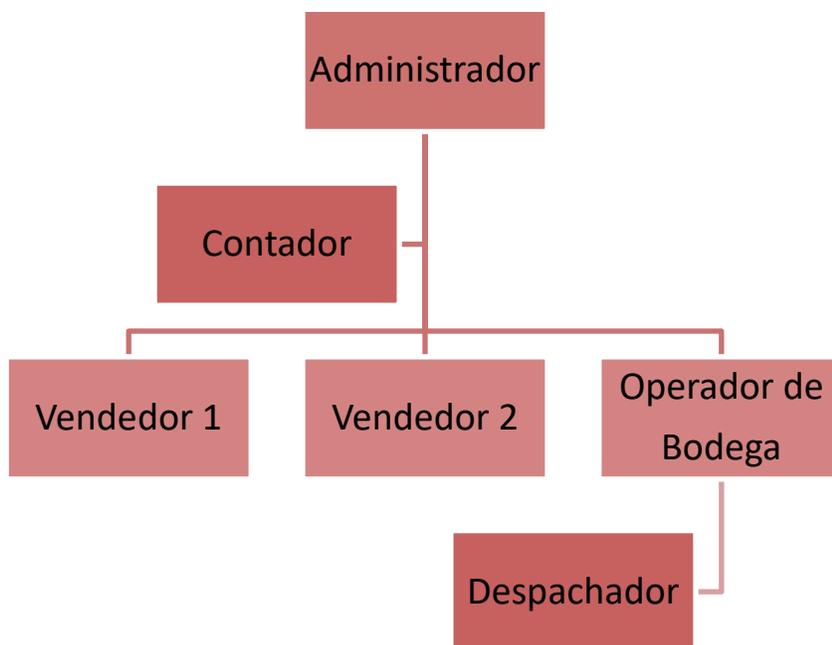
*Distribución del personal según su cargo en la empresa “JDF Los Chivitos”*

OCUPACION	NUMERO DE COLABORADORES
Gerente Administrador (Dueño)	1
Contadora	1
Vendedor 1	1
Vendedor 2	1
Despachador	1
Operador De Bodega	1

**Fuente:** Empresa Ferretera “JDF Los Chivitos”

**Elaborado por:** Gabriela Elisseth López Moncerrate

El esquema organizacional de la empresa “JDF Los Chivitos” según las obligaciones que cada uno de los empleados antes citados se ha distribuido de la siguiente forma como se muestra en la imagen:



**Fuente:** Empresa Ferretera “JDF Los Chivitos”

**Elaborado por:** Gabriela Eliseth López Moncerrate

## Ciente

Quienes utilizan el servicio o producto de una empresa a cambio de dinero se conocen como clientes. Según López (2020).

Persona física o jurídica que realiza compras en establecimientos o negocios, o emplea frecuentemente a profesionales o empresas a cambio de dinero. El producto de servicio puede utilizarse para ejecutar un negocio o actividad comercial posterior. I (por ejemplo, clientes de una distribuidora textil X o clientes de la empresa de lacteos Y). (p.5)

Mientras que, según López (2020), los clientes se pueden clasificar en función de su relación con la empresa, de la siguiente manera:

**Ciente actual:** Una persona que participa en un servicio o compra se llama cliente actual. Donde, a su vez, se puede dividir en dos tipos:

- Un cliente fiel o habitual, que compra o se beneficia del servicio repetidamente.
- El cliente que compra, adquiere o se beneficia del servicio cada cierto tiempo.

**Clientes potenciales:** Aquellos que aún no han recibido el servicio o han comprado un producto de una empresa, pero es posible que lo hagan pronto.

### **Servicio al cliente**

Según (López, 2020), el servicio al cliente está relacionado con los deseos y expectativas del consumidor, fines u objetivos que la organización se ha planteado para alcanzar dichas expectativas. Con ello, la interacción y retroalimentación entre personas de un mismo campo o departamento es una de las claves importantes para centrarse en mejorar todo el proceso de servicio que este conlleva, con el único fin de mejorar la calidad del servicio brindado. La experiencia de compra del cliente afecta así positivamente al crecimiento de la organización.

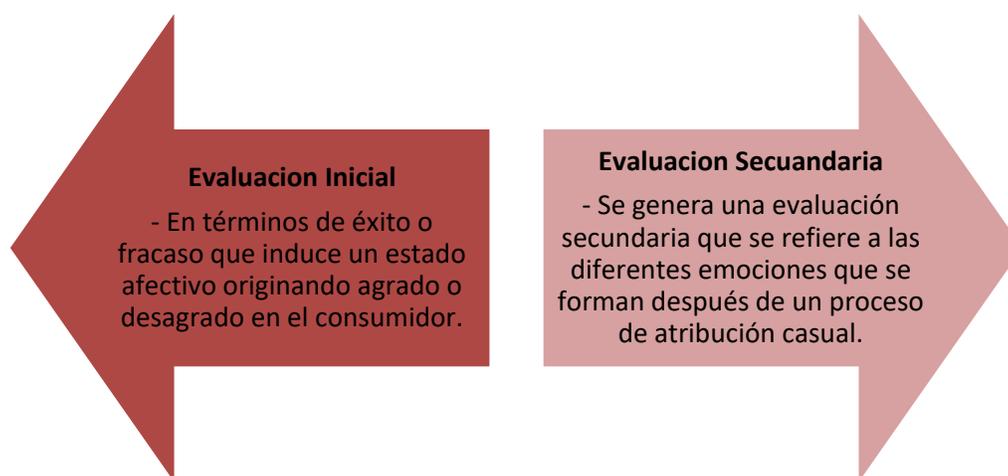
### **Satisfacción del Cliente**

El nivel de satisfacción del cliente es importante para las empresas por los beneficios que les aporta, aumentando las ganancias, es por eso que se esfuerzan por brindar buenos productos y servicios que satisfagan sus expectativas y necesidades según muchos autores:

Un cliente satisfecho con la experiencia dentro del comercial al recibir un producto o servicio que el necesitaba o buscaba genera en la empresa confianza. La satisfacción del cliente es un grado de porcentaje de los usuarios que ingresan a las tiendas y en el proceso de compra demuestran su nivel de satisfacción por el trato recibido, por el producto encontrado, las sugerencias etc., esto se puede definir como una experiencia positiva para la empresa que dentro de todas las estrategias planteadas para elevar las ventas una de las más importantes es hacer sentir bien al cliente dentro de sus instalaciones (Lizano Flores & Villegas Huamani,

2019, pág. 7).

Núñez Tobías & Juárez Mancilla et al. (2018) plantearon que desde un enfoque cognitivo la satisfacción se entiende como un proceso en el que los sujetos estudian razonablemente un ambiente de compra/venta para luego quedar satisfechos o insatisfechos. En el abordaje afectivo de la percepción de satisfacción se ofrecen dos evaluaciones de los resultados que logra el consumidor durante la experiencia de consumo.



**Fuente:** (Núñez Tobías & Juárez Mancilla, 2018)

**Elaborado por:** Gabriela Eliseth López Moncerrate

Asimismo, alcanzar la completa “satisfacción del cliente” es una necesidad indispensable para “permanecer en la mente del consumidor” y con ello afianzarse en el mercado objetivo. Además, el propósito de satisfacer a cada cliente ha evidenciado los fines claros e importantes del departamento de marketing y ha colocado a este en uno de los objetivos fundamentales que una empresa con el éxito esperado en todas sus áreas eficaces debe tener (producción, logística, finanzas, marketing, recursos humanos, etc.). (Centurion Espinoza, 2019).

Para cualquier empresa, la satisfacción del cliente no es más que la búsqueda de la calidad, eficacia en el que los componentes sociales y económicos interfieren con la investigación y las necesidades del usuario. Para Gil (2020) la satisfacción del cliente es:

“Es el resultado de proporcionar bienes y servicios que satisfagan o superen sus necesidades. Las necesidades y expectativas del cliente se denominan "calidad esperada". Es decir, el consumidor entiende que debe recibir el producto. Los clientes que adquieren un producto dejan comentarios y consideran sus opinión u percepción sobre la comprar realizada y aquí es donde entra en juego el concepto de calidad percibida”. (p.29).

Peiró (2018) Ultima que se debe considerar que la satisfacción del cliente es un medida u objetivo que toda empresa se fija para cumplir con las perspectivas del consumidor. El resultado que concluye la satisfacción puede ser una de las claves importante para incrementar las ventas de la empresa o desarrollar estrategias de futuro.

**Nivel de Satisfacción:** Se logra conocer en primera instancia la honestidad de una marca o empresa cuando se hay estos tres factores: insatisfacción, satisfacción y complacencia. (Vega Rosales, 2019).

### **Cliente insatisfecho**

- Almacena las quejas, solicitudes y consejos de los clientes.
- Quien da a conocer las fallas en un producto o servicio, generando una mala publicidad.
- Realiza labores de benchmarking almacenando las acciones positivas que están ejecutando las empresas de la competencia.

- Establece técnicas de publicidad o marketing para comunicar al cliente de los nuevos productos o servicios ofertados.

### **Cliente Indiferente**

- Observa los pro y contra de un producto o servicio, pero siempre preferirás la competencia.
- Perfecciona las atribuciones del producto o servicio ofertado.
- Busca siempre mejora la participación correcta del colaborador en la atención al personal y del servicio de atención técnica (SAC).
- Branding (imagen de marca).

### **Cliente Satisfecho**

- Orienta la atención de toda la plantilla laboral hacia una mejora continua.
- Brinda incentivos continuamente al cliente.
- Genera investigación continua a la competencia.
- Crea programas para la fidelización de clientes.

### **Cliente muy satisfecho**

- Refuerzan periódicamente su nivel de satisfacción.
- Escucha y analiza continuamente de manera positiva al cliente y al mercado.
- Incentiva habitualmente al cliente a través de un trato exclusivo.

### **Beneficios de la satisfacción al cliente y fidelización de clientes**

- Ahorro en gestión comercial:
  - Vender a un nuevo cliente.

- Dependiendo del sector de actividad.
  - Puede resultar doblemente más caro que vender a un cliente ya existente.
- 
- Los clientes ya fidelizados generan menores costos operativos porque están completamente familiarizados con los productos o servicios de la empresa y necesitan menos asistencia en el proceso de compra.
  - Los clientes recurrentes atraen a otros clientes de forma gratis, mediante la publicidad de boca en boca, en donde las buenas reseñas de clientes satisfechos hacen que potenciales clientes confíen en la marca o la empresa como tal.
  - Aprobación más fácil para el aumento de precios.
  - Alta frecuencia de ventas con los mismos clientes.
  - Mayores ventas individuales por cliente (los clientes satisfechos compran más de los mismos productos y servicios). (Alcaide Casado, 2016).

### **Calidad del servicio**

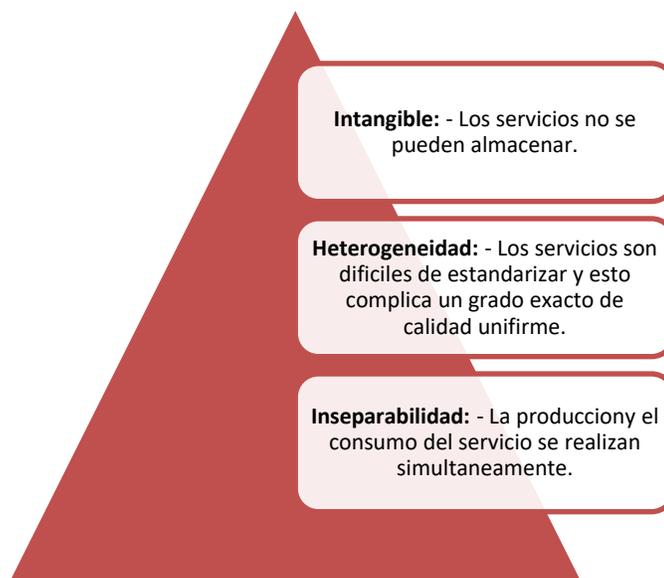
Se denomina calidad como el desempeño de los requisitos que se le ofrecen al cliente al momento de obtener un bien definitivo dentro del tiempo en que acciona sus compras, relacionando este concepto con el servicio ofrecido. (Cevallos 2019).

La eficacia y eficiencia dentro de un negocio en lo que respecta al servicio que se brinda a los usuarios se ve como una oportunidad importante para que las compañías logren ventajas competitivas y sostenibles en una economía que hoy en día esta globalizada. Las pequeñas y medianas empresas deben ofrecer servicios de excelente calidad que las grandes compañías, para de esta forma logren ganarse la confianza de los clientes a gran escala. En la actual economía globalizada, las compañías deben volverse más eficientes y competitivas para poder satisfacer las expectativas y gustos de los clientes.

Asimismo, la calidad del servicio brindado es una oportunidad para que una empresa logre ventajas únicas y verosímiles sobre las de su competencia, independientemente de las actividades comerciales o de servicios que estas brinden. (Silva Treviño, Macías Hernández, Tello Leal y Delgado Rivas, 2021).

Las empresas se vuelven más fuertes porque son más competitivas, se exigen estándares que cumplan con los objetivos planteados desde un inicio, de esto es parte la misión y visión constitutiva de la empresa ya que en un mercado cada vez más global y exigente estas logran posicionarse entre las mejores cumpliendo con sus ideales y de esta forma los niveles de ventas aumentarán sin pérdida; los clientes son leales porque están satisfechos, es parte de la estrategia planteada por la empresa, fidelizar a sus clientes. La calidad de los servicios brindados depende del talento de sus colaboradores, es decir, la forma de gestionar o negociar el bien tangible e intangible en una organización que proporcione todos los beneficios precisos y las herramientas necesarias para realizar las acciones de entrega de servicios o productos; si son eficaces, garantizarán que la compañía funcione bien dentro de su área de operación o departamento de operación. (García, Durán, Parra y Marceles, 2017).

Estos autores expresan la gran importancia de invertir en la comprensión de la satisfacción del cliente, ya que beneficia enormemente a la compañía, genera crecimiento en todas partes y permite a la empresa mantenerse competitiva en el mercado. A continuación, se muestran particularidades densamente relacionadas. estas cualidades deben tenerse en cuenta para mejorar la calidad de los servicios y de esta forma trazar mejores alternativas que los beneficien.



**Fuente:** (Jiménez Bucarey, Araya Castillo, & Rojas Vallejos, 2020)

**Elaborado por:** Gabriela Eliseth López Moncerrate

### Elementos que conforman la satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente está conformada por tres elementos:

**Rendimiento percibido:** Se refiere al desempeño (en términos de entrega de valor) que los clientes creen que han logrado después de comprar un producto o servicio. En otras palabras, es el "resultado" que el cliente "percibe" del producto o servicio ya adquirido. Tanto así que es la derivación que se ha entregado para valorizar (beneficio agregado, funcionalidad o emoción) que los clientes reciben desde su perspectiva o derivan de un producto o servicio. Estos resultados se basan en la percepción subjetiva y están influenciados por el entorno en que se desenvuelven los colaboradores dentro de la organización.

**Expectativa:** Es la "esperanza" que tiene el cliente de lograr algo. Las expectativas son los argumentos que el cliente recibe de la compra que ha realizado ya sean compras antiguas o actuales, por acotaciones que se expresan en su ambiente o simplemente por las ofertas con

mayor información de los bienes por parte de la competencia. Las necesidades adecuadas que los clientes desean satisfacer, por ello las compañías ofrecen posibilidades competentemente altas para ser capaces de cubrirlas y suficientemente atractivas para atraer la atención del cliente. (Molinillo Jiménez, 2020).

### **Medición de la satisfacción al cliente**

(Aguirre, 2018) establece que la satisfacción del cliente puede evaluarse midiendo directamente la satisfacción del cliente con la percepción de conformidad y el valor que le otorgan las organizaciones que venden los productos o servicios relevantes y recopilando la información necesaria para obtener medidas indirectas que estén relacionadas con la satisfacción del consumidor, pero sin preguntarle directamente al cliente, más bien percibiendo con su comportamiento.

- A través de la medición se logra conocer si la satisfacción supera las expectativas que tenían de un bien o servicio.
- Indagar en que está fallando la empresa y poder tomar las correctivas necesarias para mejorar y llevar a cabo sus objetivos.
- Implementar estrategias que le ayuden a mejorar y lograr la satisfacción del cliente, atraer clientes potenciales y obtener mayor rentabilidad.

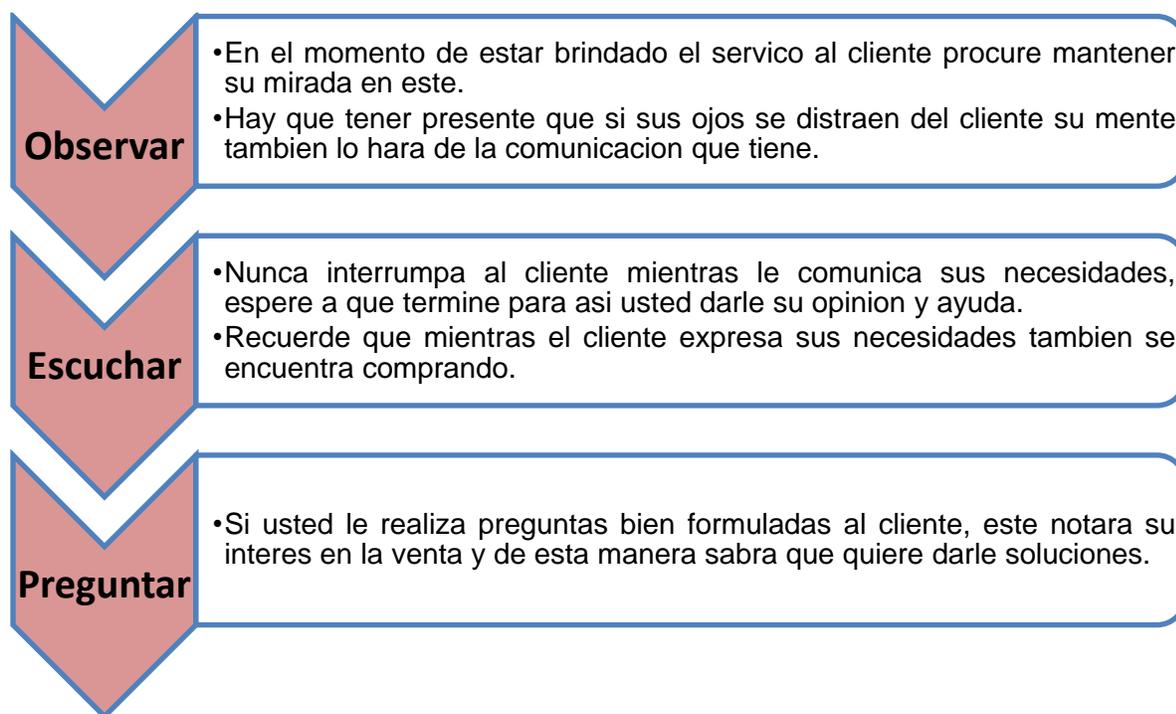
### **Índice de satisfacción al cliente**

Kotler y Keller (2020, pág. 146) mencionado que ““Existen diversas técnicas para calcular la satisfacción del cliente, entre las que destacan encuestas habituales, búsqueda del índice que refleja la importancia sobre el abandono de clientes, entre otros puntos también importantes”.

Kotler y Keller destacaron la necesidad de tener un acercamiento directo con los

clientes con el fin de poder medir de primera mano la satisfacción de los consumidores por medio de modelos determinados, al respecto Walker (2018) “mantiene que para calcular de forma útil la satisfacción de los consumidores es preciso considerar dos aspectos importante: “las expectativas y preferencias que tienen los clientes con respecto a las diversas dimensiones sobre la calidad del producto y el servicio brindado” en otras palabras cuanto distingue el cliente que está satisfecho con las expectativas planteadas y las preferencias ya sea teniendo en claro ciertos puntos y que inclusive cuando los requerimientos del cliente han sido cumplidas, esto no asegura de primera mano una elevada satisfacción del cliente.

### Importancia de saber escuchar, observar y preguntar



*Fuente: (Kotler y Keller en el 2020)*

*Elaborado por: Gabriela Eliseth López Moncerrate*

## **Métodos para medir la satisfacción del cliente**

Para conocer detalles sobre la satisfacción del cliente existen múltiples métodos, siendo la mayoría de ellos *face to face* o mediante un contacto directo con nuestros usuarios. Otros de estos métodos se realizan de forma más sutil, por ejemplo, mediante correos electrónicos o plataformas web. Algunos de los métodos más conocidos son:

### ➤ **Encuestas de satisfacción.**

Es una forma bastante sencilla y directa que permite la recogida de datos sobre la felicidad del cliente sobre una determinada acción de forma real y honesta.

Además, puede ser una opción bastante económica, ya que tiene la opción de hacerlo de forma virtual a través del correo electrónico, redes sociales o apps. Todas las preguntas que realices deben ser concretas, específicas, claras y centradas en el tema, producto, servicio o aspecto que vas a evaluar como por ejemplo «¿Cuánto tiempo llevas usando el producto?» o ¿Qué características del producto consideras más valiosas?

### ➤ **Índice de quejas / reclamaciones.**

Al realizar un registro donde los clientes puedan dejar sus opiniones y donde incluir estadísticas que demuestren los avances o retrocesos. Algunas de las opciones que puedes plantear para ver en qué se ha fallado o dónde se puede mejorar: Indisponibilidad de producto, mal servicio o mala calidad del producto, tiempos de espera muy largos.

### ➤ **Entrevista de salida.**

Es uno de los métodos que pueden realizarse en persona y, como su nombre indica, es una pequeña entrevista que se le realiza al cliente en el momento de la finalización de su compra o al finalizar de realizar un servicio. En este caso, también puede realizarse vía correo

electrónico mediante un link al rating o también con un chat en vivo.

### **Motivaciones de los colaboradores**

Hernández (2017) destaca que “la motivación es uno de los factores internos que requiere gran atención. De manera amplia, la motivación es aquello que impulsa a una persona a actuar de determinada manera, o, por lo menos, origina una propensión hacia un comportamiento específico”. Los motivadores intrínsecos dentro de la motivación del personal son:

- Autonomía: Poder que tiene una persona para obrar según su criterio.
- Sentido de competencia: es la capacidad con la que un trabajador lleva con éxito una actividad laboral.
- Novedad: cualidades nuevas que se les da a una actividad de trabajo.
- Aprendizaje: adquisición de conocimiento mediante la práctica o experiencia de alguna actividad.
- Motivadores extrínsecos se refiere a los incentivos o reforzadores que se otorgan al realizar una actividad determinada. Los motivadores extrínsecos son:
  - Condiciones de trabajo: Se refiere a la seguridad, la salud y la calidad de vida en el empleo.
  - Remuneración: Es la retribución económica que se da por desempeñar una actividad.
  - Bonos: Es una compensación extra en relación a la excelencia o al buen desempeño dentro de una empresa.
  - Clima laboral: El medio en el que se desarrolla el trabajo cotidiano.
  - Comunicación: Relación que se establece entre las diferentes jerarquías dentro de una empresa (pág. 21).

## **Metodología**

### **Método**

La metodología de investigación adecuado en la realización de este estudio de caso fue el método descriptivo, mediante la entrevista y la encuesta realizada logre reunir datos que reflejan la importancia del servicio al cliente durante el proceso y esto ha permitido adquirir un enfoque más claro y específico sobre el nivel de satisfacción del cliente de la ferretería “JDF LOS CHIVITOS”.

### **Técnicas**

Las técnicas de investigación que se utilizaron fueron una entrevista dirigida a la propietaria de la empresa “JDF LOS CHIVITOS” la cual incluye preguntas de fácil comprensión que permitirá la obtención de respuestas claras por parte de la misma, también se aplicó una encuesta a los clientes de la ferretería, basada en una base de datos de clientes frecuentes de la misma. estas herramientas tienen como objetivo el evaluar y recomendar mejoras oportunas que garanticen el buen desarrollo comercial de la empresa.

### **Instrumentos**

Los instrumentos aplicados son los siguientes:

- ✓ Cuestionario de entrevista – aplicada a la propietaria de la empresa “JDF LOS CHIVITOS”.
- ✓ Ficha de encuesta – realizada a los clientes.

## Resultados

**Tabla N°- 1**

*Entrevista Realizada a la Propietaria de la Empresa “JDF LOS CHIVITOS”.*

#	PREGUNTA	DATOS RELEVANTES ENCONTRADOS
1	¿Cuánto tiempo lleva en el mercado la ferretería JDF Los Chivitos?	5 años, 9 meses.
2	¿Cómo está actualmente la situación económica de la empresa?	✓ No es una situación económica favorable, sus ingresos van a proveedores y pago de personal, por lo que el margen de ganancia es casi nulo.
3	¿Considera usted que los colaboradores de la ferretería brindan un buen servicio al cliente?	✓ Si, pero se han presenciado apuros por parte del personal hacia el cliente, inconformidades, actos descortés, etc. Considero que es un punto de partida a mejorar en gran medida.
4	¿Cómo maneja usted la situación actual de la empresa en cuanto a la pérdida de clientes?	✓ Con total incertidumbre, por la situación que vive actualmente el país en ámbitos de seguridad ya que es un punto de quiebre hacia la economía por diferentes factores que este conlleva.
5	¿De qué manera usted capacita a sus empleados?	✓ Al momento de ser contratados, una de las cosas que se expone es que no se capacita al personal, por lo que deben realizar su trabajo de la mejor manera.
6	¿Cómo es la evaluación de desempeño que usted aplica a sus empleados?	✓ No son evaluados.
7	¿Cómo mantiene motivado a sus empleados?	✓ Los colaboradores son tratados con respeto y se los motiva cuando se lo amerita invitándolos a comer en horas no laborables y con un incentivo al colaborador del mes.
8	¿Cómo usted trabajaría con su equipo de trabajo para mejorar la atención al cliente?	✓ He implementado estrategias de comunicación asertiva, las cuales evidentemente no han generado lo que se esperaba.

**Fuente:** Entrevista realizada al propietario de la empresa “JDF Los Chivitos”

**Autor:** Gabriela Elisseth López Moncerrate

**Tabla N°- 2**

*¿Con que frecuencia usted visita la ferretería JDF Los Chivitos?:*

<b>Orden</b>	<b>Aspecto</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
1	Nunca	8	6%
2	Casi nunca	35	29%
3	Ocasionalmente	38	32%
4	Semanal	13	11%
5	Mensual	26	22%
<b>Total</b>		<b>120</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los clientes de la empresa “JDF Los Chivitos”

**Autor:** Gabriela Elisseth López Moncerrate

**Tabla N°- 3**

*¿Cuál es el nivel de satisfacción o insatisfacción con la calidad del servicio que ofrece la ferretería JDF Los Chivitos?*

<b>Orden</b>	<b>Aspecto</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
1	Totalmente satisfecho	18	15%
2	Satisfecho	7	6%
3	Algo satisfecho	13	12%
4	Insatisfecho	33	27%
5	Totalmente insatisfecho	49	41%
<b>Total</b>		<b>120</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los clientes de la empresa “JDF Los Chivitos”

**Autor:** Gabriela Elisseth López Moncerrate

**Tabla N° - 4**

*¿Cuál es la probabilidad de que vuelva a comprar en la Ferretería JDF Los chivitos?*

<b>Orden</b>	<b>Aspecto</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
1	Muy probable	11	9%
2	Probable	30	25%
3	Poco probable	51	43%
4	Nada probable	28	23%
<b>Total</b>		<b>120</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los clientes de la empresa "JDF Los Chivitos"

**Autor:** Gabriela Elisseth López Moncerrate

## **Discusión de Resultados**

Al utilizar los instrumentos de recolección de información tal como lo es la entrevista la cual fue dirigida a la propietaria de la empresa, se desglosa la siguiente información, misma que ha servido de base para establecer conclusiones validas:

Mediante la entrevista aplicada a la propietaria de la ferretería determinamos que los colaboradores brindan un buen servicio al cliente, pero no cumple con la expectativa de la dueña, lo hacen de manera rápida lo cual a simple vista no hay cordialidad, la propietaria añadió que existen algunas problemáticas importantes por resolver, como empresa que ejerce la atención al cliente por ser un almacén que oferta productos y servicios debería ser su carta de presentación ya que de lo contrario el colaborador por algún acto de indisciplina tendrían alguna sanción sea una suspensión o multa. La empresa como tal no ofrece capacitaciones a sus empleados, al momento de contratar son claros en los términos en los que se llevará el contrato y esto en algunas ocasiones ha generado la renuncia o la no aceptación a incluirse en el equipo de trabajo, aun no cuentan con una buena táctica para resolver la problemática principal que es la falta de un servicio de calidad.

A su vez indico que los colaboradores son motivados con invitaciones a algunas comidas las cuales son establecidas fuera del horario de trabajo para fomentar el compañerismo y unión en equipo, adicional se los motiva con un bono que es destinado al empleado del mes de esta manera tiene otra opción de trabajar con ímpetu, pero dados los casos de motivación aún no han logrado los objetivos planteados como grupo.

Al aplicar las encuestas a los clientes de la ferretería se obtienen los siguientes datos:

Al observar los resultados que se obtuvieron al realizar la encuesta a los clientes, pocos de los entrevistados manifestaron visitar la ferretería por ello se llegó al momento de

preguntarles si ellos están de acuerdo en que la atención que reciben cuando adquieren los productos y servicios de la ferretería es la adecuada, revelaron en un mayor porcentaje que no están de acuerdo con dicho servicio, son claros en mencionar que existen algunas fallas al momento de que los colaboradores empiezan a atenderlos, las mismas que están afectando toda la estructura organizacional de la empresa. Por eso y dándole la importancia al asunto se debe poner en práctica que la atención al cliente es lo principal dentro de todo negocio por más pequeño que sea, ya que si no brindas un servicio de calidad conducirá a una mala experiencia del consumidor, reducción de ventas y pérdidas de clientes, esto ocurre cuando una empresa no cumple las expectativas esperadas en términos de calidad de servicio, tiempo de respuesta y experiencia en general.

La atención al cliente es esencial para crecer como empresa, para posicionarse en el mercado captando y reteniendo clientes potenciales ya que es ahí donde se atrapa a los clientes, ya sea dándole una bienvenida de manera cordial, sonriéndole amablemente, escuchando sus necesidades, ofreciéndole lo disponible teniendo una corta conversación y cuando el cliente ya se haya decidido por algo, llevárselo en el tiempo adecuado tomando en cuenta que el cliente lo que busca es una buena atención y buen servicio.

Según lo observado y con ello analizando sobre las incorrectas actitudes de los colaboradores se puede constatar que el implementar capacitaciones para cada área de trabajo, estas podrían funcionar y así direccionarlos a un progreso constante dentro del servicio ofrecido, ya que de esta forma les permitirá a los empleados planear, mejorar y realizar de manera más eficiente sus actividades en colaboración con los demás integrantes de la empresa, de cierto modo motivarlos a ejercer de mejor manera cada una de sus funciones, por lo tanto es importante que en conjunto, establezcan un equipo de trabajo de alto rendimiento, consolidado para que puedan efectuar una labor profesional con los mejores conocimientos.

## Conclusiones

Los factores que inciden notoriamente en la satisfacción de los clientes en la ferretería JDF Los Chivitos son, la pérdida notable de clientes por insatisfacción en relación con el servicio que esta brinda, y como una de las consecuencias que esto ha generado, es la disminución de las ventas, mismas que no son elevadas, y razón por la cual la empresa no está reteniendo y captando clientes, no está empleando las correctas estrategias y que estas les permitan fidelizar a los clientes y que a su vez mejoren la satisfacción de los mismos.

La atención que se brinda a los clientes en la ferretería JDF Los Chivitos no es la adecuada, hay un amplio margen ya que no cumplen con los estándares de una atención de calidad, los colaboradores no responden positivamente a los clientes, no hay una buena recepción al mismo, carecen de cordialidad, no hay un abordamiento claro de como ejecutar las ventas, por lo general esperan que sea el cliente quien se acerque a exponer sus necesidades y requerimientos, no se aprovecha los momentos claves para hacer saber de las estrategias que se tienen en el almacén en el cual se les indique al cliente que existen descuentos o promociones, lo que es un incentivo para captar y retenerlos.

Además, los clientes no se sienten a gusto con el trato por lo que se evidencio que un porcentaje alto ha preferido no volver a comprar en la ferretería, y esto le ha otorgado a la competencia una clara ventaja, cuando los empleados no muestran la adecuada atención que se debería tener hacia los clientes estos por lo general expresan malos comentarios sobre el negocio lo que ocasiona pocas visitas por la mala publicidad y por ende bajan los niveles de ventas.

## Recomendaciones

Se recomienda a la propietaria de la Ferretería JDF Los Chivitos se informe acerca de las estrategias de atención al cliente que existen y así tomar la decisión de implementarlas dentro del negocio sean estas nuevas opciones de estrategias o mejorar las estrategias que por el momento están utilizando, debido a que siguen existiendo problemáticas en la empresa y los clientes indican que no se sienten cómodos con las actitudes que toman los colaboradores al momento de ser atendidos en la ferretería, por lo que creen deben utilizar nuevas estrategias que capten su atención y satisfagan sus necesidades.

Capacitar a los empleados de la ferretería JDF Los Chivitos, para de esta manera la atención que se ofrece sea un servicio de calidad, calidez y de excelencia, es importante que se reconozcan sus méritos día a día, conocer el nivel de satisfacción que tienen con la labor que cada uno desempeña, esto ayudara que en el momento que se brinda la atención al público se amplíe toda la información que los usuarios necesiten o requieran para de esta manera poder resolver sus dudas e inquietudes ya que estos pequeños cambios podrían motivar a los usuarios a seguir realizando sus compras en la ferretería.

Observar las compras que los clientes realizan, escuchar las sugerencias que estos tengan hacia el negocio, conocer los gustos y preferencias de los consumidores es tan importante para captar y retenerlos, indagar con cuales de los colaboradores de la empresa se siente a gusto y de esta manera poder crear un ambiente diferente y amigable, que se venda el producto o servicio con sus atributos y ventajas que este ofrece, para de esta forma el cliente se sienta diferente positivamente y especial con el servicio brindado y a su vez con estas estrategias se puede llegar a satisfacer a un público objetivo.

## Bibliografía

Gil López, J. (2020). *COMT004PO - Fundamentos de atención al cliente*. Editorial Elearning, S.L.

López Salas, S. (2020). *Atención al cliente, consumidor y usuario*. Editorial Paraninfo.

Lizano Flores, E., & Villegas Huamani, A. R. (2019). La satisfacción del cliente como indicador de calidad. (*Tesis de licenciatura*). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima. Obtenido de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/628122>

Noboa, C. A. (2022). Gestion de la calidad y la satisfaccion del cliente en la empresa Ceramicas y Mega AKABADOS EL DESCUENTO. *Tesis de Ingenieria comercial*. Facultad de Ciencias Politicas y Administrativas, Riobamba. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/8637/1/7>.

TESIS%20%20Cristian%20Alexander%20Noboa%20Silva.pdf

Gil López, J. (2020). *COMT004PO - Fundamentos de atención al cliente*. Editorial Elearning, S.L.

Jiménez Bucarey, C. G., Araya Castillo, L., & Rojas Vallejos, J. (2020). CALIDAD DE SERVICIO COMO ÁREA DE INVESTIGACIÓN EN EDUCACIÓN SUPERIOR. *Interciencia*, 45(7), 329-337. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/339/33963922006/html/>

Núñez Tobías, L. N., & Juárez Mancilla, J. (2018). Análisis comparativo de modelos de evaluación de calidad en el servicio a partir de sus dimensiones y su relación con la satisfacción del cliente. *Empresa, investigación y pensamiento crítico*, 49-59. doi:<http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2018.070133.49-59>

Centurion Espinoza, L. J. (2019). "Calidad de servicio y satisfacción de los clientes a partir de la revisión sistemática de 15 artículos, dados en los años 2006 y 2017". *Universidad*

Peiró, R. (10 de Noviembre de 2018). *Satisfacción del cliente*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/satisfaccion-del-cliente.html>

Silva Treviño, J. G., Macías Hernández, B. A., Tello Leal, E., & Delgado Rivas, J. G. (14 de Abril de 2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *Ciencia UAT*, 15(2). doi:<https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>

Alcaide Casado, J. (2016). *Fidelización de clientes*. ESIC.

García, J. E., Durán, S. E., Parra, M. A., & Márceles, V. S. (3 de Marzo de 2017). Dirección estratégica del talento humano para el fomento de valores en los cuerpos policiales venezolanos. *Revista Espacios*, 38(32), 16. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a17v38n32/a17v38n32p16.pdf>

Jiménez Bucarey, C. G., Araya Castillo, L., & Rojas Vallejos, J. (2020). CALIDAD DE SERVICIO COMO ÁREA DE INVESTIGACIÓN EN EDUCACIÓN SUPERIOR. *Interciencia*, 45(7), 329-337. Obtenido de

<https://www.redalyc.org/journal/339/33963922006/html/>

Núñez Tobías, L. N., & Juárez Mancilla, J. (2018). Análisis comparativo de modelos de evaluación de calidad en el servicio a partir de sus dimensiones y su relación con la satisfacción del cliente. *Empresa, investigación y pensamiento crítico*, 49-59. doi:<http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2018.070133.49-59>

Centurion Espinoza, L. J. (2019). "Calidad de servicio y satisfacción de los clientes a partir de la revisión sistemática de 15 artículos, dados en los años 2006 y 2017". *Universidad*

*Priada del Norte*. Obtenido de

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/22075/Centurion%20Espinoza%20Lenin%20Javier.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Mateos, d. P. (2019). *Atencion al cliente y calidad en el servicio*. COMM002PO. Málaga: IC Editorial.

López, J. V. (2020). *COMT004PO Fundamentos de atencion al cliente*. España: Editorial Elearning, S.L.,

Molinillo Jiménez, S. (2020). *Distribución comercial aplicada*. Madrid: ESIC, Editorial.

Aguirre, M. C. (2018). Proceso de la medicion del cliente. *Trabajo de seminario*. Facultad de Ciencias Economicas Universidad Nacional Tucuman, Tucuman. Obtenido de <http://repositorio.face.unt.edu.ar:8920/handle/123456789/70>

## Anexo 1

*Ficha de entrevista a la Propietaria de la Empresa “JDF LOS CHIVITOS”.*

ORDEN	PREGUNTA	DATOS RELEVANTES ENCONTRADOS
1	¿Cuánto tiempo lleva en el mercado la ferretería JDF Los Chivitos?	
2	¿Cómo está actualmente la situación económica de la empresa?	
3	¿Considera usted que los colaboradores de la ferretería brindan un buen servicio al cliente?	
4	¿Cómo maneja usted la situación actual de la empresa en cuanto a la pérdida de clientes?	
5	¿De qué manera usted capacita a sus empleados?	
6	¿Cómo es la evaluación de desempeño que usted aplica a sus empleados?	
7	¿Cómo mantiene motivado a sus empleados?	
8	¿Cómo usted trabajaría con su equipo de trabajo para mejorar la atención al cliente?	

**Fuente:** Entrevista realizada al propietario de la empresa “JDF LOS CHIVITOS”

**Autor:** Gabriela Elisseth López Moncerrate

## Anexo 2

Ficha de encuesta a los clientes

PREGUNTAS	OPCIONES
<b>1.- ¿Con que frecuencia usted visita la ferretería JDF Los Chivitos?:</b>	Nunca Casi Nunca Ocasionalmente Semanal Mensual
<b>2.- De acuerdo a su experiencia con los productos y servicio, indique el grado con el que la ferretería JDF Los Chivitos satisface sus necesidades</b>	Completamente satisface mis necesidades Satisface mis necesidades Poco satisface mis necesidades Muy poco satisface mis necesidades No satisface mis necesidades
<b>3.- ¿Existe una buena atención al cliente?</b>	Totalmente de acuerdo De acuerdo Neutral En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
<b>4.- Considera usted que el vendedor tarda en atender?</b>	Siempre Casi siempre Ocasionalmente Casi nunca
<b>5.- ¿Existen actos e inapropiados</b>	Nunca Siempre

**indisciplinaríos en sus visitas a la ferretería?**

Casi siempre

Ocasionalmente

Casi nunca

Nunca

**6.- ¿Cuál es el nivel de satisfacción o insatisfacción con la calidad del servicio que ofrece la ferretería JDF Los Chivitos?**

Totalmente satisfecho

Satisfecho

Algo satisfecho

Insatisfecho

Totalmente Insatisfecho

**7.- ¿Cuál es la probabilidad de que vuelva a comprar en la Ferretería JDF Los chivitos?**

Muy Probable

Probable

Neutro

Poco probable

Nada probable

**8.- ¿Recibe asesoramiento sobre los productos o servicios por parte del personal de la ferretería?**

Siempre

Casi siempre

Ocasionalmente

Casi nunca

Nunca

**9.- ¿Cuál es la probabilidad de que recomiendes JDF Los**

Ya los recomiendo

Muy probable

Probable

Poco probable

**Chivitos con tus amigos, conocido etc.?**

Nada probable

**10.- ¿En qué aspecto cree usted que debe mejorar la ferretería JDF Los Chivitos?**

Rapidez

Atención Al cliente

Entrega del producto al cliente

Modernidad

Otros



Baba, 7 de Septiembre del 2023

Magister.  
Eduardo Galeas Guijarro  
**DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA**  
En su despacho.

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos **Ferretería "JDF Los Chivitos"** del Cantón Baba, ubicado en el Recinto la Carmela.

Por medio de la presente me dirijo a usted para comunicarle que se ha **AUTORIZADO** a la estudiante **Gabriela Eliseth López Moncerrate**, de la carrera de comercio de la Facultad de Administración Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo, para que realice el estudio de caso con el tema: Satisfacción del cliente en la Ferretería "JDF Los Chivitos" periodo 2022, el cual es requisito indispensable para poder titularse.

Sin otro particular me suscribo de usted.

Atentamente,

JUANA  
PATRICIA  
BARBOTO ILER

Firmado digitalmente  
por JUANA PATRICIA  
BARBOTO ILER  
Fecha: 2023.09.07  
16:52:22 -05'00'

Sra. Juana Patricia Barboto Iler

120749543-1  
[pattybart92@gmail.com](mailto:pattybart92@gmail.com)  
0969153771



  
**RECIBIDO**  
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO  
SECRETARIA FAFI

08.09.23  
FECHA:

08:54  
HORA:



## REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES



**NÚMERO RUC:** 1207495431001  
**APELLIDOS Y NOMBRES:** BARBOTO ILER JUANA PATRICIA

**NOMBRE COMERCIAL:**  
**CLASE CONTRIBUYENTE:** OTROS  
**CALIFICACIÓN ARTESANAL:** S/N  
**OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** NO  
**NÚMERO:** Q17011INT010320  
18-RESUSP-  
2289914

**FEC. NACIMIENTO:** 11/06/1992  
**FEC. INSCRIPCIÓN:** 21/12/2017  
**FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:** 01/03/2018  
**FEC. INICIO ACTIVIDADES:** 21/12/2017  
**FEC. ACTUALIZACIÓN:** 13/07/2020  
**FEC. REINICIO ACTIVIDADES:** 13/07/2020

### ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL

VENTA AL POR MENOR DE ARTÍCULOS DE FERRETERÍA: MARTILLOS, SIERRAS, DESTORNILLADORES Y PEQUEÑAS HERRAMIENTAS EN GENERAL, EQUIPO Y MATERIALES DE PREFABRICADOS PARA ARMADO CASERO (EQUIPO DE BRICOLAJE); ALAMBRES Y CABLES ELÉCTRICOS, CERRADURAS, MONTAJES Y ADORNOS,

### DOMICILIO TRIBUTARIO

Provincia: LOS RIOS Canton: BABA Parroquia: BABA Numero: S/N Referencia: CIUADELA 9 DE NOVIEMBRE - DIAGONAL A LA CANCHA SINTETICA Email: pattybart92@gmail.com Celular: 0969153771

### OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

\* DECLARACIÓN DE IVA

*Son derechos de los contribuyentes: Derechos de trato y confidencialidad, Derechos de asistencia o colaboración, Derechos económicos, Derechos de información, Derechos procedimentales; para mayor información consulte en [www.sri.gov.ec](http://www.sri.gov.ec).  
Las personas naturales cuyo capital, ingresos anuales o costos y gastos anuales sean superiores a los límites establecidos en el Reglamento para la aplicación de la ley de régimen tributario interno están obligados a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE) y sus declaraciones de IVA deberán ser presentadas de manera mensual.  
Recuerde que sus declaraciones de IVA podrán presentarse de manera semestral siempre y cuando no se encuentre obligado a llevar contabilidad, transfiera bienes o preste servicios únicamente con tarifa 0% de IVA y/o sus ventas con tarifa diferente de 0% sean objeto de retención del 100% de IVA.*

### # DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS	1	ABIERTOS	1
JURISDICCIÓN	\ ZONA 5\ LOS RIOS	CERRADOS	0



Código: RIMRUC2020002304106

Fecha: 13/08/2020 10:15:07 AM



## REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES



**NÚMERO RUC:** 1207495431001  
**APELLIDOS Y NOMBRES:** BARBOTO ILER JUANA PATRICIA

### ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS

<b>No. ESTABLECIMIENTO:</b> 001	<b>Estado:</b> ABIERTO - MATRIZ	<b>FEC. INICIO ACT.:</b> 21/12/2017
<b>NOMBRE COMERCIAL:</b> FERRETERIA JDF LOS CHIVITOS	<b>FEC. CIERRE:</b> 28/02/2018	<b>FEC. REINICIO:</b> 24/01/2018

**ACTIVIDAD ECONÓMICA:**

VENTA AL POR MENOR DE ARTÍCULOS PARA EL HOGAR EN GENERAL.

VENTA AL POR MENOR DE ARTÍCULOS DE FERRETERÍA: MARTILLOS, SIERRAS, DESTORNILLADORES Y PEQUEÑAS HERRAMIENTAS EN GENERAL, EQUIPO Y MATERIALES DE PREFABRICADOS PARA ARMADO CASERO (EQUIPO DE BRICOLAJE); ALAMBRES Y CABLES ELÉCTRICOS, CERRADURAS, MONTAJES Y ADORNOS,

**DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:**

Provincia: LOS RIOS Canton: BABA Parroquia: GUARE Ciudadela: RECINTO LA CARMELA Calle: PRINCIPAL Numero: S/N Referencia: FRENTE A LA PILADORA LA CARMELA Email: pattybart92@gmail.com Celular: 0969153771 Email principal: pattybart92@gmail.com



Código: RIMRUC2020002304106

Fecha: 13/08/2020 10:15:07 AM

# Satisfacción del Cliente en la Ferretería JDF Los Chivitos del Cantón Baba, Periodo 2022

**2%**  
 Similitudes

**6%** Texto entre comillas  
 0% similitudes entre comillas  
**1%** Idioma no reconocido

Nombre del documento: Gabriela Eliseth Lopez Moncerrate.docx  
 ID del documento: 119287e7b0be2ca99d6fa78e4146c9ad6f9e6c99  
 Tamaño del documento original: 97,46 kB  
 Autor: Gabriela Lopez Moncerrate

Depositante: Gabriela Lopez Moncerrate  
 Fecha de depósito: 27/9/2023  
 Tipo de carga: url\_submission  
 fecha de fin de análisis: 27/9/2023

Número de palabras: 5421  
 Número de caracteres: 34.778

Ubicación de las similitudes en el documento:



## Fuentes

### Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 <a href="https://repositorioacademico.upc.edu.pe/">repositorioacademico.upc.edu.pe</a>   La satisfacción del cliente como indicador de c... <a href="https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/628122">https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/628122</a> 1 fuente similar	< 1%		📄 Palabras idénticas: < 1% (26 palabras)
2	 <a href="http://www.scielo.org.mx/">www.scielo.org.mx</a>   La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cli... <a href="https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S2007-78582021000100085">https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S2007-78582021000100085</a> 1 fuente similar	< 1%		📄 Palabras idénticas: < 1% (24 palabras)

### Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 <a href="http://dspace.utb.edu.ec/">dspace.utb.edu.ec</a>   Atención al cliente en la ferretería william lui de la parroquia ... <a href="http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/11770/3/E-UTB-FAFI-COM-000041.pdf.txt">http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/11770/3/E-UTB-FAFI-COM-000041.pdf.txt</a>	< 1%		📄 Palabras idénticas: < 1% (30 palabras)
2	 <a href="http://repositorio.puce.edu.ec/">repositorio.puce.edu.ec</a>   Diseño de un modelo de motivación para aumentar la s... <a href="http://repositorio.puce.edu.ec:80/xmlui/bitstream/22000/13665/3/Tesis%20Raquel%20Velasco.pdf.txt">http://repositorio.puce.edu.ec:80/xmlui/bitstream/22000/13665/3/Tesis Raquel Velasco.pdf.txt</a>	< 1%		📄 Palabras idénticas: < 1% (19 palabras)
3	 <b>Documento de otro usuario</b> #5ec1ac El documento proviene de otro grupo	< 1%		📄 Palabras idénticas: < 1% (17 palabras)
4	 <a href="http://www.revistaespacios.com/">www.revistaespacios.com</a>   Liderazgo Transformacional Como Estrategia de Adap... <a href="http://www.revistaespacios.com/a17v38n32/a17v38n32p16.pdf">http://www.revistaespacios.com/a17v38n32/a17v38n32p16.pdf</a>	< 1%		📄 Palabras idénticas: < 1% (14 palabras)
5	 <a href="http://dspace.utb.edu.ec/">dspace.utb.edu.ec</a> <a href="http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/11789/E-UTB-FAFI-COM-000057.pdf?sequence=1...">http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/11789/E-UTB-FAFI-COM-000057.pdf?sequence=1...</a>	< 1%		📄 Palabras idénticas: < 1% (13 palabras)

**Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas)** Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- 2  <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>
- 3  <https://www.revistaespacios.com/a17v38n32/a17v38n32p16.pdf>
- 1  <https://economipedia.com/definiciones/satisfaccion-del-cliente.html>
- 4  <http://repositorio.face.unt.edu.ar:8920/handle/123456789/70>

