



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA**  
**PROCESO DE TITULACIÓN**  
**JUNIO – OCTUBRE 2023**  
**EXAMEN DE GRADO O FIN DE CARRERA DE CARÁCTER COMPLEXIVO**  
**PRUEBA PRÁCTICA**  
**LICENCIADO EN COMERCIO**  
**PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE LICENCIADO EN COMERCIO**

**TEMA:**

**ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL ALMACÉN DE ROPA “DON PATO” DEL  
CANTÓN BABAHOYO, PERIODO-2022**

**EGRESADO:**

**LUIS ALBERTO VELÁSQUEZ MERELO**

**TUTOR:**

**ING. WASHINGTON ENRIQUE PAZMIÑO GAVILANEZ, MAE**

**BABAHOYO – LOS RÍOS – ECUADOR**

**AÑO 2023**

## INDICE GENERAL

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	1
OBJETIVOS .....	3
JUSTIFICACIÓN .....	4
LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN .....	5
MARCO CONCEPTUAL .....	6
MARCO METODOLÓGICO .....	18
RESULTADOS.....	20
DISCUSION DE RESULTADOS .....	28
CONCLUSIONES .....	30
RECOMENDACIONES .....	31
BIBLIOGRAFÍA .....	32
ANEXOS .....	35

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El presente estudio de caso se desarrolla en “Almacén Don Pato” que es un establecimiento comercial dedicado a la venta de ropa para niños, jóvenes, adultos, accesorios para bebés y otros artículos. Se encuentra ubicado en la ciudad de Babahoyo perteneciente a la provincia de Los Ríos, en las calles 27 de Mayo y 10 de Agosto. Actualmente cuenta con un Departamento de ventas, de cobro y Contabilidad. El negocio tiene 32 años de trayectoria, motivo por el cual, es muy reconocido en el mercado Babahoyense, debido a la variedad de productos que ofrece a su distinguida clientela.

En el almacén de ropa "Don Pato" ubicado en el cantón Babahoyo, se ha identificado una situación problemática relacionada con la atención al cliente, lo cual es un escenario que condiciona la satisfacción y la fidelidad de los consumidores. Entre los problemas identificados se pueden mencionar que la empresa carece de un personal capacitado en cuanto a relaciones humanas, lo cual imposibilita brindar una atención de calidad al cliente. En otras palabras, los empleados muestran pocas habilidades para interactuar de manera amable, respetuosa y proactiva con los compradores y visitantes del establecimiento. Esto se traduce en una experiencia poco satisfactoria para los clientes, quienes pueden sentirse ignorados o poco valorados durante su visita al almacén.

Según Bautista (2020) brindar un buen servicio al cliente es esencial en cualquier tipo de negocio, para esto es imprescindible que los empleados ofrezcan un buen trato a los clientes con respeto y cortesía en cada interacción. Un trato amable crea un ambiente positivo y propicia una buena experiencia para el cliente. Situación que no es posible en el establecimiento comercial estudiado, ya que su personal de ventas no se encuentra lo suficientemente capacitado para ofrecer un servicio de calidad y lograr que los compradores se encuentren satisfechos.

Otro de los hallazgos evidenciados en el almacén de ropa "Don Pato" se basa en el tiempo que transcurre para que el cliente sea atendido, lo cual es un aspecto que afecta la fidelidad de los clientes. Actualmente las instalaciones de la empresa son amplias y solo cuenta con 7 colaboradores en el área de ventas; motivo por el cual, en determinados las visitas de los compradores se incrementan, y no existe una disponibilidad idónea con respecto a los asesores comerciales, situación que deriva en un servicio al cliente deficiente y deterioro de la imagen institucional, situaciones que deben ser atendidas porque pueden afectar las relaciones comerciales con los clientes del almacén.

Cabe mencionar que otra de las situaciones identificadas en el Almacén Don Pato es que muchas veces a los clientes no se les responden preguntas o dudas sobre los productos que desean adquirir con detalle, dejándolos con inconformidad al no recibir la información requerida en el momento solicitado. Estos hallazgos revelan el inadecuado liderazgo y gestión de talento humano en la empresa objeto de estudio, debido a que la atención al cliente es un aspecto primordial en las actividades comerciales de una empresa, puesto que, si un cliente no logra la satisfacción deseada, difícilmente regresará a realizar otra compra. La situación identificada al mismo tiempo denota la ausencia de estrategias empresariales destinadas a mejorar el proceso de atención al cliente.

La inadecuada atención al cliente ha generado insatisfacción en los compradores, lo cual ha provocado que se inclinen por buscar productos en la competencia, situación que afecta la imagen de la empresa y su nivel de ventas; puesto que, ha perdido la oportunidad de obtener ingresos recurrentes de clientes leales y satisfechos. Por lo tanto, es necesario llevar a cabo la investigación para analizar el nivel de atención al cliente en el almacén "Don Pato" mediante el estudio del proceso de venta para mejorar la atención.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Analizar el nivel de atención al cliente en el Almacén Don Pato mediante el estudio del proceso de venta para mejorar la rentabilidad de la empresa.

### **Objetivos Específicos**

- Fundamentar teóricamente la importancia de la atención al cliente en el proceso de venta
- Identificar las principales debilidades en el proceso de atención al cliente en el almacén Don Pato de la ciudad de Babahoyo
- Determinar el grado de satisfacción al cliente en el almacén Don Pato de la ciudad de Babahoyo.

## JUSTIFICACIÓN

La presente investigación es importante porque la atención al cliente desempeña un papel crucial en la satisfacción del cliente y reputación del negocio. En un mercado competitivo, brindar una experiencia adecuada al cliente es esencial para mantener la fidelidad de los consumidores y aumentar las ventas; por tal razón es crucial, investigar y mejorar la atención al cliente del almacén de ropa "Don Pato", debido a que dicho escenario no solo afecta la percepción del negocio por parte de los clientes, sino que también influye en su disposición para regresar y recomendar el establecimiento.

El estudio se realiza con la finalidad de analizar el proceso de atención al cliente en el almacén Don Pato de la ciudad de Babahoyo, ya que esta abarca no solo la cortesía y la eficiencia del personal, sino también la organización del espacio, disponibilidad de productos, la capacitación, velocidad de servicio y otros aspectos; por lo tanto, es ideal identificar áreas de mejora y proponer soluciones concretas que ayuden a optimizar la experiencia del cliente y fortalecer la posición competitiva del negocio en el mercado local.

El desarrollo de la investigación es factible porque se tiene al alcance los recursos para llevar a cabo la misma, tales como: económicos, administrativos y humanos, los cuales son necesarios para un buen proceso investigativo, pero sobre todo se cuenta con la autorización de la empresa objeto de estudio. Los beneficiarios de la investigación son los administradores del almacén Don Pato de la ciudad de Babahoyo porque se busca estudiar las debilidades del establecimiento, lo cual representa un diagnóstico interno que ayudará a la gestión administrativa en la identificación de situaciones adversas y en la definición de estrategias de mejora.

## LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

### Línea de investigación

El presente estudio se relaciona con la línea de investigación Gestión Financiera, Administrativa, Tributaria, Auditoría y Control, debido a que la atención al cliente es una actividad fundamental en toda organización, que debe ser tomada en consideración por la gestión administrativa para brindar una experiencia óptima al mercado consumidor. Además, a través de una adecuada administración es posible garantizar la satisfacción de los consumidores y fidelización de los mismos.

La investigación se encuentra vinculada con la sublínea: empresas públicas y privadas, porque la atención al cliente tiene un impacto directo en la gestión comercial de cualquier negocio. Así mismo, las actividades comerciales representan un componente importante en la competitividad empresarial; motivo por el cual, el almacén Don Pato tiene que priorizar el cuidado de la imagen empresarial, donde se establezcan acciones de mejora en la experiencia del cliente.

Además, el estudio de caso titulado: Atención al cliente en el almacén de ropa “Don Pato” del cantón Babahoyo se encuentra articulado con el proyecto de prácticas pre profesionales cuyo nombre es: Aplicación de Procesos Administrativos o Comerciales en el Sector Público y Privado bajo supervisión Docente, en virtud de que se aplican los conocimientos teóricos adquiridos en la formación académica en el entorno empresarial, específicamente relacionados a los procesos administrativos o comerciales. De igual manera, se desarrollan de habilidades prácticas que sirven para la formación como futuro profesional.

## MARCO CONCEPTUAL

Almacén Don Pato es una empresa dedicada a la comercialización de prendas de vestir, calzados, artículos para bebés como corrales, cunas, triciclos, andadores, entre otros. Se encuentra ubicado en la Ciudad de Babahoyo, Provincia de Los Ríos entre las calles General Barona entre Eloy Alfaro y Rocafuerte, cuyo propietario es el Sr. Defaz Rodríguez Luis Javier. Es una empresa familiar que inició sus operaciones en el año 1998 debido a la necesidad de superación que tenía la familia Defaz. En la actualidad el establecimiento cuenta con tres departamentos: ventas, administración y contabilidad. Posee 7 colaboradores con la finalidad de abastecer la demanda de clientes que habitualmente recibe el establecimiento comercial.

Almacén Don Pato además de comercializar ropa de diferentes marcas, también cuenta con una marca propia, debido a que la empresa confecciona prendas de vestir para niños y adultos. En la actualidad cuenta con 2 establecimientos físicos, donde atiende a toda su distinguida clientela, aunque también comercializa sus productos a través de plataformas digitales como Facebook, Instagram, Tik Tok, entre otras y las entrega a diferentes lugares por medio de Servientrega dentro del territorio nacional como: Guayaquil, Milagro, Baba, Montalvo, Vinces, Manabí, Esmeraldas, Quito y demás ciudades.

La misión principal del Almacén Don Pato es ser reconocido a nivel local y provincial como una empresa que ofrece las últimas tendencias en prendas de vestir y productos de excelente calidad a precios asequibles y con un eficiente servicio al cliente para lograr su satisfacción. A pesar de que la empresa es reconocida en el sector y cuenta con una importante trayectoria, esta ha presentado una serie de inconvenientes relacionados a la atención al cliente, situación que ha afectado las relaciones comerciales y fidelidad del mercado consumidor del negocio.

La atención al cliente se refiere al conjunto de actividades destinadas a brindar un servicio de calidad para satisfacer las necesidades de los clientes. El éxito o el fracaso de un negocio depende en gran parte de este factor. Por esto es fundamental realizar acciones que permitan brindar una buena experiencia de calidad al comprador y el mismo repita su compra. Una buena atención es aquella en la cual se logra resolver cualquier duda o problema que tengan el cliente de manera inmediata y efectiva (Moreno, 2023). Por lo tanto, es elemental que en el Almacén Don Pato se brinde una atención de calidad para satisfacer plenamente a los clientes.

La atención al cliente es importante porque desempeña un papel crucial en la consecución de los propósitos de una empresa; además, establece la base de una relación sólida y duradera con los clientes. No solo crea una experiencia positiva para los consumidores, sino que también influye en su lealtad y disposición para volver a realizar una compra (Pérez, 2020). Por lo tanto, es necesario que la empresa estudiada, efectúe acciones que permitan brindar una eficiente atención que contribuya a mantener buena relación con las personas que visitan el establecimiento en busca de un producto.

Además, la atención al cliente desempeña un rol fundamental en las ventas, ya que cuando esta no es la apropiada, puede repercutir en los ingresos del negocio. Los clientes son considerados la razón de ser de la empresa, sin ellos no existen las ventas; motivo por el cual, es indispensable brindar una atención de calidad. Cuando la gestión comercial es correcta, no solo debe enfocarse en resolver problemas y proporcionar información, sino que también se pueden establecer conexiones emocionales, fomentar la confianza, aumentar la retención y lealtad, esto a su vez incrementa las ventas (Añarumba & Montaña, 2022). Por lo tanto, es muy importante que en almacén Don Pato se ejecute una atención al cliente de calidad para beneficiar las ventas y garantizar un óptimo crecimiento y sostenibilidad.

La satisfacción al cliente implica una serie de emociones que surgen en un individuo debido a la evaluación del valor que se percibe al utilizar un producto o servicio. En otras palabras, se refiere al grado y aprobación que tiene un cliente con respecto a la experiencia que ha tenido al adquirir un servicio. Por lo tanto, se encuentra determinada por la opinión del comprador, la cual depende de que si el servicio cumplió o no con sus expectativas; motivo por el cual, la satisfacción del cliente es importante porque puede influir en la lealtad hacia la empresa o la marca (Lucas, 2021).

Por lo tanto, se puede indicar que la satisfacción al cliente es un elemento significativo para mantener la fidelidad de los clientes y que los mismos tengan una apropiada imagen de la empresa. Por lo tanto, es relevante que los gestores administrativos de almacén Don Pato realicen las acciones pertinentes para que los clientes se sientan satisfechos con la atención y los productos adquiridos, lo cual ayudará a incrementar su rentabilidad.

De acuerdo con lo mencionado por Ospina (2020) la fidelidad del cliente trata de la tendencia que tiene una persona para seguir adquiriendo los productos o servicios de una empresa determinada. Esto involucra una conexión emocional y confianza hacia la marca, lo que lleva al cliente a preferir consistentemente esa marca sobre otras opciones disponibles. Por lo general esta suele ocurrir cuando el cliente ya ha tenido varias experiencias positivas con la empresa y por la buena atención que reciben, que hacen que este descarte a la competencia. Es decir que, para todo tipo de organización por muy pequeña que sea es indispensable que brinde una óptima experiencia de compra al cliente con la finalidad de asegurar su lealtad.

Es así que, los problemas de atención al cliente que acontecen en el almacén Don Pato repercute negativamente en la fidelidad de los clientes y en la imagen empresarial, puesto que la percepción que poseen sobre el servicio prestado por los colaboradores no satisface sus necesidades; motivo por el cual, acuden a otros establecimientos, donde puedan sentirse cómodos con la atención prestada.

Según Ramos & Valle (2020) la imagen empresarial se refiere a la percepción que tienen los consumidores con respecto a una empresa y sus productos o servicios. Esta se forma a partir de las experiencias que tenga el cliente cuando demanda algún producto y si este satisface o no sus necesidades. Es muy importante ya que una buena imagen genera varias ventajas tales como: diferenciarse de la competencia, fidelización de los clientes y establecer relación directa con el consumidor.

Por lo tanto, las debilidades que posee la empresa estudiada con respecto a la atención al cliente puede afectar la imagen de la empresa, debido a que una mala experiencia es suficiente para que el cliente no vuelva a adquirir los productos que ofrece el almacén. Motivo por el cual, es necesario que en las organizaciones se brinde una óptima atención con la finalidad de que los clientes tengan una buena percepción de la empresa.

Una ventaja competitiva es el valor que una empresa es capaz de crear para sus clientes y que la diferencia de las demás. Es decir que, se refiere a algún atributo o características que haga que se torne más competitiva que el resto. Esto ayudará a que la empresa sea reconocida en el mercado y es un indicador de que la gestión administrativa está manejando apropiadamente los recursos que tiene a su disposición (Chuquimarca et al., 2019). Por lo tanto, si existen problemas de atención en el almacén Don Pato, aquello limita el desarrollo de una ventaja competitiva, impidiendo que la empresa sea líder en el sector donde se desenvuelve.

El posicionamiento competitivo se refiere al lugar que una marca ocupa en la mente del consumidor. Este recurso permite a la organización tener una imagen propia que es indispensable para diferenciarse de la competencia. Su propósito es crear una impresión distintiva y beneficiosa en la mente de los consumidores. Esto implica identificar atributos, o beneficios únicos que diferencian a la empresa o producto de los demás competidores (Chacón , 2019). Sin embargo, la presencia de dificultades en la relación comercial con los clientes, representa un aspecto que condiciona la posición competitiva del negocio.

El nivel de ventas es un indicador que muestra la cantidad de productos vendidos por la empresa en un periodo de tiempo determinado. Es un mecanismo muy importante para determinar la salud de todo tipo de negocios, ya que contribuye a analizar el desempeño financiero y la posición en el mercado. Este nivel puede variar debido a varios factores como las estrategias de marketing implementadas, atención prestada al cliente, demanda de mercado, calidad de los productos o servicios, competencia, entre otros (Zapata , 2019). Es decir que, la atención al cliente puede ser un factor que incide en el nivel de ventas de una empresa, puesto que una inadecuada atención no permite la fidelización de los clientes y que estos demanden frecuentemente los productos afectando negativamente el nivel de ventas y por ende el crecimiento de la organización.

La presencia de problemas relacionados con la atención al cliente representa que el liderazgo interno de la empresa no prioriza que el talento humano cuente con todas las habilidades para realizar un proceso comercial efectivo. Además, demuestra que la gestión organizacional no ha implementado acciones que permitan gestionar de forma adecuada las actividades comerciales. Según Alvarez (2019):

El liderazgo es la habilidad que posee una empresa para influir en los demás y alcanzar los objetivos. Por medio de un buen liderazgo es posible sacar el máximo potencial de los colaboradores con la finalidad de satisfacer las necesidades de la empresa. Es decir que el liderazgo en el ámbito empresarial es la destreza de un individuo para encabezar, orientar y ejercer influencia sobre las acciones y labores de terceros con el fin de conseguir los objetivos corporativos. (pág.59)

Por lo tanto, las diversas dificultades que enfrenta almacén Don Pato se debe a la ausencia de un apropiado liderazgo por parte de sus administradores. Una gestión sólida es clave para el éxito de las organizaciones. Es indispensable que en la empresa estudiada exista un liderazgo efectivo donde se motive a los colaboradores a alcanzar las metas del negocio y a brindar una buena atención al cliente. Los líderes inspiran y motivan a los empleados, creando un ambiente en el que se sientan valorados y comprometidos con el éxito de la organización. Coronel (2021) con respecto al liderazgo empresarial indica que:

Es muy importante porque permite llevar a la organización hacia el éxito, en virtud de que ayuda a establecer una visión estratégica, inspirar a los empleados, tomar decisiones informadas, fomentar la innovación y crear una cultura positiva. Un liderazgo efectivo contribuye a un ambiente de trabajo productivo, un crecimiento sostenible y una ventaja competitiva en el mercado. (pág.25)

La calidad de servicio al cliente es la medida en que una empresa cumple con las expectativas y necesidades de sus clientes. Es un elemento para construir una reputación sólida, fomentar la lealtad del cliente, aumentar la satisfacción y generar recomendaciones. Las empresas exitosas se esfuerzan por brindar un alto nivel de calidad de servicio al cliente como parte integral de su estrategia empresarial. Es un recurso muy importante porque de ella depende que la empresa forje una relación sólida y duradera con el cliente (González, 2020).

Por lo tanto, es crucial que en el almacén Don Pato exista calidad en el servicio cuando un cliente acude a las instalaciones, con el fin de satisfacer sus expectativas y estos repitan sus compras. No obstante, en determinados momentos no se logra dicho cometido. Para que los consumidores tengan una buena percepción del servicio es esencial que reciban un buen trato, que se interactúe con ellos de manera cortés y demostrando conocimiento sobre los productos.

Un negocio para lograr éxito y sostenibilidad dentro de un mercado debe realizar una gestión adecuada, para ello, tiene que emplear eficazmente el proceso administrativo, el cual consta de planificar, organizar, direccionar y controlar las actividades con el objetivo de alcanzar metas y objetivos establecidos. Según González et al. (2020) la gestión administrativa es responsabilidad de los directivos o personal de mayor rango en una empresa o negocio, puesto que son quienes supervisan las actividades de la organización, garantizan la adecuada utilización de los recursos y toma de decisiones; así como aseguran la eficacia en la circulación de información.

Las fases de la administración son: planificación, esta fase implica un diagnóstico, la definición de objetivos, metas y estrategias para guiar las acciones futuras de una empresa. Se identifican los recursos necesarios, se establecen plazos y se desarrollan planes detallados para alcanzar los objetivos establecidos. De igual manera, la organización, se centra en la asignación de tareas y responsabilidades a las personas y se crean estructuras organizativas que permitan una coordinación eficiente de las actividades. Además, se establecen relaciones de autoridad y se definen las jerarquías y canales de comunicación para que las actividades se trabajen con sinergia (Mero, 2018).

De acuerdo a Mero (2018) otras de las fases de la administración es la dirección, esta fase implica guiar y motivar a los miembros del equipo para que trabajen juntos hacia la consecución de los objetivos, correcta toma de decisiones, comunicación efectiva, resolución de conflictos y la supervisión de las actividades. Mientras que, en la fase de control se monitorean y evalúan las actividades en curso para asegurar que se estén cumpliendo los objetivos y los planes establecidos en la organización. Además, se comparan los resultados reales con los previstos y se toman medidas correctivas de ser necesario para garantizar el éxito de la empresa.

En el almacén Don Pato no se evidencia una gestión administrativa efectiva, donde se priorice el cumplimiento del proceso administrativo, puesto que se ha evidenciado que las fases de dirección y control no se gestionan de manera correcta. Por ejemplo, en la función dirección, los encargados del establecimiento o negocio no guían al personal para que las actividades se efectúen idóneamente, de manera que se alcancen los propósitos establecidos en cuanto a la atención al cliente. Mientras que en la fase control, los gestores no realizan un seguimiento o control a los asesores comerciales para verificar si la atención que les brindan a los clientes cumple sus expectativas.

El diagnóstico situacional en todas las empresas independientemente de su tamaño es esencial para comprender su situación actual, tomar decisiones informadas, planificar estratégicamente, mejorar su desempeño a lo largo del tiempo, entre otras ventajas que pueden ayudar al aumento de las ventas y crecimiento empresarial. Según Huilcapi & Gallegos (2020) el diagnóstico es una herramienta que proporciona información sobre una problemática o necesidad, la cual ayudará a optimizar los procesos y mejorar la eficacia de la gestión, dando como resultado una atención al cliente más destacada y en la detección de recursos disponibles, defectos estratégicos y operativos, así como oportunidades y amenazas en el entorno.

El mismo autor indica que una de las herramientas más utilizadas en las empresas para el diagnóstico es el análisis FODA:

Herramienta que permite identificar oportunidades y amenazas que se encuentran fuera de la organización, mientras que las debilidades y fortalezas se reconocen dentro de la misma. Al combinar estos elementos, se generan estrategias destinadas a abordar los diversos problemas presentes en cada componente. Este proceso permite a las empresas tomar decisiones y dirigir sus acciones hacia la resolución efectiva de desafíos, aprovechando oportunidades y mitigando amenazas, con el fin de potenciar su desarrollo y competitividad. (Huilcapi & Gallegos, 2020, pág. 21)

En el almacén Don Pato no se han aplicado herramientas de gestión para determinar debilidades que puedan afectar el negocio de cierta manera, especialmente las relacionadas con la atención al cliente. Una de ellas es el FODA, es uno de los instrumentos más conocidos y aplicados en el mundo empresarial, independientemente del sector o tamaño de la empresa. Por lo tanto, el no realizar un diagnóstico de la situación actual del negocio, puede incrementar los inconvenientes en cuanto a las debilidades de gestión comercial, ya que los gestores del establecimiento no tendrán el conocimiento necesario de los problemas que aquejan a los clientes cuando son atendidos por los diferentes asesores comerciales.

La gestión del talento humano es el conjunto de políticas y prácticas esenciales para supervisar los puestos gerenciales vinculados a individuos o recursos, implementando procesos como el reclutamiento, la selección, la formación, las recompensas y la evaluación del rendimiento. Además, implica adoptar un enfoque directivo estratégico con el fin de lograr la máxima generación de valor para la organización. Esto se logra mediante una serie de acciones para asegurar que la empresa tenga el nivel adecuado de conocimientos, capacidades y habilidades para obtener los resultados necesarios (Jara et al., 2018).

La inadecuada atención al cliente dentro del Almacén Don Pato se puede atribuir a la ineficiente gestión del personal encargado del talento humano, al no enfocarse en la implementación de actividades que ayuden a fortalecer las habilidades de ventas y atención de los asesores comerciales para que puedan cubrir las expectativas de los clientes y mejorar las experiencias de compra. Dicha situación evidencia el poco interés por el personal de la empresa en mejorar su gestión y en erradicar los inconvenientes que se generan respecto a la atención que se le brinda al cliente. De acuerdo con Jara et al. (2018) la capacitación es:

La capacitación es un proceso organizado y sistemático que busca optimizar el desempeño y comportamiento de las personas con el propósito de alcanzar los objetivos de la organización. La capacitación se constituye en un proceso de aprendizaje que incide en la modificación del comportamiento individual, la cual se logra a través de cuatro categorías de cambios: trasmisión de conocimientos, fortalecimiento y desarrollo de habilidades, cambios de actitudes y consolidación de conceptos. (pág.743)

El reclutamiento y la selección son dos procesos clave en la gestión del talento humano de una organización, específicamente en el ámbito de la contratación de nuevos empleados. Aunque están relacionados, tienen funciones distintas y contribuyen a la conformación de un equipo de trabajo efectivo y adecuado para las necesidades de la empresa. El reclutamiento, es el proceso de difusión y presentación de oportunidades laborales por parte de la empresa en el mercado para atraer a los posibles candidatos a participar en el proceso de selección. Mientras que la selección, se refiere a la elección de los candidatos más adecuados para incorporarse a la organización (Jara et al.,2018).

La ineficiente gestión por parte del personal encargado del talento humano en el almacén Don Pato, no solo implica la formación de los colaboradores en temas relevantes y necesarios para alcanzar las metas, sino incorporar nuevo personal a la empresa; sin embargo, esto no ocurre de manera adecuada en el establecimiento comercial debido a que no existe un proceso óptimo de selección y reclutamiento de talento humano, acciones que limita al negocio a contar con asesoras comerciales calificados en relaciones humanas; es decir, en atención al público o cliente. Por tal razón, es indispensable que la empresa mejore este aspecto, ya que tener personal idóneo ayuda a mejorar las ventas e imagen y a brindar una atención acorde a las expectativas de los clientes. Según Londoño (2023) son:

Las expectativas son un conjunto dinámico de percepciones, anhelos y proyecciones que los clientes desarrollan en relación con las interacciones con una empresa. Estas expectativas pueden surgir de un análisis y una investigación minuciosa, mientras que otras están relacionadas con aspectos emocionales o respuestas más espontáneas. Además, las expectativas son los deseos, aspiraciones o anhelos que no están vinculados a la presencia de un problema y tienen la capacidad de variar de un momento a otro; es decir, pueden estar influenciados por el estado de ánimo del cliente. (párr.3)

Las expectativas de los clientes desempeñan un rol fundamental en cualquier empresa, es por ello, que cuando los clientes tienen expectativas elevadas, es importante que las compañías puedan estar a la altura de estas para proporcionar una experiencia positiva al cliente. Cuando existe una gestión eficaz en cumplir las expectativas de los clientes puede influir significativamente en la reputación de la empresa, la satisfacción del cliente y en el aumento de las ventas (Londoño, 2023). Sin embargo, el contexto descrito no ocurre de manera satisfactoria en Almacén Don Pato debido a que los clientes no han tenido una buena experiencia de compra, al no recibir una atención de calidad por parte de los asesores.

Las estrategias empresariales son un conjunto de acciones y actividades específicas que la empresa llevará a cabo para cumplir con estos objetivos, considerando los recursos humanos, físicos y financieros necesarios para su ejecución. Además, la estrategia empresarial implica la selección de los métodos y herramientas que se utilizarán para supervisar y controlar las actividades en curso, asegurando su alineación con la dirección establecida. Esta dirección puede abarcar tanto el corto como el largo plazo. Las estrategias deben guiar a la empresa en el desarrollo de sus competencias fundamentales para superar obstáculos y desafíos que puedan surgir, asegurando de esta manera que los objetivos sean alcanzados (Eyzaguirre, 2019).

En función de lo descrito, se puede decir que toda empresa o negocio debe implementar estrategias direccionadas a lograr diferentes propósitos. Pese a la importancia que representa las estrategias en las empresas, Almacén Don Pato le ha dado poca relevancia, ya que no ha implementado dichas acciones para conocer la percepción de los clientes sobre la atención de los asesores comerciales con el objetivo de mejorar la gestión comercial. Dicho contexto se argumenta por la ausencia de un buzón de sugerencias y endeble control por parte de los supervisores cuando existe afluencia de clientes.

La percepción de los clientes son las impresiones, opiniones y creencias que los clientes tienen sobre una marca, producto, servicio o experiencia en particular. Las percepciones tienen un papel crucial al ser consideradas como un aspecto significativo, ya que sus creencias guían sus acciones, las cuales impactan directamente en la organización. Esta influencia se refleja en la generación de opiniones positivas o negativas que pueden afectar los resultados esperados. Reconocer la importancia de las percepciones se vuelve esencial para gestionar eficazmente la imagen y el éxito de la organización. (Coello, 2019, pág. 3)

## MARCO METODOLÓGICO

El marco metodológico del estudio de caso cuenta con un enfoque investigativo de carácter cuantitativo, debido a que a cada uno de los hallazgos encontrados son cuantificados, lo cual facilita la presentación y análisis de los resultados. Es importante mencionar que el enfoque cuantitativo permitió caracterizar los principales aspectos evaluados con respecto al proceso de atención al cliente en el Almacén Don Pato de la ciudad de Babahoyo.

En el presente estudio de caso se desarrolló una investigación documental, debido a que se efectuó la revisión bibliográfica de libros, artículos científicos, sitios web oficiales y demás fuentes de información, lo cual permitió obtener el sustento informativo de la investigación. También se aplicó una investigación de campo, debido a que se visitó las instalaciones del Almacén Don Pato, para aplicar la recolección de información relacionada con la atención al cliente; es decir, se mantuvo contacto directo con las unidades de análisis.

El método empleado es el inductivo, debido a que se efectuó un análisis particular de cada uno de los hallazgos identificados. Mientras que la técnica aplicada es la encuesta, la cual está conformada por un cuestionario de 8 preguntas, las cuáles evalúan aspectos ligados con el proceso de atención al mercado consumidor, tales como: actitud del vendedor, apariencia del asesor, fidelización y grado de satisfacción del cliente.

La población del estudio de caso son todos los clientes del Almacén Don Pato; motivo por el cual, se efectuó un muestreo probabilístico para definir la muestra. Para conocer la población se indagó sobre el promedio de visitas diarias de clientes, donde se determinó que aproximadamente son 50 personas quienes visitan el local y efectúan una compra, lo cual da un total de 1500 clientes por mes. Una vez establecida la población se aplica una fórmula estadística para definir la muestra, obteniendo como unidades de análisis a 306 personas.

## Cálculo de la Muestra

$$\text{Población Finita} \quad \mathbf{n} = \frac{N * Z^2 * P * q}{e^2 (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

N= Total de la población (1500 clientes regulares en el mes)

Z= 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

p = proporción esperada (en este caso 5% = 0,05)

q = 1-p (en este caso 1-0.05= 0.05)

e = precisión (5%)

$$\mathbf{n} = \frac{1500 * 1.96^2 * 0.05 * 0.05}{0.05^2 (1500 - 1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.05}$$

$$\mathbf{n} = \frac{1500 * 3.92 * 0.05 * 0.05}{0.0025 (1499) + 3.92 * 0.05 * 0.05}$$

$$\mathbf{n} = 306$$

## RESULTADOS

A continuación, se detallan los hallazgos más relevantes de la encuesta aplicada a los clientes de Almacén Don Pato de Babahoyo.

### 1. ¿Cuándo Ud. visita el almacén los colaboradores han resultado sus dudas con empatía?

**Tabla 1**

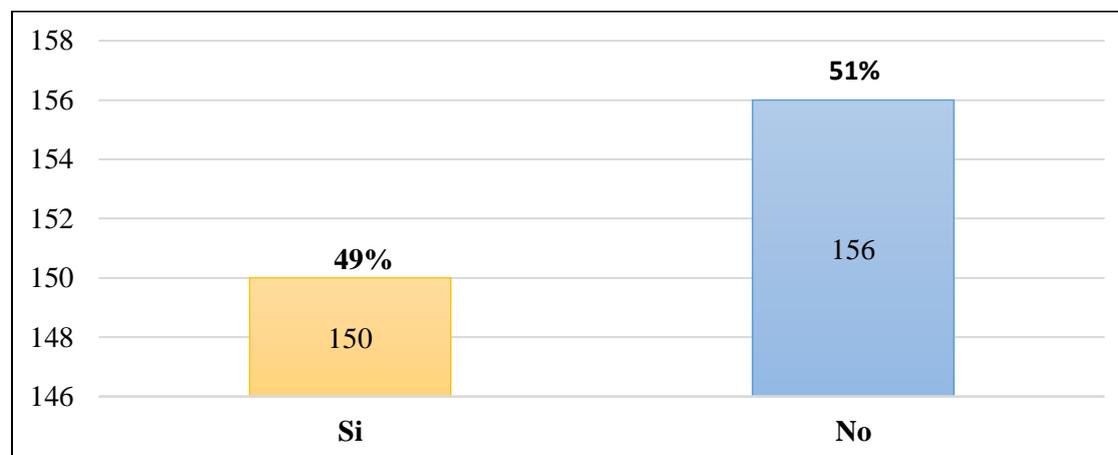
*Solución a dudas de los clientes*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	150	49%
No	156	51%
<b>Total</b>	<b>306</b>	<b>100%</b>

Fuente: Almacén Don Pato

**Gráfico 1**

*Solución a dudad de los clientes*



Fuente: Almacén Don Pato

### Análisis

La encuesta aplicada a los clientes permitió determinar que, el 51% de los encuestados indicaron que al visitar el almacén los colaboradores no les han resultado sus dudas con empatía, mientras que el 49% restante expresaron que si se les han aclarado sus preguntas o dudas. Los resultados evidencian que el personal del almacén no tiene la mejor predisposición para atender a los clientes, más aún con aquellos que les gusta conocer detalles de los productos o compras.

## 2. ¿Los colaboradores del local muestran habilidades para interactuar de manera amable, respetuosa y proactiva con los clientes?

**Tabla 2**

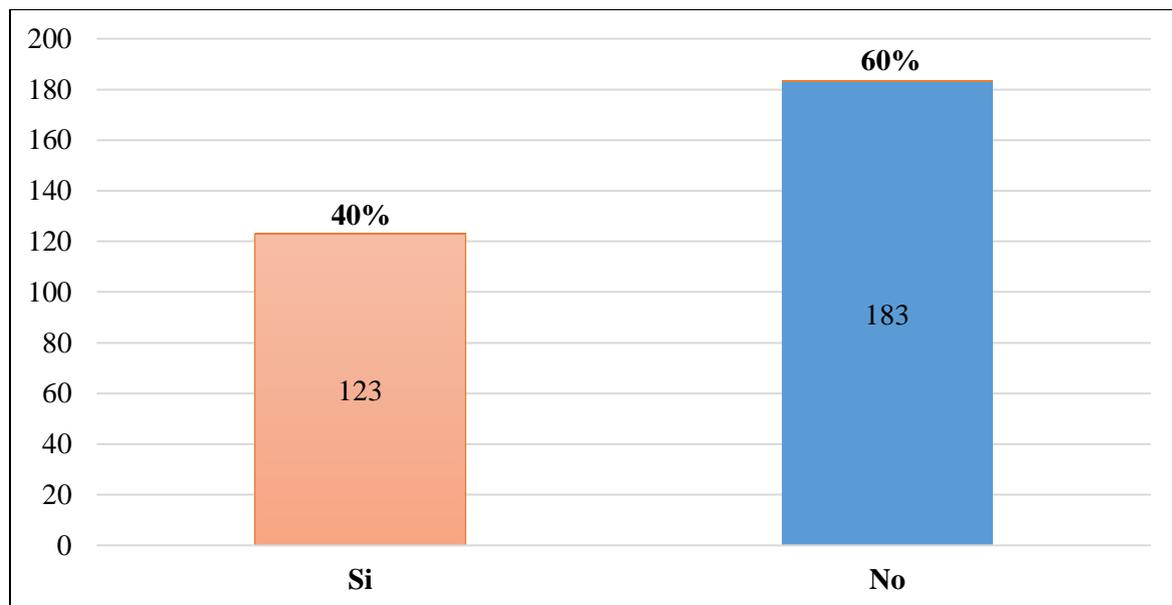
*Interacción adecuada por parte de los colaboradores*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	123	40%
No	183	60%
<b>Total</b>	<b>306</b>	<b>100%</b>

Fuente: Almacén Don Pato

**Gráfico 2**

*Interacción adecuada por parte de los colaboradores*



Fuente: Almacén Don Pato

### **Análisis**

El gráfico 2 permite observar que el 60% de los encuestados pensaron que los colaboradores del local no muestran habilidades para interactuar de manera amable, respetuosa y proactiva con los clientes, mientras que el 40% restante no cree lo mismo. La información indica que la mayoría de clientes en ciertos momentos no han recibido una atención adecuada, debido a que el personal no ha tenido las destrezas necesarias para mantener una buena comunicación con ellos.

**3. ¿Considera que el almacén Don Pato debe indagar más sobre los gustos y preferencias de los clientes?**

**Tabla 3**

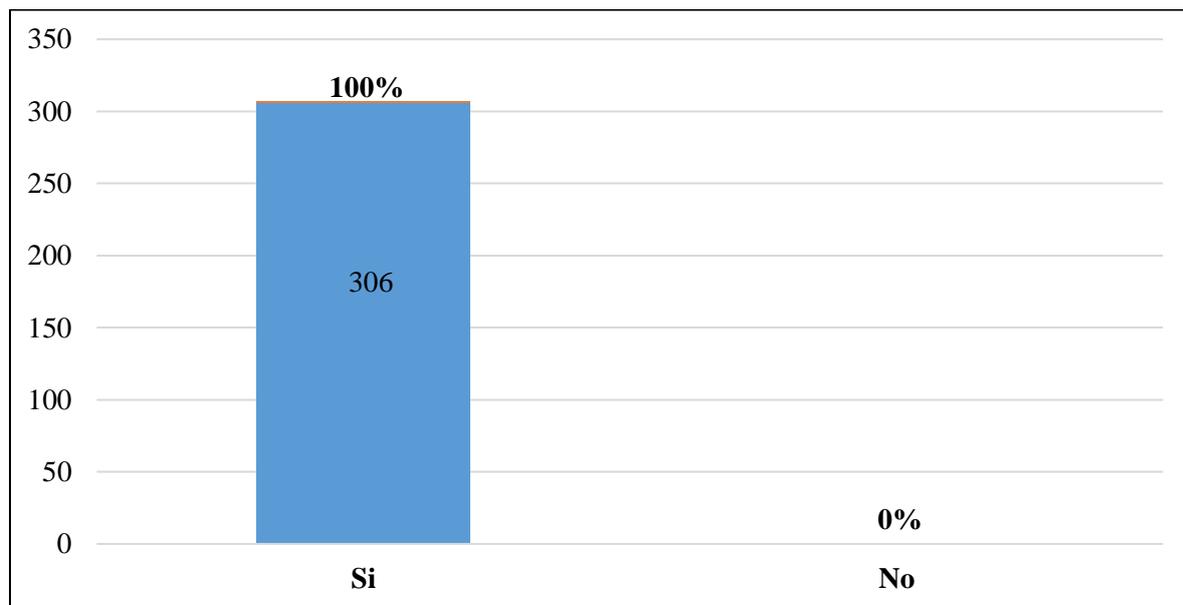
*Análisis de los gustos y preferencias*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	306	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>306</b>	<b>100%</b>

Fuente: Almacén Don Pato

**Gráfico 3**

*Análisis de los gustos y preferencias*



Fuente: Almacén Don Pato

**Análisis**

La encuesta aplicada a los clientes de Almacén Don Pato de la ciudad de Babahoyo, permito determinar que, la totalidad de encuestados consideraron que el almacén debe indagar más sobre los gustos y preferencias de los clientes. Esto indica que el establecimiento no realiza investigaciones de mercados, aplica instrumentos de investigación o estrategias para conocer las preferencias o sugerencias de los clientes, lo cual se constituye en un aspecto negativo, ya que no podrá satisfacer la demanda de determinado público.

**4. ¿Considera que el personal del almacén está completamente capacitado para brindar un buen servicio?**

**Tabla 4**

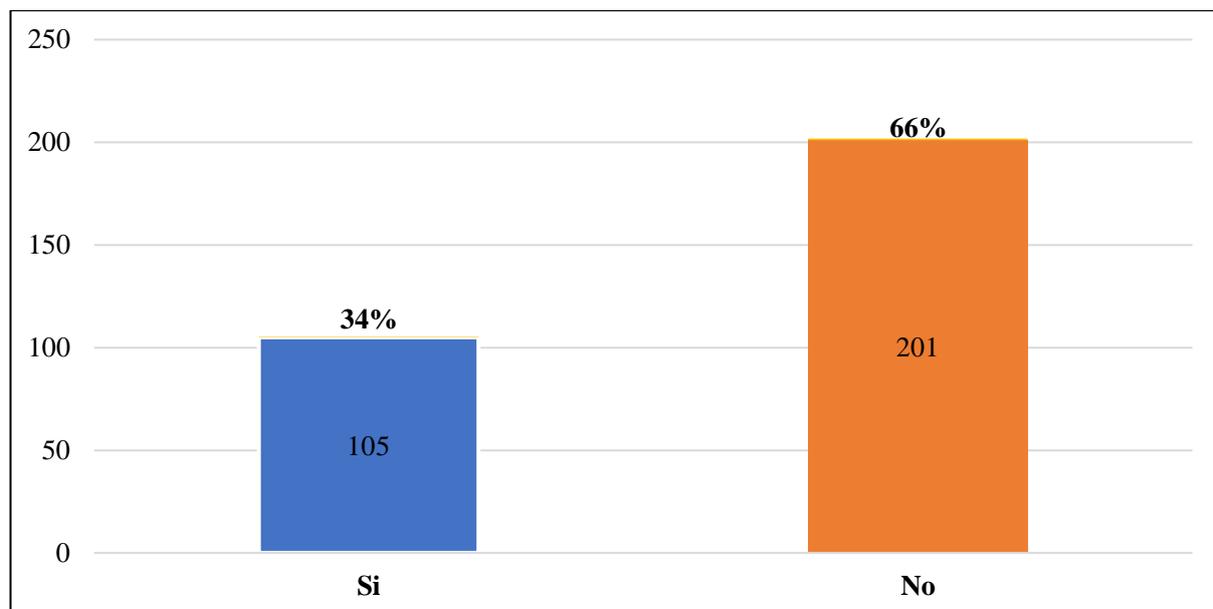
*Personal capacitado*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	105	34%
No	201	66%
<b>Total</b>	<b>306</b>	<b>100%</b>

Fuente: Almacén Don Pato

**Gráfico 4**

*Personal capacitado*



Fuente: Almacén Don Pato

**Análisis**

El gráfico 4 permite observar que el 66% de los encuestados consideraron que el personal del almacén no está completamente capacitado para brindar un buen servicio, mientras que el 34% dijeron que si está capacitado. Por lo tanto, la mayoría de clientes piensan que los colaboradores del almacén no tienen una formación específica en temas relacionados a la atención al cliente, debido al trato que pudieron haber recibido en determinadas ocasiones.

## 5. Según su percepción ¿Cuál es el grado de satisfacción que posee con la atención percibida?

**Tabla 5**

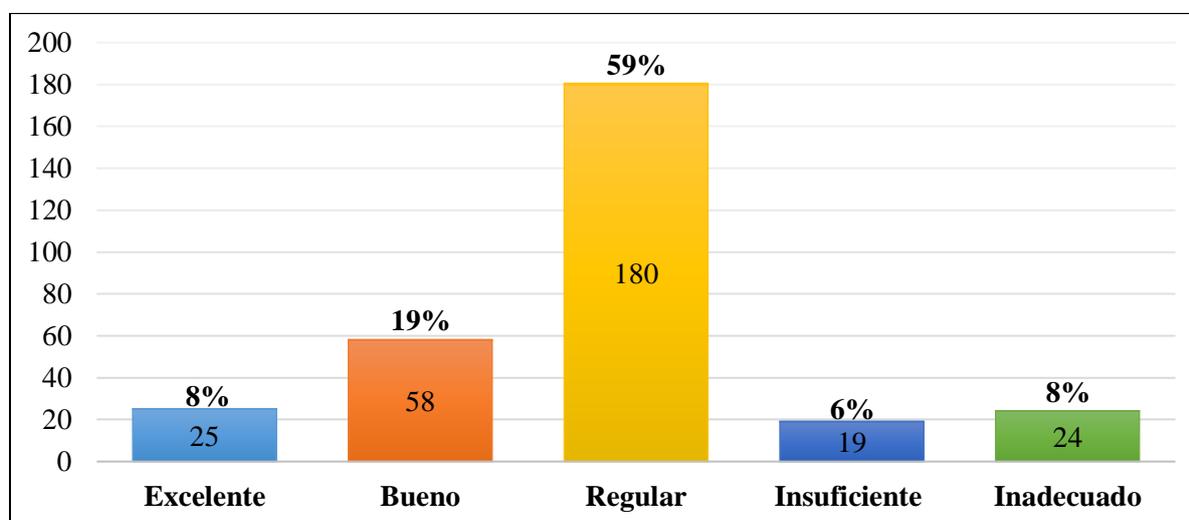
*Grado de satisfacción por la atención percibida*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	25	8%
Bueno	58	19%
Regular	180	59%
Insuficiente	19	6%
Inadecuado	24	8%
<b>Total</b>	<b>306</b>	<b>100%</b>

Fuente: Almacén Don Pato

**Gráfico 5**

*Grado de satisfacción por la atención percibida*



Fuente: Almacén Don Pato

### **Análisis**

La encuesta dirigida a los clientes permitió conocer que el 59% de las personas consideraron en que el grado de satisfacción que posee con la atención percibida es regular, 19% dijeron bueno, 8% excelente, 8% inadecuado y 6% restante mencionaron insuficiente. Estos resultados evidencian que los clientes tienen un grado de satisfacción con tendencia negativa, lo cual se debe al trato que en algún momento pudieron recibir por parte del personal del almacén.

## 6. ¿Cree que la imagen que proyectan los empleados es la indicada?

**Tabla 6**

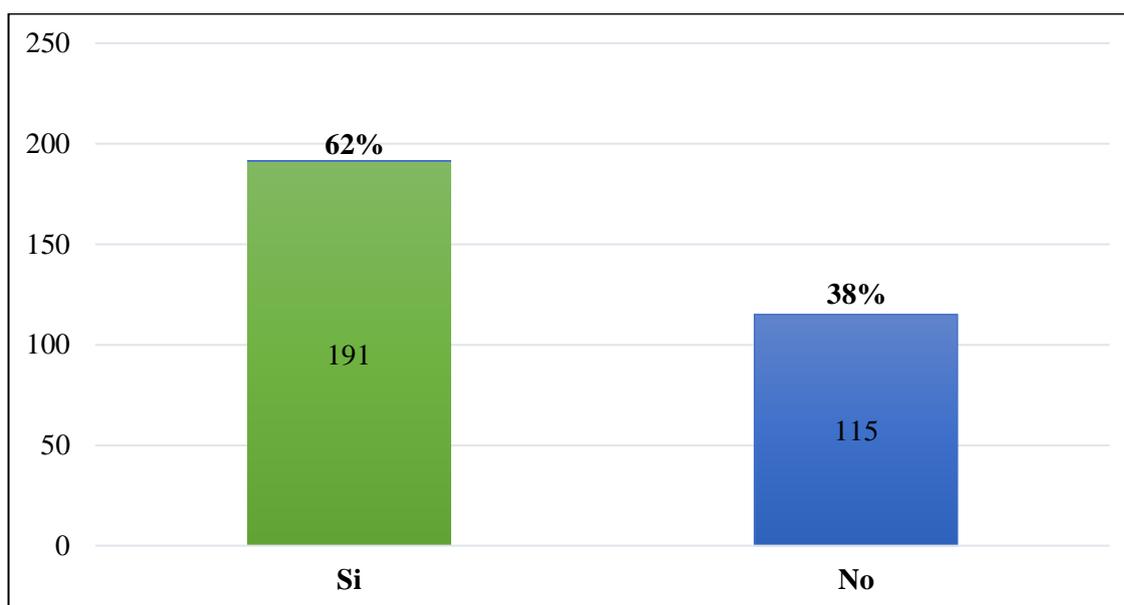
*Imagen proyectada por los colaboradores*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	191	62%
No	115	38%
<b>Total</b>	<b>306</b>	<b>100%</b>

Fuente: Almacén Don Pato

**Gráfico 6**

*Imagen proyectada por los colaboradores*



Fuente: Almacén Don Pato

### **Análisis**

Mediante la encuesta realizada a los clientes de Almacén Don Pato se logró identificar que, el 62% de los encuestados consideraron que la imagen que proyectan los empleados es la indicada, mientras que el 38% restante de las personas indicaron que no es la más idónea. Por lo tanto, se puede decir, que en determinados momentos los colaboradores no han brindado un trato adecuado a los clientes, generándoles una experiencia de compra poco satisfactoria, lo cual se constituye en un aspecto negativo para el almacén ya que el cliente no puede regresar.

## 7. ¿Volvería a visitar el Almacén Don Pato para adquirir sus productos?

**Tabla 7**

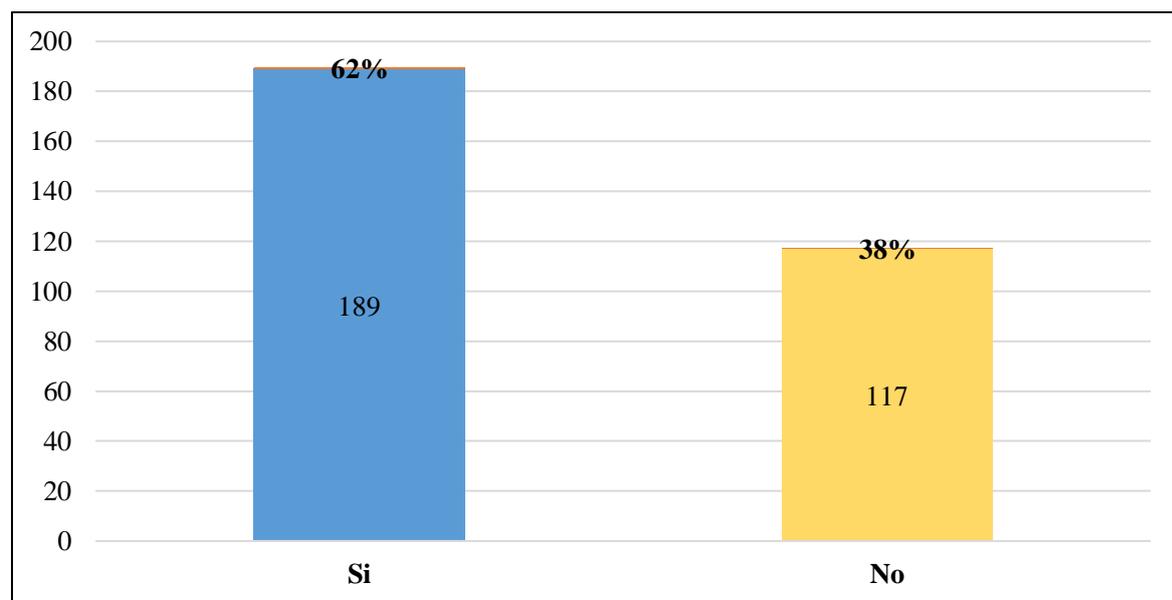
*Nueva visita al establecimiento comercial*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	189	62%
No	117	38%
<b>Total</b>	<b>306</b>	<b>100%</b>

Fuente: Almacén Don Pato

**Gráfico 7**

*Nueva visita al establecimiento comercial*



Fuente: Almacén Don Pato

### Análisis

Como se puede observar en el gráfico 7, el 62% de los encuestados expresaron que volverían a visitar el Almacén Don Pato para adquirir sus productos, mientras que el 38% restante mencionaron que no regresarían a comprar. Los datos revelan que la mayoría de clientes volverían a comprar en el establecimiento, posiblemente por la ropa y productos que venden, porque le dan poca importancia al trato brindado por el personal o simplemente no han tenido experiencias de compras malas que les impida regresar.

**8. ¿Considera que la atención brindada al cliente por parte de los colaboradores del almacén es buena?**

**Tabla 8**

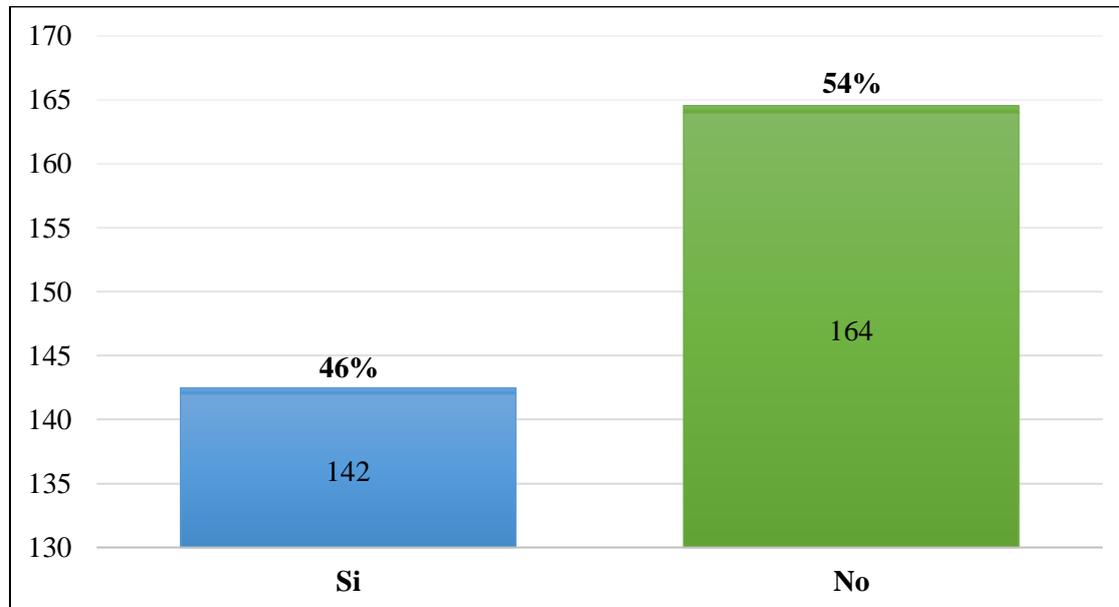
*Atención al cliente es buena*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	142	46%
No	164	54%
<b>Total</b>	<b>306</b>	<b>100%</b>

Fuente: Almacén Don Pato

**Gráfico 8**

*Atención al cliente es buena*



Fuente: Almacén Don Pato

**Análisis**

Como se puede observar en el gráfico 8, el 54% de los encuestados mencionaron que la atención brindada al cliente por parte de los colaboradores del almacén no es buena, mientras que el 46% restante expresaron que si es buena. Por tal resultado mayoritario, Don Pato debe implementar acciones que ayuden a mejorar la atención al cliente, a través de un personal capacitado y eficiente con respecto a ventas y relaciones humanas.

## DISCUSION DE RESULTADOS

El trabajo investigativo permitió identificar diferentes hallazgos relacionados con la atención al cliente en Almacén Don Pato, algunos de ellos son los siguiente. Uno de ellos consiste en que la mayoría de los clientes que visitan el establecimiento comercial no se les han aclarado sus preguntas o dudas, lo que evidencia que el personal no tiene la mejor predisposición para atender a los clientes. Dicho resultado no concuerdo con lo establecido por Moreno (2023), quien expresa que una buena atención es aquella en la cual se logra resolver cualquier duda o problema que tengan el cliente de manera inmediata y efectiva.

Otra de las situaciones es que la mayoría de clientes piensan que los colaboradores del almacén no muestran habilidades para interactuar de manera amable, respetuosa y proactiva con los clientes, aspecto que puede incidir en las ventas e imagen del negocio. El hallazgo no coincide con Añarumba (2022) quienes mencionaron que la atención al cliente desempeña un rol fundamental en las ventas e ingresos de un negocio y el servicio que se le brinda a los clientes debe ser amable, educado y eficiente en cada interacción para lograr vender y satisfacer la demanda de información.

En el proceso investigativo, se pudo conocer que los clientes consideraron que el almacén debe indagar más sobre los gustos y preferencias de los clientes. Contexto que ocurre porque no se ha evidenciado la realización de investigaciones de mercado o diagnostico situacional para conocer lo que prefiere el público objetivo o algún problema relacionado con la gestión del negocio. El resultado tiene similitud con Huilcapi & Gallegos (2020) quienes mencionan que el diagnóstico es una herramienta que brinda información sobre una problemática o necesidad, la cual ayudará a optimizar los procesos y mejorar la eficacia de la gestión, dando como resultado una atención al cliente más destacada y defectos estratégicos y operativos.

Por otro lado, se ha evidenciado que la mayor parte de los clientes consideran que el personal del almacén no está completamente capacitado para brindar un buen servicio, lo que demuestra que el personal encargado de la gestión del talento humano no efectúa sus funciones de manera óptima como formar al personal y seleccionar personas acordes a los cargos. Dicho situación no concuerda con Jara et al. (2018) ya que manifestaron que capacitar al personal de una empresa es deber de la persona de responsable del Área de Talento Humano, al proporcionar un proceso de aprendizaje que ayude a lograr los objetivos de la empresa y modificar del comportamiento de los colaboradores.

Asimismo, se identificó que la mayoría de clientes de Don Pato tiene un grado de satisfacción regular por la atención percibida, esto se debe posiblemente por el trato que en algún momento pudieron haber recibido por parte del personal del almacén. El hallazgo no concuerda con Lucas (2021) porque indica que una excelente o adecuada satisfacción al cliente surge al evaluar el valor que se percibe de un producto o servicio e incluso de la aprobación que tiene un cliente con respecto a la experiencia que ha tenido al adquirir al comparar.

Por último, la mayoría de clientes consideran que la imagen que proyectan los empleados es la indicada, lo cual es corroborado por Ramos & Valle (2020) quienes manifiestan que la imagen de la empresa y sus colaboradores es fundamental para atraer clientes y vender, porque en base a la percepción que tienen los consumidores con respecto a una empresa, sus productos y atención, podrán tener buenas experiencias y satisfacer o no sus necesidades. Por tales razones, es muy importante una empresa proyecte buena imagen adecuada ya que genera varias ventajas tales como: diferenciarse de la competencia, fidelización de los clientes y establecer relación directa con el consumidor.

## CONCLUSIONES

La atención al cliente es importante para el proceso de ventas de cualquier empresa comercial, por ejemplo, Almacén Don Pato debido a que la calidad de la atención al cliente es un factor determinante para cerrar una venta, ayudar a la retención de clientes y construcción de relaciones a largo plazo. Por ello, es esencial que este tipo negocio posea un personal capacitado que brinde un trato amable, personalizado y eficiente para no solo crear una experiencia positiva compra, sino reflejar una imagen y valores de la marca o negocio. Además, la atención al cliente puede marcar la diferencia entre una venta única y la fidelización del cliente, que a su vez puede llevar a recomendaciones que impulsen más el crecimiento del negocio. Por eso, estos negocios deben brindar un servicio de calidad.

Las principales debilidades en el proceso de atención al cliente en el Almacén Don Pato consisten en que el personal no está suficientemente capacitado en temas relacionados a la atención al cliente, lo que impide que tengan siempre una atención de calidad, con un trato amable, respetuosa y proactiva durante su estancia en el local. Asimismo, el tiempo que transcurre para que el cliente sea atendido es demorado debido a que en determinados momentos la afluencia de personas incrementa y no existe suficiente personal para atender; además, los asesores comerciales no siempre satisfacen las preguntas o dudas de los clientes lo que genera inconformidad en los mismos.

El grado de satisfacción al cliente en el Almacén Don Pato de la ciudad de Babahoyo es regular debido a que muchos clientes en determinados momentos han tenido una experiencia compra poco satisfactoria, ya que el servicio ofrecido por los asesores comerciales no ha sido el idóneo. Esto sucede porque los colaboradores del área de ventas no han sabido satisfacer las dudas de los clientes, brindar un trato adecuado en todo momento y atención oportuna.

## **RECOMENDACIONES**

De acuerdo a las conclusiones establecidas en base a los objetivos y resultados del trabajo investigativo, se establecen las siguientes recomendaciones.

Se recomienda al personal encargado de la Gestión de Talento Humano en Almacén Don Pato, invierte tiempo y recursos en la formación y capacitación de los empleados en temas relacionados con la atención al cliente, con el propósito de mejorar sus habilidades de comunicación, empatía y resolución de problemas durante el proceso de venta. Puesto que esto ayudará a que el personal esté mejor preparado para interactuar con los clientes de manera efectiva.

Se sugiere a Almacén Don Pato evaluar y ajustar el número de personal para brindar una atención de calidad en todo momento, independientemente de la afluencia de personas en determinados días o fechas del año. Esto ayudará a que se satisfaga la demanda de clientes, reducir el tiempo de espera y mejorar la experiencia del cliente. De igual manera se recomienda establecer incentivos para motivar a los asesores comerciales a brindar un servicio excepcional, ya que al reconocer y recompensar a aquellos que se destaquen en la atención al cliente puede aumentar la motivación y mejorar la calidad del servicio.

Se recomienda a Almacén Don Pato establecer mecanismos o herramientas empresariales para conocer las sugerencias, reclamos y grado de satisfacción de los clientes, a través de estudios de mercados, encuestas de satisfacción, buzón de reclamos y sugerencias, estas acciones ayudaran a medir de manera regular cómo se sienten los clientes con respecto al servicio. Utiliza los resultados para identificar tendencias y áreas de mejora. También se sugiere fomentar una cultura organizacional centrada en el cliente, donde la importancia de la atención al cliente esté arraigada en todos los niveles de la empresa. Esto ayudará a que todos los empleados se comprometan con la mejora continua del servicio.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alvarez, J. (28 de Mayo de 2019). *El liderazgo empresarial: importancia y características*. Obtenido de RRHH Digital. <https://www.rrhhdigital.com/secciones/136868/el-liderazgo-empresarial-importancia-y-caracteristicas>
- Añarumba, K., & Montaña, L. (2022). Atención al cliente y su incidencia en las ventas de la panificadora el Relampago Ipsanfer CIA Ltada del Cantón Maná. (*Tesis de pregrado*). Universidad Técnica de Cotopaxi, La maná. <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/8667/1/UTC-PIM-%20000500.pdf>
- Bautista , J. (14 de Octubre de 2020). *¿Cómo atender al cliente en un negocio? 5 tips para tener éxito*. Obtenido de Securitec: <https://www.securitec.pe/blog/como-atender-al-cliente/>
- Chacón , E. (2019). El ciclo de posicionamiento y el choque de las generaciones en el mercado del siglo XXI. *Revista Digital FCE*, 7(14), 54-66. <http://www.scielo.org.ar/pdf/cadmin/n14/2314-3738-cadmin-14-53.pdf>
- Chuquimarca, C., Lincango, J., & Taco, J. (2019). Estudio de la importancia de las ventajas competitivas en las organizaciones. *Revista electrónica TAMBARA*, 9(52), 718-731. [https://tambara.org/wp-content/uploads/2019/09/4.importa\\_ventaj\\_competit\\_organizac\\_FINAL.pdf](https://tambara.org/wp-content/uploads/2019/09/4.importa_ventaj_competit_organizac_FINAL.pdf)
- Coello, J. (2019). Análisis de la percepción y satisfacción del cliente de una empresa pública ecuatoriana. *Revista Espacios*, 40(32), 1-19. <https://www.revistaespacios.com/a19v40n32/a19v40n32p28.pdf>
- Coronel, R. (2021). Liderazgo empresarial y la productividad del personal en grupos e inversiones Yucra S.A.C 2020. (*Tesis de pregrado*). Universidad Alas Peruanas, Pucallpa. [https://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/10312/Tesis\\_Liderazgo](https://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/10312/Tesis_Liderazgo)

Empresarial\_Productividad\_Personal\_Inversiones%20Yucra%20SAC.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Eyzaguirre, J. (2019). Estrategias de crecimiento empresarial para el posicionamiento de Oso Food Truck en la ciudad de Chiclayo - 2018. [Tesis de Pregrado]. Universidad Señor de Sipán, Pimentel.

<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6271/Eyzaguirre%20Rodr%C3%ADguez%2C%20Jes%C3%BAAs%20Alberto.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

González, L. (2020). La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018. (Tesis de pregrado). Universidad Tecnológica de Perú, Arequipa.

[https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3031/Lucero%20Gonzales\\_Elena%20Huanca\\_Tesis\\_Titulo%20Profesional\\_Titulo%20Profesional\\_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3031/Lucero%20Gonzales_Elena%20Huanca_Tesis_Titulo%20Profesional_Titulo%20Profesional_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

González, S., Viteri, D., I. ., & Verdezoto, G. (2020). Modelo de gestión administrativa para el desarrollo empresarial del Hotel Barros en la ciudad de Quevedo. *Universidad y Sociedad*, 12(4), 32-37. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/1609>

Huilcapi, S., & Gallegos, D. (2020). Importancia del diagnóstico situacional de la empresa. *Revista Espacios*, 41(40), 1-13. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n40/a20v41n40p02.pdf>

Jara, A., Asmat, N., & Alberca, N. (2018). Gestión del talento humano como factor de mejoramiento de la gestión pública y desempeño laboral. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(83), 740-760.

<https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/24500/24947>

Londoño, P. (29 de Abril de 2023). *Expectativas del cliente: claves para gestionarlas y ejemplos*. Hubspot: <https://blog.hubspot.es/service/gestionar-las-expectativas-del-liente>

- Lucas, A. (2021). Calidsad de Servicio y Satisfacción al cliente en el sector ferretero, ciudad de Puerto López. (*Tesis de pregrado*). Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa. <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3404/1/PROYECTO%20DE%20ITULACION%20ADMINISTRACION%20DE%20EMPRESAS%20ANDY%20LUCAS%20%28RESPALDO%29.pdf>
- Mero, J. (2018). Empresa, administración y proceso administrativo. *FIPCAEC*, 8(3), 84-102. <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/59/71>
- Moreno, J. (4 de Abril de 2023). *Qué es la atención al cliente, elementos clave e importancia*. Hubspot: <https://blog.hubspot.es/service/que-es-atencion-al-cliente>
- Ospina, A. (24 de Julio de 2020). *Fidelización del cliente: concepto, importancia, consejos y métricas*. Plataforma de marketing y ventas: <https://www.rdstation.com/blog/es/fidelizacion-del-cliente/>
- Pérez, K. (2020). La atención al cliente y su influencia en la satisfacción de compra en la Tienda Ripley C.C. La Rambla, Breña, 2019. (*Tesis de pregrado*). Universidad Peruana de las Américas, Lima. <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/1015/TRABAJO%20DE%20%20INVESTIGACION%20-%20PEREZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ramos, E., & Valle, N. (2020). Gestión de Imagen Corporativa como estrategia de sostenibilidad: camino al cambio empresarial. *Universidad y Sociedad*, 12(1), 292-298. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n1/2218-3620-rus-12-01-292.pdf>
- Zapata , S. (2019). Influencia del nivel de ventas en la rentabilidad de la empresa Electrosur S.A. (*Tesis de pregrado*). Universidad Privada de Tacna, Tacna. <https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/1117/Zapata-Berrios-Sheyla.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

## ANEXOS

### Anexo 1. Cuestionario de encuesta de atención al cliente

**1. ¿Cuándo Ud. visita el almacén los colaboradores han resuelto sus dudas con empatía?**

Si ( )

No ( )

**2. ¿Cree que la imagen que proyectan los empleados es la indicada?**

Si ( )

No ( )

**3. ¿Los colaboradores del local muestran habilidades para interactuar de manera amable, respetuosa y proactiva con los clientes?**

Si ( )

No ( )

**4. ¿Considera que el almacén Don Pato debe indagar más sobre los gustos y preferencias de los clientes?**

Si ( )

No ( )

**5. ¿Considera que el personal del almacén está completamente capacitado para brindar un buen servicio?**

Si ( )

No ( )

**6. ¿Volvería a visitar el Almacén Don Pato para adquirir sus productos?**

Si ( )

No ( )

**7. Según su percepción ¿Cuál es el grado de satisfacción que posee con la atención percibida?**

Excelente ( )

Buena ( )

Regular ( )

Insuficiente ( )

Inadecuada ( )

**8. ¿Considera que la atención brindada al cliente por los colaboradores del almacén es buena?**

Si ( )

No ( )

## Anexo 2. Ruc de la Empresa

### Consulta de RUC

RUC

1202281802001

Razón social

DEFAZ LAURO PATRICIO

Estado contribuyente en el RUC

**ACTIVO**

Actividad económica principal

VENTA AL POR MENOR DE TELAS, LANAS Y  
OTROS HILADOS PARA TEJER, EN  
ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS.

Contribuyente fantasma

NO

Contribuyente con transacciones inexistentes

NO

Tipo contribuyente	Régimen	Categoría	
PERSONA NATURAL	GENERAL		
Obligado a llevar contabilidad	Agente de retención	Contribuyente especial	
SI	SI	NO	
Fecha inicio actividades	Fecha actualización	Fecha cese actividades	Fecha reinicio actividades
1998-03-25	2016-08-25		

Ocultar establecimientos

#### Establecimiento matriz:

##### Lista de establecimientos - 1 registro

No. establecimiento	Nombre comercial	Ubicación de establecimiento	Estado del establecimiento
004	DON PATO 1	LOS RIOS / BABAHOYO / CLEMENTE BAQUERIZO / 27 DE MAYO 301 Y 10 DE AGOSTO	ABIERTO

#### Establecimientos adicionales:

##### Lista de establecimientos - 5 registros

No. establecimiento ↕	Nombre comercial ↕	Ubicación de establecimiento ↕	Estado del establecimiento ↕
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
001	CONYTEX	LOS RIOS / BABAHOYO / CLEMENTE BAQUERIZO / 10 DE AGOSTO 619 Y BOLIVAR	CERRADO
002	ROPYTEX	LOS RIOS / BABAHOYO / CLEMENTE BAQUERIZO / 27 DE MAYO 301 Y 10 DE AGOSTO	CERRADO
003		LOS RIOS / BABAHOYO / CLEMENTE BAQUERIZO / 27 DE	CERRADO

### Anexo 3. Carta de autorización

**ALMACEN DON PATO**  
Babahoyo -Los Ríos-Ecuador

Babahoyo, 29 de Agosto del 2023

Magister

Eduardo Galeas Guijarro

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

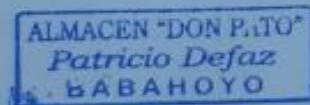
En su despacho.

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos **Almacen Don Pato** de la ciudad de Babahoyo del cantón Babahoyo.

Por medio de la presente me dirijo a usted para comunicarle que se ha **AUTORIZADO** al estudiante **Luis Alberto Velásquez Merelo** 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: **Atención al cliente en el Almacén de Ropa "Don Pato" del Cantón Babahoyo, Periodo- 2022**, el cual es requisito indispensable para poder titularse.

Sin otro particular me suscribo de usted

Atentamente



A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Patricio Defaz".

Lauro Patricio Defaz

1202281802

Donpato466@hotmail.com

## Anexo 4. Certificado de análisis sistema antiplagio



**CERTIFICADO DE ANÁLISIS**  
magister

# ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL ALMACEN DE ROPA DON PATO DEL CANTÓN BABAHOYO, PERIODO - 2022

**2%**  
Similitudes

**0%** Texto entre comillas  
0% similitudes entre comillas

**< 1%** Idioma no reconocido

**Nombre del documento:** ATENCION AL CLIENTE EN EL ALMACEN DE ROPA DON PATO DEL CANTÓN BABAHOYO, PERIODO - 2022.docx

**ID del documento:** 5246faa17460d5eb0dac3d124656681484f531e7

**Tamaño del documento original:** 107,84 kB

**Depositante:** PAZMIÑO GAVILANEZ WASHINGTON ENRIQUE

**Fecha de depósito:** 11/9/2023

**Tipo de carga:** interface

**fecha de fin de análisis:** 11/9/2023

**Número de palabras:** 7621

**Número de caracteres:** 48.486

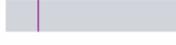
Ubicación de las similitudes en el documento:



### Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<a href="http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/11160/3/E-UTB-FAFI-ING.COM-000763.pdf.txt">dspace.utb.edu.ec   Marketing digital en el Almacén Don Pato de la ciudad de Bab...</a> 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (52 palabras)
2	<a href="http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/9890/3/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000419.pdf.txt">dspace.utb.edu.ec   Análisis de las estrategias comunicacionales en las redes soci...</a> 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (51 palabras)

### Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<a href="#">ESTUDIO DE CASO MARTINEZ EVELYN.docx</a>   EJECUCION PRESUPUESTARIA... #f47031 El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (25 palabras)
2	<a href="https://www.oberlo.es/blog/imagen-corporativa">www.oberlo.es</a>   ¿Qué es la imagen corporativa y cómo mejorar la imagen de una ... https://www.oberlo.es/blog/imagen-corporativa	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (20 palabras)
3	<a href="#">Nivel de competitividad en el comercial Su Economía ubicado en la parr...</a> #45b77 El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (14 palabras)
4	<a href="http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/8361/3/E-UTB-FAFI-ING.COM-000546.pdf.txt">dspace.utb.edu.ec</a>   Estudio del clima organizacional del Almacén Don Pato	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)
5	<a href="https://www.doi.org/10.1016/S0123-5923(08)70053-6">www.doi.org</a>   Gestión empresarial orientada al valor del cliente como fuente de v...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (12 palabras)