



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

NOVIEMBRE 2023- MARZO 2024

EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE CARRERA DE CARÁCTER COMPLEXIVO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMERCIO

TEMA:

**Atención al cliente en el comercial “solano” de la ciudad de babahoyo,
periodo 2023**

ESTUDIANTE:

NOÉ MOISES MARTINEZ TARIRA

TUTOR:

CPA. JULIO ERNESTO MORA ARISTEGA, MAE

AÑO 2024

Índice

RESUMEN	3
SUMMARY	4
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
2. OBJETIVOS	7
2.1. OBJETIVO GENERAL	7
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
3. JUSTIFICACIÓN	8
4. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	9
5. ARTICULACIÓN CON PRACTICAS PRE -PROFESIONALES/ VINCULO....	10
6. MARCO CONCEPTUAL	11
7. MARCO METODOLÓGICO.....	24
8. RESULTADOS.....	25
9. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	30
10. CONCLUSIONES	32
11. RECOMENDACIONES.....	33
BIBLIOGRAFÍA	34
ANEXOS	35

Tabla de Anexos

Anexo 1 Carta de autorización.....	35
Anexo 2 RUC de la Empresa	36
Anexo 3 Certificado del Antiplagió.....	37
Anexo 4 Formulario de la Encuesta.....	38
Anexo 5 Métrica de Evaluación.....	38

RESUMEN

La atención al cliente desempeña un papel crucial en el éxito de cualquier empresa, y el caso de estudio de la empresa Comercial "SOLANO" en la ciudad de Babahoyo durante el período 2023 ofrece una visión única sobre cómo una gestión efectiva de este aspecto puede marcar la diferencia. En este estudio, se examina la estrategia y ejecución de la atención al cliente por parte del Comercial SOLANO, centrándose en su compromiso con la excelencia y la satisfacción del cliente. El comercial ha demostrado un compromiso firme con la calidad en sus productos y servicios, pero su énfasis en la atención al cliente ha sido especialmente notable. Durante el período de estudio, la empresa ha implementado un enfoque proactivo para comprender las necesidades y expectativas de sus clientes en el sector de pinturas.

La capacitación del personal ha sido una prioridad para SOLANO, con un énfasis en la empatía y la resolución de problemas. Los representantes de atención al cliente han recibido formación exhaustiva sobre los productos, colores y aplicaciones, lo que ha mejorado significativamente la capacidad de proporcionar asesoramiento experto. Este enfoque proactivo no solo ha fortalecido la relación con los clientes existentes, sino que también ha contribuido a la captación de nuevos clientes a través de recomendaciones positivas. Además, SOLANO ha integrado tecnologías modernas para mejorar la experiencia del cliente. La implementación de plataformas en línea y aplicaciones móviles ha facilitado a los clientes la realización de pedidos, consultas de inventario y seguimiento de entregas. Este enfoque tecnológico ha optimizado la eficiencia operativa y ha contribuido a una experiencia de cliente más satisfactoria. El compromiso social de SOLANO a través de programas comunitarios y patrocinios locales, la empresa ha construido una imagen de responsabilidad social que resuena con sus clientes en Babahoyo.

Palabras claves: Atención, Calidad, Capacitación, Clientes, Servicio.

SUMMARY

Customer service plays a crucial role in the success of any company, and the case study of the paint company "SOLANO" in the city of Babahoyo during the period 2022 offers a unique insight into how effective management of this aspect can Make a Difference. This study examines SOLANO's customer service strategy and execution, focusing on its commitment to excellence and customer satisfaction. The commercial has demonstrated a firm commitment to quality in its products and services, but its emphasis on customer service has been especially notable. During the study period, the company has implemented a proactive approach to understand the needs and expectations of its customers in the paint sector.

Staff training has been a priority for SOLANO, with an emphasis on empathy and problem solving. Customer service representatives have received extensive training on products, colors and applications, which has significantly improved the ability to provide expert advice. This proactive approach has not only strengthened the relationship with existing clients, but has also contributed to the acquisition of new clients through positive referrals. Furthermore, SOLANO has integrated modern technologies to improve customer experience. The implementation of online platforms and mobile applications has made it easier for customers to place orders, inventory inquiries and track deliveries. This technological approach has optimized operational efficiency and contributed to a more satisfying customer experience. SOLANO's social commitment through community programs and local sponsorships, the company has built an image of social responsibility that resonates with its customers in Babahoyo.

Keywords: Attention, Quality, Training, Clients, Service

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El comercial Solano es una empresa dedicada a la venta de productos de acabados, pinturas e implementos del mismo, su propietario, Solano Cabezas Hugo Oswaldo, ubicado en la ciudad de Babahoyo, en las calles Avenida Universitaria Frente Al Gobierno Autónomo, la atención al cliente es un aspecto fundamental para cualquier empresa que busca mantener y mejorar su posición en el mercado, sin embargo, la empresa comercial Solano enfrenta una serie de problemas que van desde la falta de compromiso hasta la escasez de capacitación y la falta de empatía, en este análisis se abordará los desafíos identificados y propondrá posibles estrategias de mejora de la atención al cliente en la empresa.

Otro problema clave es el desconocimiento de estrategias efectivas de atención al cliente por parte del personal de la empresa, esto se manifiesta en la falta de procedimientos claros para abordar las quejas de los clientes, tiempos de respuesta lentos o respuestas inadecuadas a las consultas de los clientes; sin una comprensión adecuada de cómo manejar eficazmente las interacciones con los clientes, la empresa corre el riesgo de alienar a su base de clientes y perder oportunidades de negocio, la falta de comprensión de la cultura y las preferencias de los clientes es otro desafío, sin conocer las necesidades específicas de su base de clientes, es difícil proporcionar un servicio que satisfaga sus expectativas, esto da como resultado en productos o servicios que no se ajustan a las preferencias del cliente o en comunicaciones inefectivas.

El desconocimiento de estrategias efectivas de atención al cliente es un problema crucial para cualquier empresa, ya que la satisfacción del cliente es fundamental para el éxito a largo plazo, esto puede resultar en la pérdida de la lealtad del cliente y en la propagación de comentarios negativos sobre la empresa, lo que a su vez puede afectar su reputación, además, los tiempos de

respuesta lentos o las respuestas inadecuadas a las consultas de los clientes pueden dar la impresión de que la empresa no valora la opinión o las necesidades de sus clientes.

La falta de capacitación no aporta dado que al no tener una capacitación adecuada existirá la falta de empatía del personal hacia los clientes en la empresa, la empatía es crucial en la atención al cliente, ya que permite a los empleados comprender y responder efectivamente a las necesidades emocionales y prácticas de los clientes; sin embargo, la falta de capacitación y de habilidades seguido con la poca empatía, lleva a interacciones impersonales no aptas ni cómodas entre cliente y vendedor, lo que deja a los clientes insatisfechos, como resultados de esta problemática los informes de tratos inadecuados al cliente son un problema grave que afecta la reputación, dado que los clientes han experimentado tratos groseros, poco profesionales por parte del personal.

Otro aspecto a ser tomado en cuenta es la falta de habilidades de comunicación apropiadas que enfrenta la empresa en su atención al cliente, es la comunicación poco efectiva que se ha llevado a cabo entorno a la atención al cliente por parte del cliente interno, dado que son necesarias para establecer relaciones positivas con los clientes y resolver problemas de manera satisfactoria, sin embargo, el personal carece de habilidades de comunicación, las interacciones con los clientes se han vuelto confusas, poco claras, lo que afecta negativamente la experiencia del cliente.

Para finalizar, la carencia de personalización y empatía en la atención es una preocupación fundamental que afecta tanto a clientes como al personal de la empresa, esta falta de enfoque centrado en el usuario genera una sensación de deshumanización, donde los individuos se perciben más como elementos de un sistema que como seres humanos con necesidades únicas y emociones válidas, es por ello que la este punto es crucial dado que la empresa está fallando en estos aspectos y el cliente interno no está motivado a tener una mejor atención y trato a su cliente

2. OBJETIVOS

2.1.OBJETIVO GENERAL

- Analizar el proceso de atención al cliente en el Comercial “SOLANO” mediante técnicas de investigación que identifiquen el nivel de satisfacción de los clientes.

2.2.OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las causas que influyen en el nivel de satisfacción de los clientes en el comercial “SOLANO”, mediante una encuesta de satisfacción a los usuarios, para la identificación de las falencias que persisten dentro de la empresa en cuanto a la atención al cliente.
- Determinar el grado de calidad de atención al cliente que ofrece la empresa, aplicando métricas de servicio al cliente, para medir el alcance de la organización.
- Proponer líneas de acción, mediante los resultados obtenidos, para la optimización de la atención al cliente brindada.

3. JUSTIFICACIÓN

El presente estudio de caso tiene como fin elaborar un análisis sobre la Atención al Cliente en el Comercial "SOLANO" en la ciudad de Babahoyo durante el periodo 2023, es crucial para comprender a fondo la dinámica y los desafíos que enfrenta esta empresa, el estudio de caso se lleva a cabo con el objetivo de analizar y comprender en profundidad la dinámica de atención al cliente en este establecimiento específico, este trabajo se justifica dado que la se ha presentado varias problemáticas que los propietarios desean identificar para lograr mejorar, la atención al cliente es un componente crucial para el éxito y la sostenibilidad de cualquier negocio, especialmente en el sector de ventas minoristas como lo es, la del comercial Solano.

El análisis detallado de las prácticas de atención al cliente en "SOLANO" proporcionará información valiosa sobre la eficacia de las estrategias implementadas, identificando áreas de mejora y oportunidades para fortalecer la relación con los clientes, la viabilidad de este estudio radica en la relevancia directa que tiene para la mejora continua de los servicios ofrecidos por el Comercial "SOLANO". Al comprender las expectativas y necesidades de los clientes, la empresa podrá ajustar sus políticas y prácticas para ofrecer experiencias más satisfactorias, generando así una ventaja competitiva en el mercado.

Este estudio beneficia tanto a la empresa como a sus clientes y a la comunidad académica, científica y a micro empresarios del entorno, en el caso del Comercial "SOLANO", obtendrá una evaluación objetiva de su desempeño en el área de atención al cliente, lo que le permitirá realizar ajustes estratégicos orientados a la excelencia en el servicio, para los clientes, el beneficio se traduce en una experiencia de compra más positiva, donde sus expectativas son comprendidas y atendidas de manera eficiente; además, el análisis de este caso específico proporcionará técnicas valiosos para otros negocios locales en Babahoyo y la región y así lograr crecimiento empresarial.

4. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

El estudio de caso titulado "Atención al Cliente en el Comercial de Pinturas “SOLANO” de la ciudad de Babahoyo, Periodo 2023", es un análisis orientado a la calidad de atención al cliente, en el cual se identifican los diversos factores que afectan al comercial en relación con su atención ofrecida al cliente, buscando evaluar la situación del periodo actual. El presente trabajo, de acuerdo al planteamiento del tema, se vincula con la línea de investigación: Gestión financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control, y se enmarca en la sublínea de marketing y comercialización.

Existe un vínculo directo entre las actividades practicadas en el Comercial SOLANO y la línea de investigación: Gestión financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control, dado que el comercial está dedicado exclusivamente a la venta de productos como pinturas y otros implementos de la línea de acabados. El mercado objetivo está constituido para otorgar productos y utensilios de pintura para acabados y otros, es decir, no caben restricciones al público habitual; esto quiere decir que se puede acceder a los productos de forma libre y sin restricciones. Lo cual lo categoriza como un acto de comercialización y venta en lo que se valorara la atención al cliente en el momento de las ventas o brindar información a los usuarios que lo soliciten.

Por su parte el vínculo con la sub- línea de investigación tiene una estrecha conexión dado que la empresa se dedica a comercializar y vender productos de forma por mayor o menor, haciendo uso del contacto directo con los usuarios que adquieren su productos, en este ámbito se hace presente la comercialización y también estrategias de marketing para llegar de forma efectiva al cliente, la línea de investigación está estrechamente relacionada con el giro comercial de la empresa, y su vínculo esta correlacionando a la orientación del estudio de caso presentado.

5. ARTICULACIÓN CON PRACTICAS PRE -PROFESIONALES/ VINCULO

El presente estudio está articulado directamente con el trabajo de prácticas pre-profesionales, dado que refleja una conexión intrínseca con las labores desempeñadas durante las prácticas, durante este periodo se lograron identificar y abordar desafíos en un entorno empresarial real. Las prácticas se centraron en la aplicación de procesos administrativos o comerciales en empresas tanto públicas como privadas bajo la supervisión del “tutor o docente”, lo que permitió la adquisición de valiosos conocimientos en este ámbito. La estrecha relación entre el proyecto de prácticas pre profesionales y el estudio de caso actual, titulado "Atención al Cliente en la empresa comercial Solano", se fundamenta en la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos.

Durante las prácticas, que tuvieron lugar en una entidad privada, se logró identificar y comprender la problemática en el contexto de una empresa real. Esta experiencia previa sirvió como base para abordar de manera efectiva la problemática planteada en el estudio de caso. El conocimiento obtenido durante las prácticas en el ámbito de la Atención al Cliente y Contabilidad se tradujo en la capacidad de analizar y diagnosticar problemas dentro de una organización, como se evidencia en el caso de prácticas pre- profesionales tituladas: "Aplicación de procesos administrativos o comerciales en empresas públicas y privadas bajo la supervisión del “tutor o docente”, cuyo aprendizaje a lo largo de la pasantía ayudó a la identificación de problemáticas para, previo a proponer, sugerir soluciones o realizar estudios acordes a la problemática planteada, es decir ser tratadas bajo los parámetros aprendidos dentro del proceso.

Este enfoque que se ha dado en el presente trabajo de titulación, este articulado a las experiencias obtenida durante la practica pre- Profesional, para de este modo en el estudio destacar cada conocimiento adquirido, la destreza desarrollada en campos empresariales reales, que aportan a la experiencia del futuro profesional, mediante este estudio realizado.

6. MARCO CONCEPTUAL

Atención al Cliente en el Comercial “SOLANO” de la ciudad de Babahoyo Período, 2023.

Atención al Cliente:

La atención al cliente es un elemento fundamental para el éxito de cualquier empresa. Es el proceso mediante el cual una empresa interactúa con sus clientes, ya sea para resolver problemas, proporcionar información o simplemente para mantener una relación positiva. Una atención al cliente eficiente no solo garantiza la satisfacción del cliente, sino que también contribuye a la retención de clientes y a la construcción de una reputación sólida (Calle M, 2017, pág. 34).

En primer lugar, la comunicación clara y efectiva es esencial. Los representantes de atención al cliente deben ser capaces de comprender las necesidades y preguntas de los clientes, respondiendo de manera precisa y amigable. La empatía también juega un papel crucial; los clientes quieren sentirse comprendidos y valorados. Al abordar los problemas con empatía, se crea un ambiente positivo que puede convertir una experiencia negativa en algo constructivo.

La implementación de sistemas de respuesta automática y la capacitación del personal para resolver problemas de manera eficiente son estrategias efectivas. Además, la disponibilidad a través de diversos canales, como teléfono, chat en vivo o redes sociales, aumenta la accesibilidad y mejora la experiencia del cliente. La retroalimentación del cliente también es invaluable, las empresas deben estar abiertas a recibir comentarios, ya que esto no solo ayuda a abordar problemas específicos, sino que también permite realizar mejoras continuas en los procesos de atención al cliente. La implementación de encuestas de satisfacción del cliente y la revisión constante de los comentarios son prácticas recomendadas (Palazuelos M, 2008, pág. 31).

Atención al Cliente:

La atención al cliente engloba todas las acciones y procedimientos implementados por una empresa para interactuar con sus clientes, satisfacer sus necesidades y resolver sus problemas. Este proceso va más allá de la simple transacción comercial, abarcando la creación de conexiones significativas que fortalezcan la relación empresa-cliente. La atención al cliente implica escuchar activamente, comprender las preocupaciones del cliente y ofrecer soluciones efectivas, contribuyendo así a una experiencia positiva (Quisintuña L, 2018, pág. 54).

Importancia de la Atención al Cliente:

La atención al cliente desempeña un papel crucial en la retención de clientes, la construcción de lealtad y la mejora de la imagen de la empresa. Clientes satisfechos no solo son propensos a repetir compras, sino que también pueden convertirse en defensores de la marca, recomendándola a otros. La atención al cliente eficaz no solo resuelve problemas, sino que crea una conexión emocional que perdura en el tiempo, fomentando la confianza y la fidelidad (Fernandez M, 2018, pág. 19).

Ciclo de Vida del Cliente:

La atención al cliente está intrínsecamente ligada al ciclo de vida del cliente, desde la adquisición inicial hasta la retención a largo plazo. Comprender las necesidades cambiantes de los clientes en cada etapa y adaptar las estrategias de atención en consecuencia es esencial para maximizar la satisfacción y garantizar la lealtad continua (Cerna R, 2019, pág. 34).

Expectativas del Cliente:

Las expectativas del cliente son un componente central en la calidad de la atención al cliente. Superar esas expectativas implica no solo satisfacer las necesidades declaradas, sino

también anticipar y abordar proactivamente las necesidades futuras. Gestionar y superar expectativas crea experiencias positivas que fortalecen la percepción de la marca (Cerna R, 2019, pág. 23).

Comunicación Efectiva:

La comunicación efectiva es fundamental en la atención al cliente. La escucha activa, la empatía y la claridad en la información proporcionada son elementos esenciales para construir una relación sólida con el cliente. Una comunicación clara y comprensible contribuye a resolver problemas de manera eficiente y a establecer una conexión emocional duradera (Francisco Ariza, 2019, pág. 54).

Tecnología y Atención al Cliente:

Las tecnologías modernas, como los sistemas de gestión de relaciones con el cliente (CRM) y las plataformas de servicio al cliente en línea, están transformando la forma en que se brinda atención al cliente. Estas herramientas permiten un seguimiento más eficiente de las interacciones, personalización de servicios y respuestas rápidas, mejorando la experiencia del cliente.

Resolución de Problemas:

La resolución efectiva de problemas es esencial en la atención al cliente. Estrategias bien definidas para gestionar quejas y tomar decisiones en situaciones difíciles no solo resuelven los problemas del cliente, sino que también fortalecen la confianza y la lealtad.

Capacitación del Personal:

La formación y desarrollo del personal son cruciales en habilidades de servicio al cliente. La actitud positiva, el conocimiento del producto y las habilidades de resolución de problemas son

componentes clave para brindar un servicio al cliente excepcional. Además, es fundamental implementar programas de actualización periódica para asegurar que el personal esté al tanto de las últimas tendencias y novedades en el mercado, garantizando así un servicio informado y actualizado. Asimismo, fomentar un ambiente de trabajo colaborativo y motivador contribuye a fortalecer el compromiso del equipo, generando un impacto positivo en la calidad del servicio ofrecido.

Indicadores de Desempeño:

La medición de indicadores clave, como la satisfacción del cliente, el tiempo de respuesta y la tasa de resolución, proporciona información valiosa sobre la eficacia de la atención al cliente y permite realizar mejoras continuas.

Cultura Organizacional y Atención al Cliente:

La cultura organizacional influye directamente en la calidad de la atención al cliente. Una cultura centrada en el cliente fomenta la empatía y la prioridad en la satisfacción del cliente, creando un ambiente propicio para la excelencia en el servicio.

Tendencias Futuras:

Las tendencias emergentes, como la inteligencia artificial, la automatización y la personalización, están dando forma al futuro de la atención al cliente. Estas innovaciones prometen mejorar la eficiencia, la personalización de las interacciones y la anticipación de las necesidades del cliente, transformando la forma en que las empresas abordan el servicio al cliente en el futuro (Calle M, 2017).

Gestión de atención al Cliente:

La gestión efectiva de la atención al cliente es un pilar crucial para el éxito sostenible de cualquier empresa. La importancia de este aspecto se ve respaldada por diversas declaraciones de destacados empresarios y líderes de la industria que reconocen su impacto significativo en la reputación y la prosperidad empresarial. Steve Jobs, cofundador de Apple, afirmó una vez: "Tu cliente no sabe nada acerca de lo que haces, excepto por la calidad del servicio que reciben". Esta declaración destaca la importancia de la percepción del cliente sobre la calidad del servicio como un factor clave en la satisfacción y fidelización del cliente (Forbes, 2021).

Warren Buffett, el reconocido inversor y CEO de Berkshire Hathaway, también subrayó la relevancia de la atención al cliente al afirmar: "No tienes que hacer cosas extraordinarias para obtener resultados extraordinarios. Haz cosas ordinarias de manera extraordinaria". En este contexto, se destaca la importancia de la consistencia y la excelencia en cada interacción con el cliente, incluso en las tareas aparentemente cotidianas.

Otro líder influyente, Jeff Bezos, fundador de Amazon, expresó su enfoque centrado en el cliente al afirmar: "Obsesionarse con el cliente es la mejor manera de competir". Esta perspectiva destaca la necesidad de comprender profundamente las necesidades y expectativas del cliente para proporcionar soluciones que superen sus expectativas.

El Departamento de Atención al Cliente

Desempeña un papel fundamental en cualquier empresa al buscar ofrecer un servicio de calidad que garantice la satisfacción de los clientes. Su responsabilidad abarca desde el periodo previo a la compra hasta después de la misma, gestionando de manera eficaz las interacciones con los consumidores. La resolución de dudas, quejas y reclamaciones es su cometido principal,

buscando establecer y mantener relaciones positivas y duraderas con la clientela (Ariza J & Ariza J, 2020, pág. 23).

El concepto subyacente en este departamento se centra en la importancia de atender rápidamente las necesidades y preocupaciones de los clientes. En un entorno empresarial altamente competitivo, donde los consumidores tienen acceso a diversas opciones, la calidad del servicio al cliente se convierte en un factor crítico para el éxito del negocio. En este sentido, un servicio eficiente puede marcar la diferencia entre un cliente satisfecho que regresa y uno insatisfecho que opta por no volver, destacando la relevancia estratégica de este departamento (Alvarez M, 2019, pág. 65).

La empatía se erige como una de las características clave de un departamento de atención al cliente eficaz. Los agentes deben demostrar la capacidad de comprender las preocupaciones y emociones del cliente, ofreciendo soluciones adaptadas a sus necesidades particulares. La comunicación efectiva también desempeña un papel esencial, exigiendo que los representantes sean claros y concisos en sus respuestas, evitando el uso de lenguaje técnico. Además, la rapidez en la respuesta se convierte en un factor crucial en la era digital, donde las redes sociales y otras plataformas online demandan respuestas inmediatas y atención constante (Arenal C, 2019, pág. 25).

Cliente:

El cliente, como destinatario final de los productos o servicios, representa la piedra angular de cualquier empresa. La atención al cliente se erige como un compromiso constante para comprender y satisfacer sus necesidades, resolver problemas y cultivar experiencias positivas. Esta

interacción directa contribuye a construir relaciones duraderas y fomentar la lealtad a lo largo del tiempo (Fernández M, 2018, pág. 27).

Clasificación de los clientes:

Cientes según su fidelidad:

- **Cientes leales:** Constituyen la columna vertebral de una empresa, manteniendo una preferencia constante y realizando compras repetidas.
- **Cientes ocasionales:** Compradores esporádicos que no manifiestan lealtad a una marca específica.
- **Cientes nuevos:** Aquellos que recientemente han realizado su primera compra, representando una oportunidad para captar su fidelidad.

Cientes según su valor económico:

- **Cientes VIP:** Generan un impacto económico significativo mediante compras frecuentes o grandes gastos.
- **Cientes de valor medio:** Contribuyen de manera significativa al negocio, aunque no tanto como los clientes VIP.
- **Cientes de bajo valor:** Realizan compras pequeñas y tienen un impacto más modesto en los ingresos.

Cientes según su comportamiento de compra:

- **Cientes impulsivos:** Toman decisiones sin planificación previa, guiados por factores emocionales o de impulso.

- **Clientes investigadores:** Realizan comparaciones y estudios antes de decidir realizar una compra.
- **Clientes indecisos:** Experimentan dificultades para tomar decisiones de compra y pueden necesitar estímulo adicional.

Clientes según su nivel de satisfacción:

- **Clientes satisfechos:** Contentos con la experiencia de compra, con una alta probabilidad de repetir transacciones.
- **Clientes insatisfechos:** Han experimentado una mala experiencia y podrían dejar de hacer negocios con la empresa.
- **Clientes neutrales:** No expresan una satisfacción o insatisfacción significativa, pudiendo necesitar un estímulo para volver a comprar.

Clientes según su ubicación:

- **Clientes locales:** Residentes o trabajadores cercanos a la ubicación física de la empresa.
- **Clientes regionales/nacionales:** Provenientes de diferentes regiones o países.
- **Clientes internacionales:** Residentes en otros países, realizando compras a través de canales internacionales (Cerna R, 2019, pág. 56).

Es esencial recordar que estas clasificaciones son adaptables a la naturaleza específica del negocio y sus metas, sirviendo como guía para personalizar estrategias de marketing y servicio al cliente que se ajusten a cada segmento.

Servicio al cliente:

El servicio al cliente abarca un conjunto integral de acciones que una empresa implementa antes, durante y después de la venta. Desde responder consultas hasta brindar asesoría, resolver quejas y ofrecer soporte técnico o posventa, cada interacción busca satisfacer las necesidades y expectativas del cliente. Esta atención continua no solo contribuye a cerrar transacciones exitosas, sino que también construye una relación duradera basada en experiencias positivas y satisfactorias (Cerna R, 2019, pág. 33).

Mejora continua

La mejora continua es un proceso iterativo que busca optimizar constantemente los procesos, productos o servicios de una organización. Se basa en la identificación de áreas de mejora, la implementación de cambios, el monitoreo de resultados y la retroalimentación para impulsar la eficiencia y la calidad de manera progresiva y sostenida (Mora J, Julio, 2017).

El impacto de la atención al cliente en las empresas

La atención al cliente desempeña un papel crucial en el éxito y la reputación de una empresa. Más allá de simplemente resolver problemas o responder preguntas, la calidad del servicio al cliente afecta directamente la percepción del cliente sobre la marca, la retención de clientes y, en última instancia, la rentabilidad de la empresa. Aquí se exploran algunos conceptos clave y aspectos relevantes del impacto de la atención al cliente en las empresas (Ramirez E, 2018, pág. 44).

La calidad del servicio al cliente también influye en la reputación de la empresa. En la era digital, las opiniones y reseñas de los clientes pueden llegar a un público masivo en cuestión de segundos. Un servicio al cliente deficiente puede generar críticas negativas que afectan la

percepción de la marca y disuaden a nuevos clientes potenciales. Por otro lado, experiencias positivas generan reseñas favorables que fortalecen la reputación de la empresa (Cerna R, 2019, pág. 21).

La lealtad del cliente está intrínsecamente ligada a la atención al cliente. Un servicio al cliente excepcional crea un vínculo emocional entre la empresa y el cliente, lo que aumenta la probabilidad de que el cliente elija nuevamente esa marca. La lealtad del cliente no solo implica compras repetidas, sino también una mayor disposición a probar nuevos productos o servicios de la misma empresa.

La gestión eficaz de las quejas y problemas es otro aspecto crucial. Las empresas que manejan de manera efectiva las situaciones problemáticas demuestran su compromiso con la satisfacción del cliente. Al abordar de manera proactiva los problemas y ofrecer soluciones rápidas, las empresas pueden convertir una experiencia negativa en una oportunidad para construir una relación más sólida con el cliente.

La tecnología en la atención al cliente

También desempeña un papel vital en la atención a la cliente moderna. Las empresas que implementan herramientas como chatbot, plataformas de redes sociales y sistemas de gestión de relaciones con el cliente (CRM) pueden mejorar la eficiencia y la rapidez en la atención al cliente. La automatización de procesos repetitivos libera tiempo para que los representantes de servicio al cliente se centren en interacciones más complejas y significativas (Thomsomps & Zemke, 1992 (2017)).

Factores que Influyen en la atención al cliente

Empatía: La empatía es crucial en la atención al cliente, ya que implica comprender y compartir los sentimientos del cliente. Los profesionales empáticos son capaces de conectarse emocionalmente con los clientes, creando un ambiente positivo y fortaleciendo la relación cliente-empresa. La empatía también permite anticipar las necesidades del cliente y abordar sus inquietudes de manera más efectiva.

Comunicación efectiva: La comunicación eficaz es esencial para garantizar una atención al cliente exitosa. Incluye la habilidad de escuchar activamente, expresarse claramente y transmitir información de manera comprensible. Una comunicación efectiva ayuda a resolver problemas de manera eficiente, reduce malentendidos y mejora la satisfacción del cliente.

Conocimiento del producto/servicio: Los profesionales de atención al cliente deben tener un profundo conocimiento de los productos o servicios que ofrecen. Esto les permite proporcionar información precisa, asesoramiento y soluciones a los clientes. Un conocimiento sólido contribuye a la confianza del cliente en la empresa y mejora la capacidad del representante para resolver consultas o problemas.

Tiempo de respuesta: La prontitud en la respuesta es un factor crítico. Los clientes valoran la rapidez con la que se abordan sus consultas o problemas. Un tiempo de respuesta ágil demuestra compromiso y atención hacia las necesidades del cliente, contribuyendo a una experiencia positiva.

Resolución de problemas: La capacidad para resolver problemas de manera eficiente y efectiva es fundamental. Los clientes aprecian soluciones rápidas y prácticas a sus inconvenientes. Un enfoque proactivo para la resolución de problemas contribuye a la fidelización del cliente y a la reputación positiva de la empresa.

Personalización del servicio: La personalización implica adaptar la atención al cliente a las necesidades y preferencias individuales. Conocer al cliente, recordar sus historiales y tratarlo de manera personalizada crea una experiencia más significativa y fortalece la lealtad del cliente hacia la marca.

Canales de comunicación variados: La diversificación de los canales de comunicación es esencial para adaptarse a las preferencias de los clientes. Ofrecer opciones como chat en vivo, correo electrónico, teléfono y redes sociales permite a los clientes interactuar según sus preferencias, mejorando la accesibilidad y la satisfacción general.

Estos factores son interdependientes y, cuando se gestionan de manera integral, contribuyen a una atención al cliente excepcional, creando relaciones sólidas y duraderas con los clientes.

Papel que juega la cultura en la atención al cliente

La cultura desempeña un papel crucial en la atención al cliente, ya que influye en la forma en que las personas se comunican, perciben el servicio y valoran la interacción con los demás. Aquí hay algunas maneras en que la cultura puede afectar la atención al cliente:

Normas de cortesía y etiqueta: Las normas culturales determinan lo que se considera cortés y respetuoso en la comunicación. La atención al cliente, efectiva implica comprender y adaptarse a estas normas para asegurar una interacción positiva.

Comunicación verbal y no verbal: La cultura afecta la forma en que las personas se expresan, incluyendo el tono de voz, gestos, expresiones faciales y contacto visual. Comprender y respetar estas diferencias culturales es esencial para una comunicación efectiva en el servicio al cliente.

Expectativas de servicio: Las expectativas sobre lo que constituye un buen servicio al cliente pueden variar según la cultura. Algunas culturas pueden valorar la eficiencia y la rapidez, mientras que otras pueden dar más importancia a la atención personalizada y a establecer relaciones a largo plazo.

Jerarquía y poder: En algunas culturas, la jerarquía y la posición social pueden afectar las interacciones. Los agentes de servicio al cliente deben ser conscientes de estas dinámicas y adaptarse para asegurar que todos los clientes se sientan valorados, independientemente de su posición social.

Sensibilidad cultural: La sensibilidad a las diferencias culturales es fundamental para evitar malentendidos y conflictos. La capacitación en atención al cliente debe incluir la conciencia y el respeto por la diversidad cultural.

Festividades y días festivos: La atención al cliente también puede verse afectada por festividades y días festivos específicos de cada cultura. Es importante estar al tanto de estos eventos y adaptar las estrategias de servicio al cliente en consecuencia (Carriel M, 2019).

La cultura desempeña un papel fundamental en la atención al cliente, ya que influye en las percepciones, expectativas y comportamientos tanto del cliente como del personal de servicio. La cultura puede afectar la forma en que se comunican las empresas con los clientes, las normas de cortesía, la forma en que se manejan los conflictos y la interpretación de la calidad del servicio. Por ejemplo, en algunas culturas, la cortesía excesiva puede ser percibida como falsa, mientras que en otras se espera como parte del trato. Además, las diferencias culturales pueden afectar la comprensión de las necesidades y preferencias del cliente, lo que requiere sensibilidad y adaptación por parte del personal de servicio.

7. MARCO METODOLÓGICO

7.1. Método

Dentro de los métodos que se utilizó a lo largo del estudio de caso fue el método Exploratorio, dado que contribuyo a explorar de forma minuciosa cuales eran los aspectos negativos que estaban afectando a la atención al cliente en la empresa; el método exploratorio también fue esencial para lograr hallar un vínculo entre la atención al cliente y cuanta influencia tenía entre la empresa, y los usuarios, clientes y consumidores, de esta forma se logró establecer los puntos críticos y los puntos de éxito de la empresa.

7.2. Técnicas

Las técnicas que se emplearon en el estudio de caso para la recopilación de información y satisfacción del cliente, fueron:

Encuestas: Encuesta de satisfacción de los usuarios para de esta forma determinar e identificar los problemas y falencias entorno a la atención al cliente.

Métricas de atención al cliente: El análisis de métricas de atención al cliente en el Comercial "SOLANO" proporcionó información crucial para identificar áreas de mejora en la eficiencia operativa, la satisfacción del cliente y la fidelización. Estos datos ayudaron a tomar decisiones estratégicas para mejorar la calidad del servicio y la experiencia del cliente.

7.3. Instrumentos:

- Se empleó un cuestionario estructurado para identificar y tabular los resultados de acuerdo a las respuestas obtenidas por parte de los encuestados.
- Formato de métricas para la identificación de la satisfacción del cliente y su valoración.

Población:

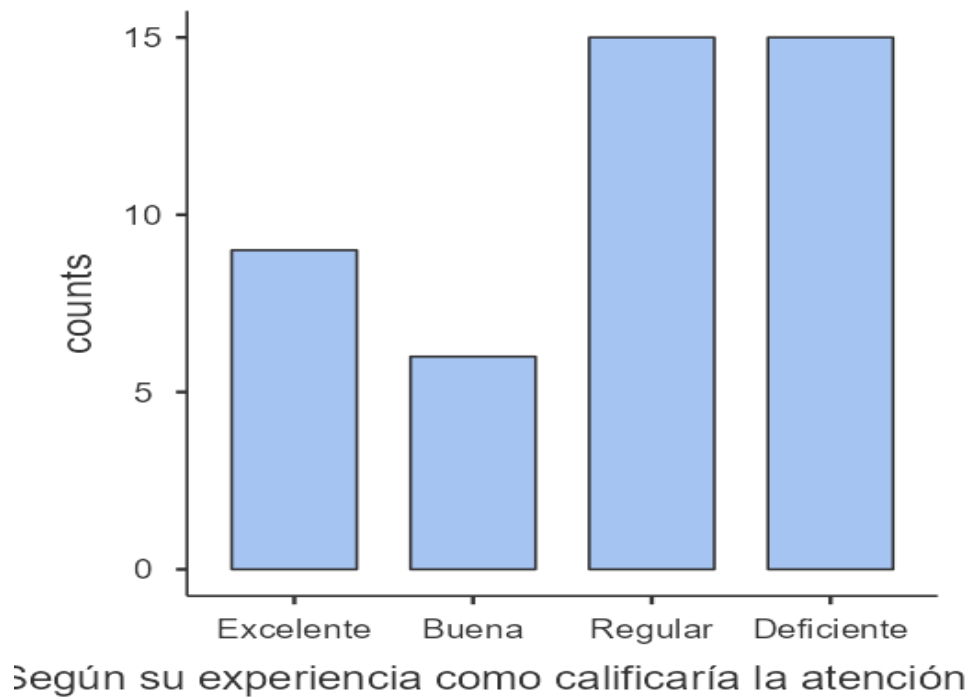
La población encuestada fueron los clientes externos del comercial, la muestra es finita dado que se tomó de referencia la base de datos, la cual era de 50 clientes de la empresa, empleando un cuestionario que los clientes en su mayoría respondieron sin ningún problema.

8. RESULTADOS

Encuestas a clientes externos

Frecuencias de 1- ¿Según su experiencia como calificaría la atención al cliente en el comercial Solano

¿Según su experiencia como calificaría la atención al cliente en el Comercial Solano	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
Excelente	9	20.0 %	20.0 %
Buena	6	13.3 %	33.3 %
Regular	15	33.3 %	66.7 %
Deficiente	15	33.3 %	100.0 %
Total	45		

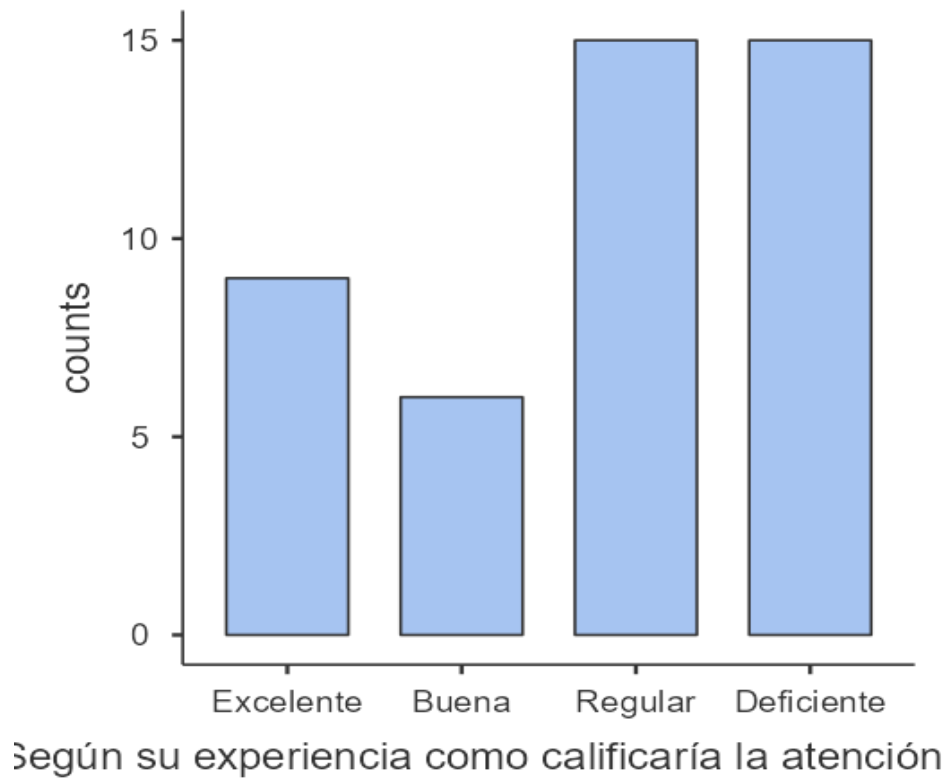


Elaborado por: Noé Moisés Martínez Tarira

Fuente: Jamovi

Frecuencias de 2- ¿Según su experiencia como considerarías la empatía demostrada por parte de lo cliente internos del comercial Solano es:

¿Según su experiencia como considerarías la empatía demostrada por parte de lo cliente internos del comercial Solano es:	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
Excelente	9	20.0 %	20.0 %
Buena	6	13.3 %	33.3 %
Regular	15	33.3 %	66.7 %
Deficiente	15	33.3 %	100.0 %
Total	45		

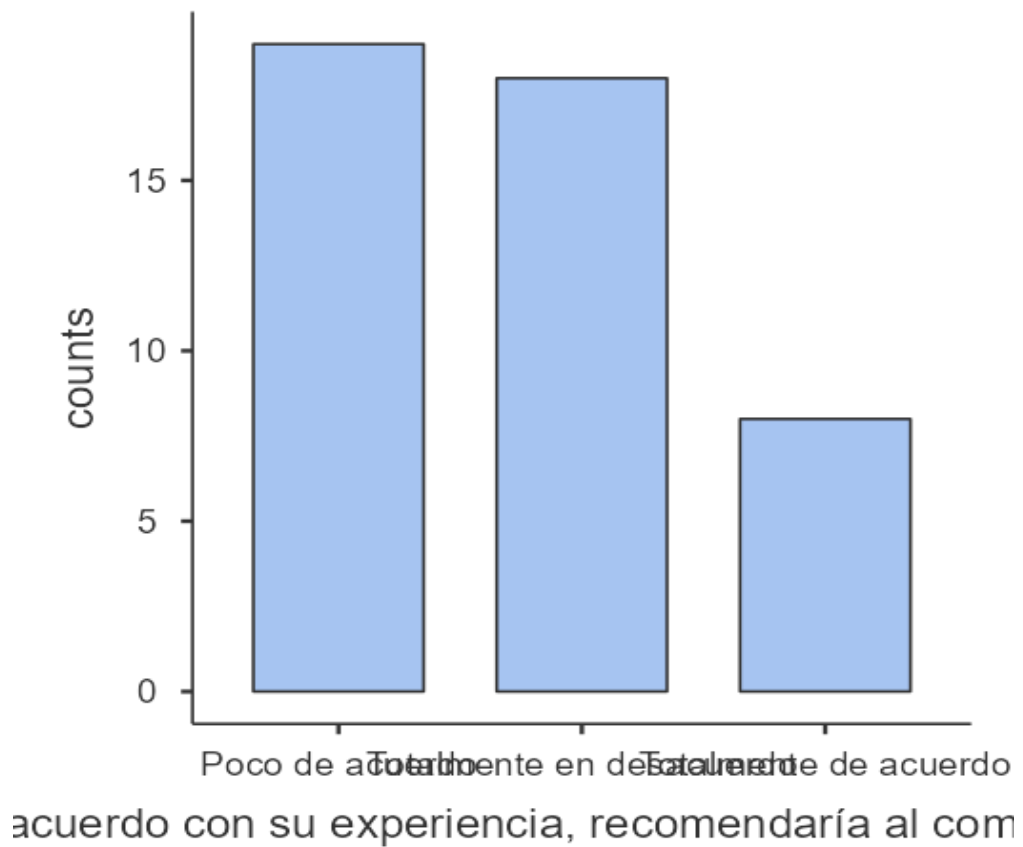


Elaborado por: Noé Moisés Martínez Tarira

Fuente: Jamovi

Frecuencias de 3- ¿De acuerdo con su experiencia, recomendaría al comercial Solano

¿De acuerdo con su experiencia, recomendaría al comercial Solano	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
Poco de acuerdo	19	42.2 %	42.2 %
Totalmente en desacuerdo	18	40.0 %	82.2 %
Totalmente de acuerdo	8	17.8 %	100.0 %
Total	45		

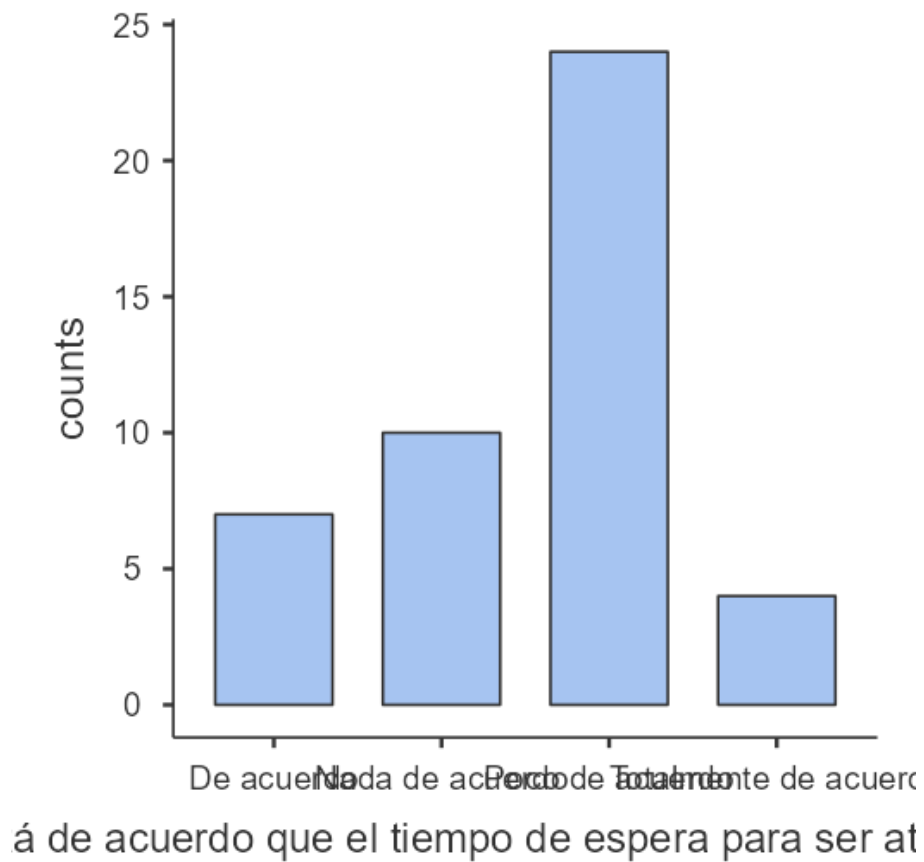


Elaborado por: Noé Moisés Martínez Tarira

Fuente: Jamovi

Frecuencias de ¿Está de acuerdo que el tiempo de espera para ser atendido, fue Razonable

¿Está de acuerdo que el tiempo de espera para ser atendido, fue Razonable?	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
De acuerdo	7	15.6 %	15.6 %
Nada de acuerdo	10	22.2 %	37.8 %
Poco de acuerdo	24	53.3 %	91.1 %
Totalmente de acuerdo	4	8.9 %	100.0 %
Total	45		



Elaborado por: Noé Moisés Martínez Tarira

Fuente: Jamovi

Métrica de Evaluación

En la evaluación del servicio de atención al cliente de la Empresa Comercial Solano se emite la siguiente métrica en su valoración.

Métrica	Descripción	Valor asignado	Evaluación
Tiempo de espera	Tiempo promedio que un cliente espera para ser atendido	0-10	Menos de 1 minuto: 10, 1-3 minutos: 8, Más de 5 minutos: 0
Tasa de abandono	Porcentaje de clientes que abandonan sin ser atendidos	0-10	0%: 10, 1-5%: 8, Más de 10%: 0
Calidad de la respuesta	Eficiencia y eficacia de la respuesta del agente	0-10	Respuesta completa y precisa: 10, Respuesta incompleta: 5
Satisfacción del cliente	Percepción general del cliente sobre el servicio	0-10	Encuesta de satisfacción: 10, Quejas recibidas: 0
Resolución en primera instancia	Porcentaje de problemas resueltos en el primer contacto	0-10	90-100%: 10, 70-89%: 8, Menos de 70%: 0

Elaborado por: Noé Moisés Martínez Tarira

9. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El análisis de la atención al cliente en el Comercial Solano revela una perspectiva detallada sobre la percepción de los clientes respecto a la calidad del servicio ofrecido. Los datos muestran que mientras un tercio de los clientes calificaron la atención como "Excelente" o "Buena", la mayoría consideró que era "Regular" o "Deficiente". Este resultado destaca la importancia de abordar las áreas identificadas para mejorar y optimizar la experiencia global del cliente, La distribución de las calificaciones específicas refuerza la necesidad de mejorar la calidad de la atención al cliente.

Aunque se observa un porcentaje significativo de calificaciones "Regular", también es importante destacar que hay espacio para crecimiento, especialmente al considerar que solo un tercio de los clientes calificaron la atención como "Excelente" o "Buena". Esto sugiere que, aunque algunas interacciones con los clientes son satisfactorias, hay aspectos clave que deben ser abordados para elevar la calidad del servicio en general, el análisis también revela la tendencia en la recomendación del Comercial Solano. Aunque un porcentaje considerable de clientes estaría dispuesto a recomendarlo, la mayoría se muestra indecisa o negativa al respecto. Esto indica una oportunidad para mejorar la percepción de los clientes y aumentar su disposición a recomendar el negocio. Es fundamental identificar las razones detrás de esta falta de entusiasmo en la recomendación y abordarlas para fortalecer la imagen y reputación del negocio.

Uno de los hallazgos más significativos es la percepción del tiempo de espera por parte de los clientes. La gran mayoría de los encuestados considera que el tiempo de espera para ser atendido no fue razonable. Este resultado es crucial ya que el tiempo de espera juega un papel fundamental en la satisfacción del cliente y puede influir en su decisión de volver al negocio en el futuro. La discrepancia entre las expectativas de los clientes y su experiencia real en términos de

tiempo de espera destaca la necesidad de mejorar los procesos internos para reducir los tiempos de espera y mejorar la satisfacción del cliente, los resultados proporcionaron una visión clara de las áreas que requieren atención y mejora en el Comercial Solano. Es fundamental abordar las preocupaciones identificadas, especialmente en relación con la calidad de la atención al cliente y el tiempo de espera, para optimizar la experiencia del cliente y fortalecer la posición competitiva del negocio en el mercado. La implementación de estrategias específicas dirigidas a mejorar estas áreas puede conducir a un aumento en la satisfacción del cliente, la lealtad y la recomendación, lo que a su vez puede tener un impacto positivo en el éxito a largo plazo del Comercial Solano.

El análisis detallado de la atención al cliente en el Comercial Solano destaca la importancia de mejorar la calidad del servicio ofrecido para optimizar la experiencia global del cliente y fortalecer la posición competitiva del negocio en el mercado. Los datos revelan que, aunque algunas interacciones son satisfactorias, la mayoría de los clientes perciben la atención como "Regular" o "Deficiente", lo que indica áreas críticas que deben ser abordadas. Es fundamental reconocer que el tiempo de espera percibido por los clientes no fue razonable para la mayoría de ellos, lo que puede influir significativamente en su satisfacción y decisión de retorno.

La discrepancia entre las expectativas y la experiencia real destaca la necesidad de mejorar los procesos internos para reducir los tiempos de espera y mejorar la calidad del servicio. Además, la falta de entusiasmo en la recomendación del negocio subraya la importancia de abordar las preocupaciones identificadas para fortalecer la imagen y reputación del Comercial Solano. La implementación de estrategias específicas dirigidas a mejorar la calidad de la atención al cliente y reducir los tiempos de espera puede conducir a un aumento en la satisfacción del cliente, la lealtad y la recomendación, lo que impactará positivamente en el éxito a largo plazo del negocio.

10. CONCLUSIONES

- Las causas que influyen en el nivel de satisfacción en el comercial Solano son la falta de compromiso y capacitación del personal, esto refleja la escasez de procedimientos claros para abordar quejas y respuestas inadecuadas a consultas de los clientes. Esta falta de comprensión y habilidades efectivas ante la atención al cliente resultan en la pérdida de la lealtad y fidelidad del cliente dando como resultados comentarios negativos que afectan la reputación e imagen de la empresa.
- El grado de calidad de atención al cliente que ofrece la empresa mediante métricas específicas de servicio al cliente, se logró evaluar de manera objetiva la eficacia de sus prácticas y políticas de atención. Estas métricas proporcionan una visión clara del nivel de satisfacción del cliente, la rapidez y eficiencia en la resolución de problemas, así como la capacidad de la empresa para adaptarse a las necesidades cambiantes de los clientes, dando como resulta en una valoración regular.
- Las líneas de acción que la empresa debe ejecutar para optimizar la atención al cliente son; mejorar de la calidad del servicio y la reducción de los tiempos de espera en el Comercial Solano dado que son fundamentales para optimizar la experiencia del cliente y fortalecer su posición en el mercado, también implementar estrategias específicas para abordar las áreas identificadas, como la capacitación del personal en atención al cliente y la optimización de los procesos internos para agilizar el servicio. Al mejorar la calidad de la atención y reducir los tiempos de espera, se pretende aumentar la satisfacción del cliente, la lealtad y la recomendación, contribuyendo así al éxito a largo plazo del negocio.

11. RECOMENDACIONES

De acuerdo a los resultados se puede recomendar los siguientes puntos importantes:

- Desarrollar programas específicos de capacitación centrados en mejorar las habilidades de atención al cliente. Estos programas deben abordar aspectos clave de cortesía y amabilidad para garantizar que el personal esté mejor equipado para ofrecer un servicio más satisfactorio, contribuyendo así a mejorar la experiencia general del cliente.
- Establecer programas de incentivos que reconozcan la excelencia en el servicio. Esto podría incluir reconocimientos, bonificaciones basadas en el desempeño y otras recompensas que fomenten un ambiente laboral positivo y orientado al cliente. Estos incentivos aumentan la motivación del personal y mejoran la interacción con los clientes.
- Implementar un sistema de gestión de colas y mejoras en la eficiencia operativa para reducir los tiempos de espera. Esta acción no solo mejorará la satisfacción del cliente, sino que también contribuirá a una experiencia más fluida y eficiente. La optimización de procesos internos es crucial para abordar la preocupación por el tiempo de espera.
- Dirigir el enfoque en estrategias de personalización, reconocimiento de la lealtad del cliente y alinear todas las operaciones de la empresa con las necesidades y expectativas del cliente. Esta acción busca mejorar la percepción del cliente sobre sentirse valorado durante la interacción, fortaleciendo así la relación con la marca y mejorando la experiencia general.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarez M, M. (22 de Abril de 2019). *repositorio.unemi.edu.ec*. Obtenido de repositorio.unemi.edu.ec:
<https://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4474/1/1%E2%80%99CINFLUENCIA%20DE%20LA%20CALIDAD%20DE%20SERVICIO%20EN%20LA%20SATISFACCI%C3%93N%20DE%20LOS%20CLIENTES%20DEL%20DEPARTAMENTO.pdf>
- Arenal C, C. (2019). *Gestión de Atención al cliente*. Colombia: LONDOÑO.
- Ariza F, F., & Ariza M, M. (2019). *Información y Atención al Cliente*. España: Mc Graw Hill.
- Ariza J, J., & Ariza J, J. (2020). *Informacion y Servicio al Cliente*. España: Mc Graw Hill.
- Calle M, M. (2017). *Atencion al Cliente*. Mexico: PEARSON.
- Carriel M, M. (12 de Abril de 2019). *mychoice2pay.com*. Obtenido de mychoice2pay.com:
<https://www.mychoice2pay.com/es/blog/formas-pago-online>
- Cerna R, R. (2019). *Calidad en Servicio al Cliente*. Colombia: PATRIA.
- Fernandez M, M. (2018). *Atencion al cliente, consumidor y usuario*. Madrid, España: SINTESIS.
- Forbes. (2021). Gestion de Atención al Cliente. *Forbes*, 3,6.
- Francisco Ariza, J. A. (2019). *Informacion y Atencion al Cliente*. Madrid-España: McGraw- Hill Education.
- Mora J, J. (2017). *Mejora continua, elemento de la cultura empresarial para lograr empresas esbeltas*. Babahoyo: UTB.
- Mora J, J. (2022). *Gestión de ventas de los productos de comercialización compleja*. Babahoyo, Los Ríos: UTB.
- Palazuelos M, M. (2008). *Vértice, La calidad en el servicio al cliente*. España: PEARSON.
- Quisintuña L, L. (2018). *Los Gestores de Calidad en servicio al cliente*. Quito; Ecuador: SANTILLANA EDICIONES.
- Ramirez E, E. (2018). *Calidad en el servicio al cliente*. Colombia: PEARSON.
- Santa Cruz, P., Pantigoso, A., & Perry, J. (2018). *Gestion de Calidad y Atencion Al cliente*. Colombia: Mc Graw Hill.
- Santacruz P, P., Pantigoso A, A., Perry J, J., & Carty P, P. (2016). *La calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente*. Madrid: McGraw Hill.
- Thomsomps, A., & Zemke, L. (1992 (2017)). *Servicio y calidad de atencion al cliente*. Colombia : PEARSON.
- Vargas M, M., & Aldana L, L. (2018). *Calidad y Servicio (Conceptos y Herramientas)*. Bogota; Colombia: ECOE EDICIONES.

ANEXOS

Anexo 1 Carta de autorización



COMERCIAL SOLANO

Babahoyo, 19 de Enero del 2024

Magister

Eduardo Gáelas Guijarro

DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA

En su despacho.

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos Comercial Solano de la ciudad de Babahoyo del cantón Los Ríos. Por medio de la presente me dirijo a usted para comunicarle que se ha **Autorizado** al estudiante **Noé Moises Martínez Tarira** 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 Comercial "SOLANO" de la ciudad de Babahoyo Periodo, 2023**, el cual es requisito indispensable para poder titularse.

Sin otro particular me suscribo de usted

Atentamente



Firmado electrónicamente por:
HUGO OSWALDO
SOLANO CABEZAS

Sr: Solano Cabezas Hugo Oswaldo

0906852967

huosode@hotmail.com

Anexo 2 RUC de la Empresa



Certificado
Registro Único de Contribuyentes

Apellidos y nombres		Número RUC
SOLANO CABEZAS HUGO OSWALDO		0906852967001
Estado	Régimen	Artesano
ACTIVO	RIMPE - EMPRENDEDOR	No registra
Fecha de registro	Fecha de actualización	
20/09/1999	06/01/2014	
Inicio de actividades	Reinicio de actividades	Cese de actividades
20/09/1999	No registra	No registra
Jurisdicción		Obligado a llevar contabilidad
ZONA 5 / LOS RIOS / BABAHOYO		SI
Tipo	Agente de retención	Contribuyente especial
PERSONAS NATURALES	SI	NO

Domicilio tributario

Ubicación geográfica

Provincia: LOS RIOS **Cantón:** BABAHOYO **Parroquia:** CLEMENTE BAQUERIZO

Dirección

Calle: AVENIDA UNIVERSITARIA **Número:** S/N **Intersección:** LA SEXTA **Referencia:** FRENTE AL CONSEJO PROVINCIAL

Medios de contacto

Email: huosode@hotmail.com **Celular:** 0994147203

Actividades económicas

• G47520201 - VENTA AL POR MENOR DE PINTURAS, BARNICES Y LACAS EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS.

Establecimientos

Abiertos	Cerrados
1	0

Obligaciones tributarias

- 1011 - DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA PERSONAS NATURALES
- 2021 - DECLARACIÓN SEMESTRAL IVA
- 1031 - DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO

i Las obligaciones tributarias reflejadas en este documento están sujetas a cambios. Revise

Anexo 3 Certificado del Anti plagio

Anexo 4 Formulario de la Encuesta

Frecuencias de

Frecuencias	% del Total	% Acumulado
--------------------	--------------------	--------------------

Elaborado por: Noé Moisés Martínez Tarira

Fuente: Jamovi

Anexo 5 Métrica de Evaluación

<i>Métrica</i>	<i>Descripción</i>	<i>Valor asignado</i>	<i>Evaluación</i>
<i>Tiempo de espera</i>		<i>0-10</i>	<i>Menos de 1 minuto: 10, 1-3 minutos: 8, Más de 5 minutos: 0</i>

<i>Tasa de abandono</i>	<i>0-10</i>	<i>0%: 10, 1-5%: 8, Más de 10%: 0</i>
<i>Calidad de la respuesta</i>	<i>0-10</i>	<i>Respuesta completa y precisa: 10, Respuesta incompleta: 5</i>
<i>Satisfacción del cliente</i>	<i>0-10</i>	<i>Encuesta de satisfacción: 10, Quejas recibidas: 0</i>
<i>Resolución en primera instancia</i>	<i>0-10</i>	<i>90-100%: 10, 70-89%: 8, Menos de 70%: 0</i>

Elaborado por: Noé Moisés Martínez Tarira