



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA.**

**PROCESO DE TITULACIÓN**

**NOVIEMBRE 2023 – ABRIL 2024**

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

**PRUEBA PRÁCTICA**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:**

**LICENCIATURA EN COMERCIO**

**TEMA:**

**ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL TALLER DE FABRICACIÓN DE SOLDADURA**

**“FREDDY” DE LA CIUDAD DE BABAHOYO, EN EL PERIODO 2023.**

**ESTUDIANTE:**

**ELIZONDO TACLE SCARLETH ELIZABETH**

**TUTOR:**

**ING. JULY GAIBOR GAIBOR, MAE**

**AÑO 2024**

## Índice

Planteamiento del problema .....	3
Justificación .....	5
Objetivos .....	6
Líneas De Investigación .....	7
Marco Conceptual .....	8
Marco Metodológico .....	21
Resultados .....	22
Discusión De Resultados .....	26
Conclusiones .....	27
Recomendaciones .....	28
Referencias .....	29
Anexos .....	31

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El presente estudio se llevó a cabo en el reconocido taller de soldadura "FREDDY", una empresa dedicada a la elaboración de puertas, ventanas y una amplia variedad de productos de alta calidad. Con una trayectoria destacada, esta empresa se distingue por proveer materiales de excelente calidad, satisfaciendo las necesidades tanto de pequeños como de grandes consumidores. Su actividad económica está debidamente autorizada por el Servicio de Rentas Internas, especializándose en la venta al por mayor de artículos elaborados con soldaduras. El taller se encuentra ubicado en las calles Juan X Marcos y Pedro Carbo, en el corazón de la Ciudad de Babahoyo, en la Provincia de Los Ríos, donde se ha ganado la confianza y el aprecio de la comunidad local.

La calidad en la atención al cliente no solo influye en la satisfacción inmediata del consumidor, sino que también impacta en la percepción global de la marca y en su posicionamiento en el mercado. En el caso del Taller de Fabricación de Soldadura "Freddy" en Babahoyo, el año 2023 se presenta como un momento crucial para reforzar y mejorar los estándares de atención al usuario, con el fin de mantener una ventaja competitiva y cultivar relaciones duraderas con la clientela. Es imperativo no solo cumplir con las expectativas del cliente, sino superarlas, creando experiencias memorables que generen recomendaciones positivas y contribuyan al crecimiento sostenible del negocio.

La atención al cliente es el pilar fundamental sobre el cual se construyen relaciones sólidas. Además, una atención al usuario de calidad no solo se limita a resolver problemas o satisfacer necesidades, sino que también involucra la capacidad de anticiparse a las expectativas del cliente y ofrecer soluciones proactivas que superen sus demandas. En un entorno empresarial donde la fidelización del cliente es esencial para el crecimiento y la sostenibilidad, el taller "Freddy" reconoce la importancia estratégica de cultivar relaciones basadas en la confianza y la excelencia en el servicio.

Para garantizar una atención de calidad, es necesario identificar los procesos involucrados en la interacción con el cliente, desde el primer contacto hasta la entrega del servicio. En el caso del taller "Freddy", es fundamental analizar cómo se reciben las solicitudes de los clientes, cómo se gestionan los pedidos, el proceso de fabricación de soldaduras, y finalmente, cómo se realiza la entrega y seguimiento postventa. Es crucial evaluar también la eficacia de la comunicación interna y externa en el taller "Freddy", asegurando que la información fluya de manera clara y oportuna entre todos los departamentos y con los clientes.

Mejorar la calidad del servicio al cliente en el taller "Freddy" requiere la implementación de estrategias efectivas que aborden tanto aspectos operativos como humanos. Esto puede incluir la capacitación del personal en habilidades de comunicación y atención al cliente, la optimización de los procesos internos para reducir tiempos de espera y mejorar la eficiencia, así como la implementación de sistemas de retroalimentación que permitan conocer la percepción de los clientes y realizar ajustes según sus necesidades y expectativas.

## JUSTIFICACIÓN

Esta investigación tiene como objetivo principal resaltar la importancia crucial de la atención al cliente en el Taller de Soldadura "FREDDY" y los beneficios inherentes que conlleva. En la actualidad, se reconoce ampliamente que los clientes desempeñan un papel fundamental en cualquier negocio, ejerciendo una influencia significativa en las decisiones de compra de diversos productos. El propósito de este estudio es analizar la relación con los clientes mediante un análisis profundo de las problemáticas que afectan su estabilidad dentro del taller.

La investigación tiene como meta identificar las diversas dimensiones de calidad que pueden estar insatisfechas por parte de los usuarios, lo que permitirá comprender mejor sus necesidades y expectativas. Esto, a su vez, proporcionará a los fabricantes de los artículos la información necesaria para mantener una empatía efectiva y desarrollar estrategias de atención al cliente que también beneficien la prospección del taller en las redes sociales. Los principales beneficiarios directos de este estudio son los compradores o clientes del taller, así como también los empleados que interactúan con ellos. Indirectamente, la comunidad también se verá beneficiada al fomentar un entorno empresarial más favorable y orientado hacia la satisfacción del cliente.

Este estudio es completamente factible gracias a la experiencia y conocimientos disponibles para recopilar información sobre la atención al cliente deficiente. El taller está plenamente comprometido en utilizar los resultados de esta investigación para mejorar los procesos empresariales actuales, con el objetivo de lograr eficiencia, eficacia y estabilidad a largo plazo.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

Determinar la calidad en atención al usuario del Taller de Soldadura "Freddy" para dar una buena atención al cliente.

### **Objetivos específicos**

- Analizar la importancia de la calidad de atención al cliente.
- Identificar los procesos que se realizarán en función a la calidad de atención al cliente.
- Evaluar las estrategias para mejorar la calidad del servicio al cliente en el taller "Freddy".

## LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

El presente estudio de caso la calidad en atención al cliente en el taller de soldadura “FREDDY” se lleva a cabo basándose en las líneas de investigación de Gestión Financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control” y la sublínea Marketing y comercialización”, Esta elección se fundamenta en la necesidad de analizar los procesos relacionados con los servicios al cliente, tanto en el sector público como privado, bajo una perspectiva que integre aspectos financieros, administrativos y de marketing esta se debe a los siguientes motivos:

De modo que, la atención al cliente, también denominada servicio al cliente, despliega un rol crucial en la estrategia de marketing al establecer puntos de contacto con los clientes a lo largo de diversos canales y al construir relaciones duraderas con ellos. En este caso de estudio, se destaca la importancia de abordar el servicio al cliente desde la perspectiva del marketing y la distribución, ya que se centra en la evaluación de la satisfacción del cliente y los tiempos de entrega. Este enfoque incluye el desarrollo de relaciones comerciales para aumentar las ventas y ofrece recomendaciones sobre estrategias para mejorar la calidad del servicio proporcionado por el taller "FREDDY".

En consecuencia, este estudio busca profundizar en la comprensión de cómo los procesos administrativos y comerciales pueden influir en la calidad de la atención al cliente tanto en el ámbito público como privado. Bajo la supervisión docente, se pretende aplicar conocimientos teóricos y prácticos para identificar áreas de mejora en el servicio ofrecido por el taller de soldadura "FREDDY", contribuyendo así a optimizar su desempeño y satisfacer las expectativas de los clientes de manera efectiva.

## MARCO CONCEPTUAL

### **Contextualización de la empresa**

El Taller de Fabricación de Soldadura "Freddy", dirigido por el propietario Freddy Jeovani Zapata Infante con RUC, 1201284054001 ha estado operando en la ciudad de Babahoyo desde el año 1994. Especializado en la fabricación de puertas y ventanas de metal y sus marcos incluso enrollables, postigos puertas, portales, balcones, escaleras, rejas, tabiques de metal para fijar al suelo, el taller cuenta con todas las autorizaciones necesarias por parte del Servicio de Rentas Internas para llevar a cabo su actividad económica. El taller se compromete a proporcionar productos de calidad y un servicio excepcional a sus clientes.

Ubicado estratégicamente en la ciudad de Babahoyo, el taller atiende a una amplia base de clientes, tanto locales como regionales. Su compromiso con la excelencia en la fabricación y atención al cliente ha contribuido a su reputación positiva en el mercado, estableciéndolo como un referente en el sector de la soldadura en la región. A medida que el taller continúa creciendo y expandiendo su presencia en el mercado, se enfrenta a nuevos desafíos y oportunidades para mejorar su calidad en la atención al cliente. En este contexto, se hace imperativo realizar un estudio detallado para identificar áreas de mejora y desarrollar estrategias efectivas que fortalezcan la relación con los clientes y contribuyan al crecimiento sostenible del taller.



## **Atención al cliente**

Según (Gil, 2020, pág. 13) la atención al cliente y la calidad en el servicio son temas recurrentes en el mundo de la empresa, sin embargo, en los últimos tiempos se exige con más ímpetu una atención que ofrezca una confiabilidad y calidad extraordinarias, para ello, la innovación debe ser una de las constantes para competir en entornos altamente cambiantes y volátiles, donde la incertidumbre es una de las características más evidentes junto con los productos ofrecidos a la venta. Se debe tener en cuenta que cada día resulta más difícil encontrar diferencias significativas que puedan decantar la compra del consumidor hacia una u otra alternativa.

## **Respeto y amabilidad**

(Mateos de Pablo Blanco, 2019, pág. 10) afirma que en el cambiante mundo de las relaciones comerciales es necesario reunir cada vez mayor número de cualidades y destrezas para desarrollar de forma eficaz la atención al cliente. Entre las actitudes que más destacan los clientes cuando reciben un trato exquisito por parte del trabajador está la amabilidad. Hay que recordar que son las percepciones del cliente las que deciden en último caso los niveles de satisfacción. Por ello, hay que saber lo que los clientes valoran realmente. Hoy en día, las empresas son conscientes de que la atención al cliente es la forma más rentable, rápida y eficaz de cambiar la percepción positiva y, por lo tanto, el nivel de la satisfacción de los clientes; de hecho, son muchas las posturas que defienden que el principal activo de una empresa es el cliente, por lo que se le debe el máximo respeto, ya que de su opinión hacia una empresa dependerá en gran medida el futuro de esta.

Hoy en día, las empresas comprenden que la atención al cliente es una herramienta rentable, rápida y eficaz para influir positivamente en la percepción y satisfacción de los clientes. De hecho,

se sostiene ampliamente que el principal activo de una empresa es el cliente, y como tal, se le debe el máximo respeto. La opinión del cliente hacia la empresa jugará un papel crucial en su futuro. En el caso del Taller de Fabricación de Soldadura "Freddy", reconocer la importancia de una atención al cliente de calidad puede marcar la diferencia en la percepción de los clientes y, en última instancia, en el éxito y crecimiento del taller. Implementar estrategias que fomenten la amabilidad, la atención personalizada y la satisfacción del cliente contribuirá a fortalecer la reputación y el posicionamiento del taller en el mercado.

### **Concepto y características de la calidad de servicios**

(Arenal Laza, 2019, pág. 70) argumenta que la calidad como término de gran importancia surge a partir de que los empresarios o comerciantes, como se les llamaban anteriormente, se percatan de la necesidad de competir en el mercado con sus productos o servicios. Esta evolución ayuda a comprender de dónde proviene la necesidad de ofrecer una mayor calidad del producto o servicio que se proporciona al cliente y, en definitiva, a la sociedad y cómo poco a poco se ha ido involucrando toda la organización en la consecución de este fin. Esto hace suponer que el concepto de calidad se identifique con la satisfacción por el trabajo bien hecho. Los objetivos buscados pasarían a ser la satisfacción interna empresa, la satisfacción externa cliente y sociedad en general, y una alta competitividad en un mercado en el que la calidad se considerará como un derecho.

Este planteamiento sugiere que el concepto de calidad está estrechamente ligado a la satisfacción derivada de realizar un trabajo bien hecho. Los objetivos que se persiguen se centran en lograr la satisfacción tanto interna dentro de la empresa como externa clientes y sociedad en general, así como en mantener una alta competitividad en un mercado donde la calidad se considera

un derecho fundamental. Aplicando esta perspectiva al Taller de Fabricación de Soldadura "Freddy", se evidencia la importancia de enfocarse en la calidad en todos los aspectos de la operación. Desde la fabricación de los productos hasta la atención al cliente, es fundamental asegurar que cada etapa del proceso esté orientada hacia la satisfacción tanto interna como externa. Esto implica no solo ofrecer productos de alta calidad, sino también brindar un servicio excepcional que supere las expectativas de los clientes y contribuya al desarrollo y competitividad del taller en el mercado.

### **Enfoques que guían la atención al cliente consumidor y usuario**

(López, 2020, pág. 9) concluye que el valor de un cliente para las empresas se compone de todo aquello que este aporta de beneficio a la entidad, ya sea por sí mismo como ventas o por el efecto que produce en otros consumidores aconsejando el uso o consumo de un producto o servicio, por ejemplo. Poner al cliente/consumidor en el centro de las organizaciones no solo redundará en un mayor beneficio económico, sino que generará estabilidad empresarial a lo largo del tiempo. Es fundamental, por tanto, crear confianza por parte de empresas y organizaciones. Esto se consigue favoreciendo la comunicación constante de estas con clientes, consumidores o usuarios; haciendo que se interesen por las mismas y generando un clima de respeto y colaboración. También se debe fomentar este diálogo con los grupos de interés que están cerca de nuestra empresa, como pueden ser inversores, accionistas, administraciones públicas, organizaciones sin ánimo de lucro, etcétera.

Es crucial, por lo tanto, establecer confianza entre empresas y clientes mediante una comunicación constante, fomentando el interés mutuo y creando un ambiente de respeto y colaboración. Además, esta comunicación debe extenderse a otros grupos de interés cercanos a la

empresa, como inversores, accionistas, autoridades gubernamentales y organizaciones sin ánimo de lucro. En el caso del Taller de Fabricación de Soldadura "Freddy", esta perspectiva resalta la importancia de cultivar relaciones sólidas con los clientes y otros grupos de interés. Al promover una comunicación abierta y una relación de confianza, el taller puede fortalecer su posición en el mercado y asegurar su estabilidad a largo plazo. Al final, el éxito del taller no solo depende de la calidad de sus productos y servicios, sino también de la relación positiva que construye con sus clientes y su entorno empresarial.

### **Clasificación del cliente**

(Carrasco, 2018, pág. 16) argumenta que las necesidades de los clientes difieren sustancialmente de unos a otros, ya que no todas las personas son iguales y, por tanto, sus comportamientos de compra también serán distintos. Para resolver el problema planteado por la heterogeneidad de los clientes se recurre a su clasificación en grupos similares en función de unos criterios establecidos por la empresa. De este modo, existirán tantas clasificaciones de clientes como criterios elegidos para esa clasificación.

Una estrategia común para resolver esta heterogeneidad es la clasificación de los clientes en grupos similares, utilizando criterios establecidos por la empresa. Esta clasificación permite segmentar la base de clientes y adaptar las estrategias de marketing y atención al cliente a las necesidades específicas de cada grupo. Es importante destacar que existirán tantas clasificaciones de clientes como criterios sean seleccionados para dicha clasificación. Esto implica que las empresas deben ser flexibles y estar abiertas a ajustar sus enfoques según las características y preferencias de sus diferentes segmentos de clientes. En el contexto del Taller de Fabricación de

Soldadura "Freddy", esta perspectiva resalta la importancia de comprender las necesidades y comportamientos únicos de los clientes. Al clasificar a los clientes en grupos similares, el taller puede personalizar sus servicios y productos para satisfacer las demandas específicas de cada segmento.

### **La percepción de la calidad por parte del cliente**

De acuerdo con (Álvarez & García, 2021, pág. 239) al problema que puede suponer la captación de nuevos clientes por parte de la empresa, se le une el reto de conseguir una verdadera fidelización de su marca y productos. Esa fidelización debe estar basada, entre otras razones, en la buena opinión y satisfacción que genera el producto entre los clientes. A la calidad que debe tener el producto se le debe unir un departamento, también de calidad, que conserve y afiance la marca y el producto, de manera que se conserven y añadan clientes fieles y duraderos.

Este departamento de calidad desempeña un papel fundamental en la conservación y el afianzamiento de la marca, contribuyendo así a mantener y aumentar la base de clientes fieles y duraderos. Es esencial que este departamento se enfoque en garantizar que los productos cumplen con los estándares de calidad establecidos por la empresa y que las expectativas de los clientes sean superadas consistentemente. Aplicando este enfoque al Taller de Fabricación de Soldadura "Freddy", se destaca la importancia de no solo ofrecer productos de alta calidad, sino también de contar con un departamento de calidad dedicado a mantener y fortalecer la reputación de la marca. Al asegurar que los productos cumplan con los más altos estándares y que la satisfacción del cliente sea una prioridad, el taller podrá cultivar relaciones sólidas y duraderas con sus clientes, fomentando así la fidelización y el crecimiento sostenible del negocio.

## **Necesidades y gustos del cliente**

Desde la perspectiva de (Palomo, 2023, pág. 120) los clientes cuando consumimos lo hacemos por un motivo: satisfacer una necesidad, y las personas tenemos nuestra forma particular de satisfacerla. Cuando un cliente adquiere un artículo no lo hace por el producto o servicio en sí mismo, sino por las ventajas o la utilidad que le proporciona. La necesidad es la situación en la que el ser humano siente la falta o privación de algo. Los clientes pueden elegir una amplia gama de productos y servicios que pueden satisfacer una necesidad determinada. ¿Cómo es que escogen entre tantas ofertas de mercado?... Los clientes toman sus decisiones de compra con base en las expectativas que se forman sobre el valor y la satisfacción que las distintas ofertas de mercado les proporcionarían.

Entonces, ¿cómo deciden los clientes entre tantas ofertas disponibles en el mercado? Palomo plantea que los clientes toman sus decisiones de compra en base a las expectativas que tienen sobre el valor y la satisfacción que cada oferta les proporcionará. Es decir, evalúan qué producto o servicio creen que les brindará la mejor satisfacción en relación con sus necesidades y expectativas. Aplicando esta perspectiva al Taller de Fabricación de Soldadura "Freddy", es fundamental entender las necesidades y expectativas de los clientes para poder ofrecer productos y servicios que se alineen con estas. Esto implica no solo proporcionar productos de alta calidad, sino también comunicar claramente los beneficios y ventajas que estos ofrecen en comparación con otras opciones en el mercado. Al comprender cómo los clientes toman sus decisiones de compra, el taller puede ajustar su oferta para satisfacer mejor las necesidades y preferencias de su base de clientes.

### **Atención al cliente en las operaciones**

De acuerdo con las ideas de (Carrasco F. S., 2019, pág. 1) el principio y el fin de toda actividad empresarial y, como hemos visto, institucional, es el cliente. Una de las primeras tareas que debe asumir cualquier organización, por tanto, es identificar y segmentar a sus clientes según los productos que demanden o los servicios a los que accedan. Para ello es imprescindible conocer cuáles son sus necesidades y expectativas. Una vez realizada esta actividad, se debe intentar conocer con detalle las opiniones de los clientes. La información que faciliten los clientes es de un valor excepcional ya que, aunque no sea la única fuente para tomar decisiones, indica el rumbo que debe tomar la empresa.

### **Tratamiento hacia al cliente**

Como afirma (Ladrón de Guevara, 2020, pág. 22) en la atención al cliente, el lenguaje es muy importante. Cuando un cliente contacta a una compañía con algún problema, o necesita más información acerca de un producto, ser claro es crítico. para asegurarse que tanto el agente como el cliente sean capaces de trabajar juntos para encontrar una solución al problema o la información deseada. Sin embargo, la mayoría de las marcas hoy en día se encuentran con una paradoja: los guiones de llamadas que se utilizan con frecuencia por los agentes de los centros de llamadas están diseñados para dar respuestas rápidas y consistentes a los clientes, pero las tendencias modernas de servicio al cliente muestran una demanda por un enfoque más personal y coloquial que puede alejarse del lenguaje de secuencias de comandos. Entonces, ¿cómo pueden las marcas expresar un mensaje positivo y efectivo, satisfacer a sus clientes, y entregar un servicio personalizado todo al mismo tiempo? Lo siguiente ayudará a encontrar el balance.

En el ámbito de la atención al cliente, el lenguaje desempeña un papel crucial. Cuando un cliente se comunica con una empresa para plantear un problema o solicitar información sobre un producto, la claridad en la comunicación es fundamental. Esto garantiza que tanto el agente como el cliente puedan colaborar de manera efectiva para encontrar una solución al problema o proporcionar la información requerida. En el caso del Taller de Fabricación de Soldadura "Freddy", la atención al cliente es un aspecto crucial para garantizar la satisfacción y fidelidad de los clientes. Cuando un cliente se comunica con el taller para plantear un problema o realizar una consulta sobre los productos de soldadura, es esencial que el personal del taller utilice un lenguaje claro y amigable. Esto facilitará la comunicación y permitirá que tanto el cliente como el agente trabajen juntos para encontrar una solución satisfactoria.

### **Satisfacción del cliente**

(Palomo M. M., 2014, pág. 72) los clientes insatisfechos son aquellos que han percibido el desempeño de la empresa, el producto y/o el servicio por debajo de sus expectativas; por tanto, no quieren repetir esa experiencia desagradable y optan por otro proveedor. Si se quiere recuperar su confianza, necesitamos hacer una investigación profunda de las causas que han generado su insatisfacción para luego realizar las correcciones que sean necesarias. Mientras los clientes satisfechos son aquellos que han percibido el desempeño del negocio, el producto y el servicio como coincidente con sus expectativas. Este tipo de clientes se muestra poco dispuesto a cambiar de negocio, pero puede hacerlo si encuentra otro que le ofrezca una oferta mejor. Si se quiere elevar su nivel de satisfacción, se deben planificar servicios especiales que puedan ser percibidos por ellos como un plus que no esperaban recibir.

Los clientes insatisfechos son aquellos que han experimentado un desempeño por parte de la empresa, el producto o el servicio por debajo de sus expectativas. En el contexto del Taller de



Fabricación de Soldadura "Freddy", es esencial mantener un enfoque constante en la satisfacción del cliente. Al identificar y abordar las causas de la insatisfacción de los clientes de manera proactiva, el taller puede evitar la pérdida de clientes y fortalecer su reputación en el mercado.

Asimismo, ofrecer servicios adicionales que sorprendan gratamente a los clientes satisfechos puede contribuir a fidelizarlos y mantener su lealtad hacia el taller a largo plazo.

### **El conocimiento del cliente y sus motivaciones**

(Fernández Verde & Fernandez Rico, 2017, pág. 221) afirman que el conocimiento y la información que se tiene del cliente son fundamentales a la hora de establecer un servicio personalizado de atención al cliente. Con el objetivo de conseguir que el cliente se sienta satisfecho a la hora de realizar la compra de algunos productos, el personal dedicado al servicio de venta y de posventa debe saber cuáles son los factores que motivan, convencen o complacen la necesidad de compra del cliente. Cualquier empresa necesita tener suficientes datos, tanto de sus actuales clientes como de sus posibles futuros clientes, y suficiente información como para tener las respuestas a las siguientes preguntas:

- ¿Qué tipo de cliente es?
- ¿Qué impulsa a comprar al cliente? ¿La moda, la necesidad, la motivación?

### **Cientes satisfecho, clientes que repiten**

En palabras de (Ongallo Chaclón, 2013, pág. 181) la fidelización va a marcar las políticas de crecimiento, financieras y humanas de la empresa de venta directa. Pero para que el cliente repita, antes debe probar nuestro producto y experimentar una satisfacción. Démosle, pues, oportunidad de que nos exprese su opinión (mediante mecanismos adecuados para recabar información), y todos saldremos ganando.

En el sector de la venta directa, no siempre es fácil que el cliente repita:

- A veces, nuestro cliente no cuenta con un vendedor cercano con quien volver a adquirir ese producto que tanto le gustó es como si le hubiera tragado la tierra», exclamaba una cliente de una magnífica vendedora que abandonó una compañía de venta directa especializada en joyería).
- En otras ocasiones, los cambios de domicilio y las circunstancias personales y familiares del cliente no permiten localizarlo, y se pierde definitivamente.

### **Empresas y atención al cliente**

En palabras de (García, 2014, pág. 12) si se destinan muchos recursos a los servicios al cliente, los costes aumentan y se reduce su competitividad. No obstante, y lamentablemente, no tienen en cuenta que reservar recursos a la atención al cliente puede generar una mayor satisfacción en estos y producir su fidelidad. Lo realmente importante aquí es vender todo lo que se pueda, sin tener demasiado en cuenta qué se vende, a quién se vende, la satisfacción generada, etc. En los pequeños comercios, el trato entre el personal y los clientes es más directo y se llegan a desarrollar relaciones más estrechas:

- El personal conoce al cliente y lo atiende según sus preferencias.
- Las quejas y sugerencias son directamente recibidas por el personal que los atiende
- y se canalizan de forma más rápida.
- Respuesta rápida a la búsqueda de soluciones de los clientes.

Existe una percepción errónea de que destinar muchos recursos a los servicios al cliente puede aumentar los costos y reducir la competitividad de una empresa. Sin embargo, se pasa por alto el hecho de que invertir en la atención al cliente puede generar una mayor satisfacción y fidelidad por parte de estos. Lo verdaderamente relevante radica en maximizar las ventas, sin

prestar suficiente atención a qué se vende, a quién se vende o la satisfacción generada. En el caso del Taller de Fabricación de Soldadura "Freddy", esta perspectiva destaca la importancia de mantener un contacto directo y personalizado con los clientes. A pesar de las limitaciones de recursos, priorizar la atención al cliente puede generar una mayor satisfacción y lealtad, lo que a su vez contribuirá al éxito a largo plazo del taller en un mercado altamente competitivo.

### **Calidad de producto y servicio**

Como afirma (Martínez, 2016, pág. 19) cuando se trata del suministro de productos, el trabajador aspira a que ellos cumplan con ciertas especificaciones o requisitos, como tipo de material, cantidad, peso, medidas, color, dimensiones, estructura, presentación. El servicio, por su parte, también debe satisfacer ciertos requisitos implícitos u obligatorios como: oportunidad, buen trato, cumplimiento, establecidos por las buenas prácticas, el sistema de gestión de calidad, las autoridades, las tradiciones, o el propio cliente interno.

### **Departamento comercial**

Como señalan (Mondelo & Inmaculada, 2016, pág. 13) Se vive en un entorno en el que los cambios son constantes y las empresas deben ser muy competitivas para sobrevivir. La realidad es que la oferta de productos o servicios suele ser mayor que la demanda, y que los clientes cada vez son menos capaces de diferenciar los productos de las distintas organizaciones comerciales. Por este motivo, las empresas necesitan llevar a cabo una gestión orientada hacia las necesidades concretas de los clientes, acción que se lleva a cabo en el departamento comercial. La atención al cliente está constituida por todas aquellas acciones enfocadas a los consumidores y cuya finalidad es descubrir las necesidades de los clientes potenciales, para satisfacerlas de manera rápida y precisa, de forma que perciben que el servicio recibido se corresponde con sus expectativas.

Por esta razón, las empresas necesitan adoptar una gestión orientada hacia las necesidades específicas de los clientes, y esto se materializa principalmente a través del departamento comercial. La atención al cliente abarca todas aquellas acciones dirigidas a los consumidores, con el objetivo de comprender y satisfacer sus necesidades de manera rápida y precisa. Es esencial que los clientes perciban que el servicio recibido cumple con sus expectativas. En el contexto del Taller de Fabricación de Soldadura "Freddy", esta perspectiva subraya la importancia de tener un enfoque centrado en el cliente en todas las interacciones comerciales. Desde la recepción del pedido hasta la entrega del producto final, es fundamental que el taller esté atento a las necesidades y expectativas de los clientes, asegurándose de proporcionar un servicio que se ajuste a ellas de manera efectiva. Esto no solo mejorará la satisfacción del cliente, sino que también fortalecerá la posición competitiva del taller en el mercado.

### **Estrategias de mejora del servicio al cliente**

Las estrategias de mejora del servicio al cliente comprenden un conjunto de acciones planificadas y ejecutadas por una organización con el fin de optimizar la experiencia del cliente y satisfacer sus necesidades de manera efectiva. Estas estrategias pueden abarcar desde la capacitación del personal en habilidades de comunicación y atención al cliente hasta la implementación de sistemas tecnológicos que agilicen los procesos de atención y resolución de problemas. Asimismo, pueden incluir iniciativas de seguimiento y retroalimentación para recopilar información sobre la satisfacción del cliente y detectar áreas de mejora. El objetivo principal de estas estrategias es fortalecer la relación entre la empresa y el cliente, fomentando la lealtad, la confianza y el boca a boca positivo.

## MARCO METODOLÓGICO

El enfoque metodológico empleado en este estudio será predominantemente mixta cualitativa y cuantitativa, ya que se optó por la realización de encuestas dirigidas a los 50 clientes fijos y entrevista al propietario. Estas metodologías se encaminarán hacia una investigación descriptiva, detallando tanto los efectos como las causas que contribuyen a la falta de una atención óptima al cliente. El método inductivo se seleccionó para este estudio este enfoque permitirá examinar detalladamente las experiencias realizadas en el departamento de servicio al cliente del taller. Además, se analizarán la investigación con fuentes bibliográficas pertinentes para fundamentar las conclusiones del caso de estudio sobre la situación del personal del taller "Freddy" en la ciudad de Babahoyo.

Para alcanzar este estudio se utilizarán dos enfoques de investigación: exploratorio y descriptivo, implementados a través de un método mixto. La técnica principal será una encuesta con una parte mixta, complementada en el taller "Freddy". Los instrumentos de investigación incluirán entrevistas con la propietaria, observaciones en el taller y cuestionarios dirigidos a los clientes. Las encuestas estarán diseñadas con preguntas estructuradas y claras, dirigidas tanto a los empleados como a los clientes fijos del taller.

Los cuestionarios constarán de preguntas fundamentales mediante encuesta a los clientes fijos del taller y una entrevista al propietario, destinadas a evaluar el trato y la atención al cliente por parte de los empleados, así como la satisfacción general de los clientes con los servicios proporcionados por el taller. Además, se realizará una entrevista al propietario del taller para evaluar las estrategias para mejorar la calidad del servicio al cliente en el taller "FREDDY".

## RESULTADOS

Después de aplicar la técnica de recolección de datos entre los trabajadores de las diferentes áreas del comercio de soldadura "FREDDY", se obtuvieron resultados notables. Es crucial resaltar la pregunta que exploró la importancia del trabajo en equipo dentro del taller de soldadura y su influencia en el desempeño laboral. Todos los encuestados, representativos de un grupo de trabajadores, coincidieron en la importancia y efectividad de realizar diversas tareas para mejorar el rendimiento en el departamento, especialmente en lo que respecta a la atención al cliente.

Además, se aplicó una encuesta a 50 clientes fijos del taller Freddy.

### Encuesta dirigida a los clientes fijos del taller Freddy

**Tabla 1**

**¿En el taller de soldadura Freddy le brindan asesoramiento al momento de su compra?**

Orden	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1	SI	0	0%
2	NO	50	100%
3	TAL VEZ	0	0
<b>Total</b>		50	100%

*Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios del taller de soldadura "FREDDY"*

*Elaborado por: Elizondo Tacle Scarleth Elizabeth*

**Tabla 2**

**¿Usted desearía que los empleados del taller de soldadura, le Brinden mayor asesoramiento con mejores técnicas al momento de ordenar que le realicen un producto?**

<b>Orden</b>	<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
1	SI	50	100%
2	NO	0	0%
3	TAL VEZ	0	0
<b>Total</b>		50	100%

*Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios del taller de soldadura "FREDDY"*

*Elaborado por: Elizondo Tacle Scarleth Elizabeth*

**Tabla 3**

**¿Usted esperaría que el taller Freddy le garantice los Productos que adquiriera sobre cualquier falla o defecto en su fabricación?**

<b>Orden</b>	<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
1	SI	50	100%
2	NO	0	0%
3	TAL VEZ	0	
<b>Total</b>		50	100%

*Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios del taller de soldadura "FREDDY"*

*Elaborado por: Elizondo Tacle Scarleth Elizabeth*

**Tabla 4**

**¿A usted le gustaría que el taller Freddy siempre disponga de los productos que necesita en su fabricación?**

Orden	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1	SI	50	100%
2	NO	0	0%
3	TAL VEZ	0	0%
<b>Total</b>		50	100%

*Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios del taller de soldadura "FREDDY"*

*Elaborado por: Elizondo Tacle Scarleth Elizabeth*

N°	PREGUNTA	
1	Cree usted que deberían capacitar constantemente al personal para tener una excelente atención al cliente? ¿Por qué?	Si, porque la atención al cliente es súper importante capacitar al personal para que den un buen servicio, para nosotros en el taller "Freddy". Sabemos que, si los clientes están contentos, van a seguir viniendo.
2	¿Cuáles son los principales procesos que considera cruciales para brindar una atención al cliente excepcional en su taller?	Tenemos unas reglas básicas para tratar bien a la gente, como ser amables, escuchar lo que dicen y solucionar cualquier problema lo más rápido posible.
3	¿Qué medidas ha implementado hasta ahora para garantizar que la calidad de atención al cliente sea una prioridad en todas las áreas de su taller?	Hemos hecho algunas cosas para mejorar la atención al cliente, como enseñar a nuestro equipo a tratar bien a la gente y preguntarles a los clientes qué piensan de nuestro servicio.
4	¿Cómo identifica usted las necesidades y expectativas específicas de los clientes en cuanto a la atención y el servicio que reciben en su taller?	Nos gusta hablar con los clientes y ver cómo podemos ayudarlos mejor. A veces, solo tenemos que prestar atención a lo que dicen para entender lo que necesitan.



5	¿Cuáles son las estrategias que considera más efectivas para mejorar continuamente la calidad del servicio al cliente en el taller "Freddy"?	Siempre estamos buscando maneras de hacer las cosas mejor, ya sea usando nuevas tecnologías o escuchando a nuestros clientes para ver qué les gusta y qué no.
6	¿Cómo involucra a su equipo de trabajo en el mantenimiento y mejora de la calidad en la atención al cliente? ¿Qué roles desempeñan los empleados en este aspecto?	Trabajamos en equipo para ayudarnos mutuamente y asegurarnos de que todos sepamos cómo tratar a los clientes de la mejor manera posible.
7	¿Cómo gestiona usted las quejas o sugerencias de los clientes y cómo se asegura de que se resuelvan de manera satisfactoria y oportuna?	Si alguien tiene un problema, lo tratamos de arreglar lo más rápido posible. No queremos que nadie se quede insatisfecho con nuestro servicio.
8	¿Cuáles considera usted que son los principales desafíos en cuanto a la atención al cliente en su taller y qué medidas está tomando o planea tomar para superarlos y garantizar una experiencia excepcional para sus clientes?	Sabemos que a veces hay problemas con el servicio al cliente, pero estamos listos para enfrentarlos y mejorar en lo que podamos. Siempre estamos aprendiendo de nuestras experiencias.

## DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Tras analizar detenidamente los resultados de la encuesta dirigida a los clientes habituales del taller de soldadura "FREDDY", se observa una clara demanda por un mayor asesoramiento técnico al momento de encargar productos. El 100% de los usuarios comentaron que No recibían asesoramiento sobre el producto al momento de adquirirlo, seguido de que el 100% de los encuestados expresaron su deseo de recibir este tipo de orientación, lo que sugiere una oportunidad para el taller de mejorar su servicio al cliente al proporcionar información más detallada y especializada durante el proceso de pedido. Además, hay un 100% de clientes manifestando que esperan que haya una garantía al momento de que un producto salga con alguna falla u defecto, es alentador ver que el 100% de los encuestados esperan que el taller siempre disponga de los productos necesarios para su fabricación, lo que indica una alta confianza en la capacidad del establecimiento para satisfacer sus necesidades.

Por otro lado, los resultados de la entrevista con el propietario del taller "FREDDY" revelan un enfoque consciente en la importancia de la atención al cliente. El propietario reconoce la necesidad de capacitar constantemente al personal para garantizar una experiencia excepcional para los clientes. Además, se destacan medidas como el énfasis en la amabilidad, la resolución rápida de problemas y el uso de retroalimentación de los clientes para mejorar continuamente el servicio. Es evidente que el taller está comprometido con el desarrollo de estrategias efectivas para mantener y mejorar la calidad de su atención al cliente, lo que puede contribuir significativamente a la fidelización de los clientes y al éxito a largo plazo del negocio.

## CONCLUSIONES

Tras haber llevado a cabo el estudio con el objetivo de determinar la calidad en la atención al usuario en el Taller de Soldadura "Freddy", se pueden extraer conclusiones significativas. En primer lugar, se destaca la importancia crucial de la atención al cliente en la industria del taller de soldadura, como lo evidencia la alta demanda por un mayor asesoramiento técnico expresada por los clientes habituales en la encuesta. Lo que respalda el objetivo específico de analizar la importancia de la calidad de atención al cliente, ya que demuestra que los clientes valoran la orientación especializada para mejorar su experiencia de compra.

En segundo lugar, al identificar los procesos que se llevarán a cabo en función de la calidad de atención al cliente, se observa que el taller "Freddy" ya ha implementado medidas para mejorar la atención al usuario, como capacitar al personal y fomentar un ambiente de trabajo en equipo ya que no lo ha realizado de manera constante al personal de la empresa para que pueda obtener una mejor atención al usuario. Estos hallazgos respaldan el objetivo específico de identificar los procesos relacionados con la calidad de atención al cliente, ya que demuestran que el taller está comprometido con la implementación de prácticas que mejoren la experiencia del cliente y contar con abastecimiento de materiales para la fabricación de productos de buena calidad.

Por último, al evaluar las estrategias para mejorar la calidad del servicio al cliente en el taller "Freddy", se destaca la disposición del propietario para abordar los desafíos y mejorar continuamente. Esto se alinea con el objetivo específico de evaluar las estrategias para mejorar la calidad del servicio al cliente, ya que muestra un enfoque proactivo hacia la identificación y solución de problemas para garantizar una experiencia excepcional para los clientes. En conjunto, estas conclusiones respaldan la importancia de mantener un enfoque centrado en el cliente para asegurar el éxito y la competitividad en el mercado del taller de soldadura.

## RECOMENDACIONES

Implementar un programa de formación continua: Sería beneficioso para el taller "Freddy" establecer un plan de formación en curso para su personal, enfocado en desarrollar habilidades tanto en atención al cliente como en conocimientos técnicos. Esto garantizará que el equipo esté preparado para ofrecer asesoramiento especializado y una experiencia óptima a los clientes. Además, este enfoque en la educación continua ayudará a mantener alta la moral del personal y su compromiso con la excelencia en el servicio.

Establecer un sistema de retroalimentación regular: Se sugiere la implementación de un sistema formal de retroalimentación, donde los clientes puedan compartir sus opiniones y sugerencias sobre el servicio recibido. Esto podría incluir encuestas periódicas, buzones de sugerencias o incluso reuniones de seguimiento con clientes destacados. Al escuchar activamente las necesidades y expectativas de los clientes, el taller "Freddy" podrá identificar áreas de mejora y ajustar sus procesos para satisfacer mejor las demandas del mercado.

Cultivar una cultura de mejora continua: Se recomienda que el taller "Freddy" promueva una cultura organizacional centrada en la mejora continua. Esto implica incentivar la innovación y la búsqueda constante de formas de optimizar sus operaciones. Se pueden establecer programas de reconocimiento para el personal que proponga ideas innovadoras o soluciones efectivas a problemas identificados. Al fomentar un ambiente donde el aprendizaje y la mejora sean valores fundamentales, el taller podrá mantenerse a la vanguardia en cuanto a calidad de servicio y satisfacción del cliente.

## REFERENCIAS

Álvarez, A., & García, J. (2021). *Comunicación empresarial y atención al cliente (1 ed.)*. Madrid, España: Editorial Editex.

Arenal Laza, C. (2019). *Gestión de la atención al cliente / consumidor. UF0036. (1 ed.)*. España: Editorial Tutor Formación.

Carrasco, F. S. (2019). *Atención al cliente en el proceso comercial (2 ed.)*. Madrid: Ediciones Paraninfo, S.A.

Carrasco, S. (2018). *Guía práctica de atención al cliente (1 ed.)*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo, S.A.

Fernández Verde, L., & Fernández Rico, E. M. (2017). *Comunicación empresarial y atención al cliente 2.a edición (2 ed.)*. Madrid: Ediciones Paraninfo, S.A.

García, M. J. (2014). *Gestión de la atención al cliente/consumidor. COMT0110 (1 ed.)*. Antequera, Málaga: Bookwire GmbH.

Gil, J. (2020). *COMT004PO - Fundamentos de atención al cliente (1.0 ed.)*. ESPAÑA: ELEARNING S.L.

Ladrón de Guevara, M. Á. (2020). *Atención al cliente en el proceso comercial. UF0349. (1 ed.)*. San Millán : Editorial Tutor Formación.

López, S. (2020). *Atención al cliente, consumidor y usuario (1 ed.)*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo, S.A.

*Martínez, R. (2016). Servicio al cliente interno. Bogota : Ediciones de la U.*

*Mateos de Pablo Blanco, M. (2019). Atención al cliente y calidad en el servicio. COMM002PO.*

*(1 ed.). IC Editorial.*

*Mondelo, H., & Inmaculada, I. (2016). UF0349 Atención al cliente en el proceso comercial (1*

*ed.). Ideaspropias.*

*Ongallo Chaclón, C. (2013). La atención al cliente y el servicio postventa (1 ed.). Madrid,*

*España: Editorial Díaz de Santos, S.A.*

*Palomo, M. (2023). Atención al cliente 2.a edición 2023 (2 ed.). Sierra de Guadamarra:*

*Ediciones Paraninfo, S.A.*

*Palomo, M. M. (2014). Atención al cliente (1 ed.). Velazquez 31,3 - Madrid España: Ediciones*

*Paraninfo, S.A.*

## ANEXOS



**Entrevista realizada al dueño del taller de fabricación  
de soldadura “freddy” de la ciudad de Babahoyo,  
en el periodo 2023.**



### **Cuestionario de preguntas**

- 1. ¿Cree usted que deberían capacitar constantemente al personal para tener una excelente atención al cliente?**
- 2. ¿Cuáles son los principales procesos que considera cruciales para brindar una atención al cliente excepcional en su taller?**
- 3. ¿Qué medidas ha implementado hasta ahora para garantizar que la calidad de atención al cliente sea una prioridad en todas las áreas de su taller?**
- 4. ¿Cómo identifica usted las necesidades y expectativas específicas de los clientes en cuanto a la atención y el servicio que reciben en su taller?**
- 5. ¿Cuáles son las estrategias que considera más efectivas para mejorar continuamente la calidad del servicio al cliente en el taller "Freddy"?**
- 6. ¿Cómo involucra a su equipo de trabajo en el mantenimiento y mejora de la calidad en la atención al cliente? ¿Qué roles desempeñan los empleados en este aspecto?**
- 7. ¿Cómo gestiona usted las quejas o sugerencias de los clientes y cómo se asegura de que se resuelvan de manera satisfactoria y oportuna?**
- 8. ¿Cuáles considera usted que son los principales desafíos en cuanto a la atención al cliente en su taller y qué medidas está tomando o planea tomar para superarlos y garantizar una experiencia excepcional para sus clientes?**

## Caso de estudio

< 1%  
Textos sospechosos



< 1% Similitudes

0% similitudes entre comillas  
0% entre las fuentes mencionadas

< 1% Idiomas no reconocidos

11% Textos potencialmente generados por la IA (ignorado)

**Nombre del documento:** ESTUDIO DE CASO SCARLETH ELIZONDO pp (1).docx

**ID del documento:** 807d538e43e006a8e571b59beb867d7536edf156

**Tamaño del documento original:** 48,42 kB

**Autor:** Scarleth Elizondo

**Depositante:** Scarleth Elizondo

**Fecha de depósito:** 4/3/2024

**Tipo de carga:** url\_submission

**fecha de fin de análisis:** 4/3/2024

**Número de palabras:** 4463

**Número de caracteres:** 29.020

Ubicación de las similitudes en el documento:



### Fuente con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 <b>dspace.utb.edu.ec</b> <a href="http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/15216/E-UTB-FAFI-COM-000326.pdf?sequence=1">http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/15216/E-UTB-FAFI-COM-000326.pdf?sequence=1</a>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (20 palabras)





Babahoyo, 19 de enero de 2024  
D-FAFI-UTB-0018-2024

Señor,

Freddy Zapata Ynfante:

**DUEÑO DE LA EMPRESA DE SOLDADURA FREDDY.**


Ciudad. -

De mis consideraciones:

Reciba un cordial saludo por parte de la Facultad de Administración, Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo, donde formamos profesionales altamente capacitados en los campos de Tecnologías de la Información y de Administración, competentes, con principios y valores cuya practica contribuye al desarrollo integral de la sociedad, es por ello que buscamos prestigiosas Empresas e Instituciones Públicas y Privadas en las cuales nuestros futuros profesionales tengan la oportunidad de afianzar sus conocimientos.

La señorita **SCARLETH ELIZABETH ELIZONDO TACLE** con cédula de identidad No. **120706649-7** estudiante de la Carrera de Comercio, matriculada en el proceso de titulación en el periodo **NOVIEMBRE 2023 – ABRIL 2024**, trabajo de titulación modalidad examen de carácter complexivo, previo a la obtención del grado académico profesional universitario de tercer nivel como **LICENCIADA EN COMERCIO**, solicita por intermedio del Decanato de esta Facultad el debido permiso para realizar su estudio de caso con tema tentativo: **“CALIDAD EN ATENCIÓN AL USUARIO EN EL TALLER DE FABRICACIÓN DE SOLDADURA “FREDDY” DE LA CIUDAD DE BABAHOYO EN EL PERIODO 2023”**.

Atentamente,

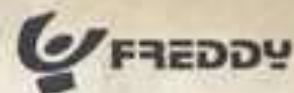
  
**Ledo. Eduardo Galeas Guijarro, MAE**  
**DECANO**



**“FABRICACIÓN DE SOLDADURA FREDDY”**  
*Freddy Zapata Ynfante*  
*Ynfante*

c.c: Archivo

"COMERCIAL FREDDY"



Babahoyo, 08 de febrero del 2024

Magister

Eduardo Galeas Guijarro

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

En su despacho.

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos Comercial "FREDDY" 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 SCARLETH ELIZABETH ELIZONDO TACLE 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 TALLER DE FABRICACIÓN DE SOLDADURA "FREDDY" DE LA CIUDAD DE BABAHOYO EN EL PERIODO 2023** el cual es requisito indispensable para poder titularse.

Sin otro particular me suscribo de usted

Atentamente

"COMERCIAL FREDDY"

FREDDY GIOVANNY ZAPATA YNFANTE

1201284054 comercialdonfreddy@gmail.com

<b>Apellidos y nombres</b> ZAPATA INFANTE FREDDY JEOVANI		<b>Número RUC</b> 1201284054001	21FS 1201
<b>Estado</b> ACTIVO	<b>Régimen</b> RIMPE - EMPRENDEDOR	<b>Artesano</b> JNDA ✓	
<b>Fecha de registro</b> 23/07/1999	<b>Fecha de actualización</b> 01/08/2023		
<b>Inicio de actividades</b> 23/07/1999	<b>Reinicio de actividades</b> No registra	<b>Cese de actividades</b> No registra	
<b>Jurisdicción</b> ZONA 5 / LOS RIOS / BABAHOYO		<b>Obligado a llevar contabilidad</b> NO	
<b>Tipo</b> PERSONAS NATURALES	<b>Agente de retención</b> NO	<b>Contribuyente especial</b> NO	

**Domicilio tributario****Ubicación geográfica**

Provincia: LOS RIOS Cantón: BABAHOYO Parroquia: CLEMENTE BAQUERIZO

**Dirección**

Calle: PEDRO CARBO Número: S/N Intersección: JUAN X MARCOS Referencia:  
DIAGONAL AL TALLER MECANICO CARLOS JULIO

**Medios de contacto**

Celular: 0991712804 Teléfono domicilio: 052731846 Email:  
comerciaidonfreddy@gmail.com

**Actividades económicas**

- C25110301 - FABRICACIÓN DE PUERTAS Y VENTANAS DE METAL Y SUS MARCOS (INCLUSO ENROLLABLES), POSTIGOS(PUERTAS) Y PORTALES, BALCONES, ESCALERAS, REJAS, TABIQUES DE METAL PARA FUAR AL SUELO, ETCÉTERA.
- G47520101 - VENTA AL POR MENOR DE ARTICULOS DE FERRETERIA: 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, EXTINTORES, SEGADORAS DE CÉSPED DE CUALQUIER TPO, ETCÉTERA EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS.
- G47520403 - VENTA AL POR MENOR DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN DE PRODUCTOS METÁLICOS Y NO METÁLICOS PARA ESTRUCTURAS EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS.

**Establecimientos****Abiertos**

1

**Cerrados**

0

**Obligaciones tributarias**

- 1011 - DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA PERSONAS NATURALES
- 2021 - DECLARACIÓN SEMESTRAL IVA

Apellidos y nombres  
ZAPATA INFANTE FREDDY JEOVANI

Número RUC  
1201284054001

**i** Las obligaciones tributarias reflejadas en este documento están sujetas a cambios. Revise periódicamente sus obligaciones tributarias en [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec).

### Números del RUC anteriores

No registra

Recibido por:

*Freddy Zapata y  
Jovani*

Fecha:

**SRI** SE VERIFICA QUE LOS DOCUMENTOS DE IDENTIDAD  
Y CERTIFICADO DE VOTACIÓN ORIGINALES  
PRESENTADOS PERTENECEN AL CONTRIBUYENTE

01 AGO 2023

Firma del Servidor Responsable

USUARIO: BCYAO20315 AGENCIA: BABAHoyo

Declaro que la información entregada es verdadera, por lo que asumo la responsabilidad legal de acuerdo a la normativa vigente.



Código de verificación:

RER169092606503724

Fecha y hora de emisión:

01 de agosto de 2023 16:41

Usuario emisor:

Yance Alvarado Betsy Carolina

Si los datos de este certificado son adulterados pierde su validez.