



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

NOVIEMBRE 2023 – ABRIL 2024

EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE CARRERA DE CARÁCTER COMPLEXIVO

PRUEBA PRACTICA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

LICENCIATURA EN COMERCIO

TEMA:

**ATENCIÓN AL CLIENTE EN MINI MARKET XAVIER RUEDAS 24/7 DE LA CIUDAD DE
BABAHOYO, EN EL PERIODO 2023**

EGRESADA:

ESTEFANIA BRIGITTE VERA VERDEZOTO

TUTOR:

ING. VICENTE VALENTINO VANEGAS RODRIGUEZ

AÑO 2024

ÍNDICE

Planteamiento del problema.....	5
Justificación	7
Objetivos del Estudio.....	8
Línea de Investigación	9
Marco conceptual.....	10
Marco metodológico	23
Resultados	26
Discusión de resultados.....	28
Conclusiones	30
Recomendaciones	31
Referencias.....	32
Anexos	34

RESUMEN

La atención al cliente es un aspecto crucial para el éxito empresarial, influyendo en la percepción del cliente y su lealtad hacia la empresa. En este estudio se aborda la atención al cliente en el Mini Market Xavier Rueda, destacando su importancia y analizando estrategias para mejorarla. El Mini Market Xavier Rueda se dedica a la venta de productos alimenticios, bebidas alcohólicas y otros artículos de primera necesidad en Babahoyo, provincia de Los Ríos. A pesar de su larga trayectoria en el mercado, enfrenta desafíos en la atención al cliente. La satisfacción del cliente es fundamental para el éxito empresarial, ya que influye en la percepción del mercado y en las estrategias de comercialización. Se adoptó un enfoque metodológico cualitativo y cuantitativo, combinando encuestas y entrevistas para recopilar información sobre la atención al cliente. Los resultados revelaron áreas de oportunidad en la eficiencia del servicio, como la gestión del tiempo de atención y la capacitación del personal. Se discutieron los hallazgos obtenidos, identificando desafíos en la atención al cliente y el compromiso de la empresa con la mejora continua. Se llegó a conclusiones sobre la importancia de implementar medidas para mejorar la calidad del servicio, como la capacitación del personal y la implementación de sistemas de gestión del tiempo más eficientes. Se incluyen fuentes bibliográficas y documentos adicionales, como cuestionarios de encuestas y transcripciones de entrevistas, que respaldan el estudio.

Palabras claves: atención, cliente, insatisfacción, estrategias, mejora, retroalimentación.

ABSTRACT

Customer service is a crucial aspect for business success, influencing customer perception and loyalty to the company. This study addresses customer service at the Xavier Rueda Mini Market, highlighting its importance and analyzing strategies to improve it. The Mini Market Xavier Rueda is dedicated to the sale of food products, alcoholic beverages and other essential items in Babahoyo, province of Los Ríos. Despite its long history in the market, it faces challenges in customer service. Customer satisfaction is critical to business success as it influences market perception and marketing strategies. A qualitative and quantitative methodological approach was adopted, combining surveys and interviews to collect information on customer service. The results revealed areas of opportunity in service efficiency, such as service time management and staff training. The findings obtained were discussed, identifying challenges in customer service and the company's commitment to continuous improvement. Conclusions were reached about the importance of implementing measures to improve service quality, such as staff training and the implementation of more efficient time management systems. Literature sources and additional documents, such as survey questionnaires and interview transcripts, are included to support the study.

Keywords: attention, customer, dissatisfaction, strategies, improvement, feedback.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La empresa "Mini Market XAVIER RUEDA" está ubicada en la Parroquia Camilo Ponce, calles Juan X Marcos y Ricaurte, en el Cantón Babahoyo de la provincia de Los Ríos. Su propietario es el señor Xavier Elías Rueda Portilla, con RUC 1204473365001. Inició sus operaciones en el 2003 y continúa ofreciendo productos y servicios a sus clientes hasta la fecha. Se trata de una entidad privada que se dedica a la venta de productos alimenticios, bebidas alcohólicas, tabaco y otros artículos de primera necesidad, surgiendo para satisfacer una demanda en la compra de dichos productos. A pesar de su tiempo en el mercado, la empresa sigue siendo dirigida por su propietario y se ha destacado por ofrecer productos a precios accesibles para su clientela, sin embargo, enfrenta ciertas problemáticas.

El objetivo principal de este estudio es analizar la atención al cliente en el Mini Market XAVIER RUEDA 24/7 de la ciudad de Babahoyo. Se busca comprender a fondo las dinámicas que influyen en la insatisfacción del cliente y proponer soluciones efectivas para mejorar la calidad del servicio. Este análisis se enfocará en identificar las áreas específicas que requieren atención prioritaria para optimizar la experiencia del cliente y fortalecer la reputación del Mini Market en el mercado local.

En el contexto empresarial actual, resulta de suma relevancia para las organizaciones determinar el nivel de satisfacción de los clientes, se pretende identificar y comprender los factores que contribuyen directamente a la insatisfacción del cliente en el Mini Market XAVIER RUEDA 24/7. Esto puede incluir aspectos como la calidad de los productos, tiempos de espera, atención del personal, entre otros. A través de un análisis detallado, se buscará desentrañar las

raíces de la insatisfacción del cliente para implementar soluciones efectivas y duraderas que aborden estos problemas de manera integral.

Evaluar la efectividad de las estrategias actuales de atención al cliente, para ello es muy importante realizar un análisis exhaustivo de las estrategias y políticas de atención al cliente implementadas en el Mini Market. Esto implica examinar la coherencia entre las políticas establecidas y su aplicación práctica, así como su impacto en la satisfacción del cliente. Se evaluará la efectividad de las medidas existentes y se identificarán oportunidades de mejora que permitan elevar el nivel de servicio ofrecido y, en consecuencia, la satisfacción del cliente.

Analizar las expectativas de los clientes, se buscará comprender las expectativas de los clientes respecto al servicio ofrecido por el Mini Market. Esto implica recopilar y analizar comentarios, quejas y sugerencias de los clientes para identificar áreas de mejora y oportunidades para satisfacer mejor sus necesidades. Se establecerán canales de comunicación efectivos para fomentar la retroalimentación continua de los clientes, lo que permitirá adaptar las operaciones del Mini Market a las expectativas cambiantes del mercado.

Mediante el estudio de caso, se espera obtener una comprensión integral de la problemática de la insatisfacción del cliente en el Mini Market XAVIER RUEDA 24/7 de Babahoyo, lo que facilitará la formulación de estrategias efectivas de mejora y optimización del servicio al cliente. Se espera que este estudio no solo identifique los problemas existentes, sino que también proporcione soluciones prácticas y viables para abordarlos, asegurando así la satisfacción y fidelización de los clientes a largo plazo.

JUSTIFICACIÓN

Este caso de estudio tiene como objetivo analizar en profundidad la atención al cliente en Mini Market Xavier Rueda. A pesar de su larga presencia en el mercado, este establecimiento ha carecido de una calidad óptima en el servicio al cliente, por lo que es el punto focal de esta investigación. Buscamos obtener un conocimiento integral del estado actual del servicio al cliente en este establecimiento, identificar las deficiencias existentes y, en última instancia, proponer mejoras que permitan brindar un servicio eficiente y satisfactorio a los clientes.

Este proyecto proporcionará un estudio en profundidad la atención al cliente que beneficiará enormemente a la empresa al ayudarla a identificar y comprender las deficiencias en su servicio al cliente. Al profundizar en los orígenes y la evolución del servicio al cliente en el mercado, la empresa obtendrá una comprensión integral de todos los aspectos relevantes de su recorrido. Este conocimiento permitirá a la empresa mejorar su enfoque empático hacia los clientes actuales y potenciales, agilizar la comunicación, resolver problemas de manera efectiva, satisfacer las necesidades de manera más eficiente, aumentar las ventas y las ganancias y disminuir los tiempos de espera.

Este estudio de caso es relevante ya que, al comprender la atención al cliente, se podrán gestionar de manera efectiva los tiempos de espera de los clientes y capacitar al personal en las características de los productos, lo que reducirá las quejas y la insatisfacción. Además, proporcionará información valiosa sobre la calidad del servicio al cliente, lo que mejorará la reputación de la empresa y aumentará las ventas. Al ofrecer un servicio de atención de calidad, la empresa podrá atraer, retener y fidelizar a nuevos clientes al satisfacer sus necesidades específicas en cuanto a las características de los productos que desean adquirir.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Objetivo general:

Analizar la atención al cliente en Mini Market XAVIER RUEDA 24/7 de la ciudad de Babahoyo.

Objetivos específicos:

- Determinar el nivel de satisfacción de los clientes.
- Evaluar la efectividad de las estrategias actuales de atención al cliente.
- Analizar las expectativas de los clientes.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

La sub línea de investigación en Marketing y Comercialización, en el contexto de la línea de las Empresas y las Instituciones Públicas y Privadas, juega un papel crucial para alcanzar el éxito en el mercado. A través del caso de estudio “Atención al Cliente en Mini Market XAVIER RUEDA 24/7 en Babahoyo, en el año 2023”, se resalta la importancia de comprender y gestionar la relación directa con los clientes. Analizar las estrategias de servicio al cliente no sólo evalúa la efectividad operativa, sino que también afina las iniciativas de marketing.

"La satisfacción del cliente, es la clave en la construcción de marca, influye en la percepción del mercado y en las estrategias de comercialización. El estudio no solo se centra en el análisis de las prácticas de marketing y comercialización, sino también en analizar el fortalecimiento de la fidelización del cliente mediante la identificación de oportunidades para personalizar aún más la experiencia del cliente. Esta iniciativa busca no solo satisfacer las necesidades inmediatas del cliente, sino también crear conexiones emocionales, estableciendo una base sólida para la lealtad a largo plazo y contribuyendo así al crecimiento sostenible del Mini Market."

La integración de jóvenes emprendedores en este proyecto de investigación refleja un compromiso continuo con la innovación y el desarrollo empresarial. Al fomentar un diálogo intergeneracional, se facilita la transferencia de conocimientos y la implementación de nuevas estrategias que aborden de manera efectiva las demandas cambiantes del mercado. Este enfoque colaborativo promueve una cultura empresarial dinámica y adaptable, en la que la atención al cliente no solo se percibe como una obligación comercial, sino como una oportunidad para generar impacto positivo en la comunidad y en la sostenibilidad del negocio.

MARCO CONCEPTUAL

Contextualización de la institución

La empresa, dirigida por el Sr. Xavier Elías Rueda Portilla y con RUT 1204473365001, inició operaciones en el año 2003 con un enfoque en la distribución de bebidas alcohólicas y productos de primera necesidad. En Mini Market XAVIER RUEDA 24/7 mantienen el compromiso de brindar a sus clientes un servicio de primer nivel, posible gracias a la colaboración de un equipo de cuatro profesionales altamente capacitados en la gestión empresarial. Su dedicación y experiencia son esenciales para el buen funcionamiento y el crecimiento continuo de su establecimiento.

Mini Market XAVIER RUEDA se dedica a la venta de productos alimenticios, bebidas alcohólicas, tabaco y otros artículos de primera necesidad, abarcando así una amplia gama de productos esenciales para sus clientes. Su variedad de productos incluye desde alimentos básicos hasta artículos de conveniencia, lo que permite satisfacer las necesidades cotidianas de sus clientes de manera integral. Además, el establecimiento se esfuerza por mantener un inventario diversificado y actualizado, asegurando así que sus clientes encuentren todo lo que necesitan en un solo lugar. Esta amplia oferta de productos contribuye a la conveniencia y la satisfacción del cliente, consolidando la posición de Mini Market XAVIER RUEDA como un destino confiable para sus compras diarias.

La empresa se esfuerza por asegurar que tanto sus clientes actuales como potenciales tengan acceso a productos y servicios de calidad, con el objetivo de satisfacer sus necesidades y comodidad. Aspira a convertirse en líder del mercado mediante estrategias de ventas eficaces y una rotación constante de mercancías de calidad a precios accesibles para todos sus clientes.

La empresa se esfuerza por ser un líder en la oferta de productos de alta calidad y un servicio al cliente impecable. Su meta es expandirse a través de la apertura de nuevas sucursales en lugares estratégicos, con el fin de atraer a una nueva clientela y satisfacer las demandas en constante cambio del mercado. Sin embargo, es esencial reconocer que, si bien muchos clientes valoran su compromiso con la excelencia, aún hay áreas en las que la empresa busca mejorar su atención al cliente para superar las expectativas de todos los segmentos de su base de clientes.

De acuerdo con (Salazar, Buentello, Gomez, & Sánchez, 2019, pág. 6) La calidad en el servicio se ha adquirido de mucha importancia en los últimos años en todos los negocios, debido a que los clientes actualmente tienen expectativas muy elevadas y las competencias son mayores, ya que cada empresa trata de igualarse o exceder dichas expectativas. Se deben ofrecer buenos servicios de calidad y anticiparse para responder a una amplia de necesidades de los clientes. La calidad en el servicio no solamente se trata de cómo saber manejar un producto, si no como servir a los clientes antes y después de su manejo. Es por eso que la calidad en el servicio es utilizada en las organizaciones como dicha herramienta de diferenciación.

En cualquier empresa el cliente juega un papel crucial, siendo su satisfacción lo más importante del éxito empresarial. Esto es especialmente cierto para el Mini Market XAVIER RUEDA 24/7 en la ciudad de Babahoyo durante el año 2023. El objetivo es obtener un conocimiento profundo de cómo los clientes experimentan los servicios prestados. En concreto, nuestro foco está en analizar su nivel de satisfacción, evaluar la efectividad de las estrategias actuales de atención al cliente y deducir sus expectativas para mejorar continuamente. Es crucial identificar y comprender las necesidades y demandas de nuestros clientes para adaptar y mejorar nuestros servicios para satisfacer sus expectativas y requisitos específicos.

Según (Gil, 2020, pág. 13) una definición de la atención al cliente sería: relación de actividades que desarrollan diversas organizaciones a través de identificar las necesidades básicas de sus clientes utilizando diferentes estrategias de marketing de modo que puedan cubrir esas expectativas que cada cliente pueda tener y que, indudablemente, se van a relacionar con la satisfacción para conseguir, como fin último la fidelización y repetición de la compra. 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.

La atención al cliente es vital para el éxito de cualquier negocio, ya que implica una gama de actividades destinadas a comprender y satisfacer las necesidades de los clientes. En el contexto del Mini Market XAVIER RUEDA 24/7 de Babahoyo, esto implica no sólo identificar las necesidades básicas de los clientes, sino también utilizar estrategias de marketing efectivas para superar sus expectativas y asegurar su satisfacción. La clave para lograr la lealtad del cliente y la repetición de compras radica en brindar un servicio confiable y de alta calidad, lo que requiere un enfoque constante en la innovación para seguir siendo competitivo en un entorno empresarial que cambia rápidamente.

En el caso específico de la empresa, se reconoce que la atención al cliente incluye no sólo la calidad de los productos ofrecidos. No hace falta decir que la experiencia general del cliente en la empresa es crucial. Esto incluye aspectos como la amabilidad y personalidad del personal, la eficiencia de los servicios y la capacidad para resolver eficazmente dudas o inquietudes. A pesar de estos esfuerzos, la empresa Mini Market XAVIER RUEDA sigue

enfrentándose al reto de los clientes insatisfechos. Sin embargo, están trabajando activamente para abordar este problema, ya que todos sabemos que la satisfacción del cliente es fundamental para el éxito a largo plazo de una empresa. Es por eso por lo que la empresa debe de tomar medidas para mejorar y brindar un servicio excelente para que cada cliente se sienta valorado y satisfecho con su experiencia en la tienda.

(Ladrón de Guevara, 2020, pág. 16) la gestión de cualquier organización genera un producto al que le es exigida cierta calidad, la cual está determinada por la percepción del cliente (externo) sobre el servicio y sobre la atención que se le brinda. Igualmente ocurre con el "cliente interno", quien al ser tratado con criterio de calidad reflejará esa imagen y así será percibido por el externo, al recibir el producto, Vista así, la satisfacción constituye un indicador clave para evaluar el desempeño global de la organización, ayudando a crear una cultura de mejora continua de la gestión. Lo que se pretende al medir la satisfacción del cliente es valorar objetivamente la percepción de éstos sobre el conjunto de productos y/o servicios, y utilizar posteriormente esta información para mejorar el rendimiento en aquellas áreas que contribuyen más a aumentarla, los clientes valoran el servicio en su globalidad, incluida la atención que ellos reciben.

La gestión de cualquier organización está enfocada a producir productos o servicios de alta calidad, lo que en última instancia está determinado por la satisfacción del cliente externo. Este concepto se extiende también al cliente interno, ya que su trato con criterios de calidad incide en la imagen global proyectada al cliente externo. De esta manera, la satisfacción del cliente se convierte en un indicador clave para evaluar el desempeño de la organización, promoviendo una cultura de mejora continua.

Medir la satisfacción del cliente implica evaluar objetivamente su percepción sobre los productos y servicios ofrecidos, utilizando esta retroalimentación para mejorar áreas específicas

y, en definitiva, aumentar la satisfacción general. Cuando se trata del Mini Market XAVIER RUEDA, esta perspectiva cobra increíblemente importancia. El nivel de calidad en los productos y servicios, así como el servicio al cliente, son aspectos vitales que impactan directamente en la percepción y satisfacción del cliente. Como resultado, es crucial que la empresa considere cuidadosamente esta información para implementar mejoras continuas en todas las áreas que contribuyen a la experiencia del cliente. Esto garantiza un servicio excepcional que promueve la lealtad del cliente y el éxito a largo plazo del negocio.

Según los autores (Reyes, Veliz, & Izquierdo, 2021, pág. 570) La calidad de servicio es un factor determinante para toda empresa que pretende conseguir diferenciación frente a los competidores, también toma importancia por ser base de la estabilidad y el progreso de las organizaciones estatales o privadas, porque el cliente requiere buena atención, ambiente agradable trato personal, agilidad en el servicio, comodidad y seguridad.

La capacidad de una empresa para abordar eficazmente las necesidades de sus clientes está estrechamente ligada a su capacidad para brindar un servicio de alta calidad. La satisfacción del cliente es un indicador crucial de esta calidad, ya que, sin ella el servicio en sí se ve comprometido. Cumplir las expectativas de los clientes ya no es suficiente en el mercado altamente competitivo de hoy; las empresas deben esforzarse por superarlos para destacar. Con la globalización y las crecientes demandas de los clientes, esforzarse constantemente por alcanzar la excelencia en el servicio es crucial para la supervivencia y el éxito de una empresa.

Al aplicar este enfoque al Mini Market XAVIER RUEDA, se hace evidente que garantizar la calidad en el servicio al cliente es de suma importancia. En un mercado competitivo como el de la venta de alimentos y productos esenciales, la capacidad de cumplir y superar las expectativas del cliente se convierte en un diferenciador clave. Como tal, la empresa debe

mantener un enfoque constante en mejorar la calidad del servicio, asegurando que cada interacción con un cliente refleje su compromiso con la excelencia y la satisfacción. Esto no sólo contribuye a retener a los clientes existentes, sino que también permite atraer nuevos y mantenerse a la vanguardia del mercado.

Según la perspectiva de (López F. , 2019, pág. 20) la calidad es el objetivo de las actividades que se realizan en una empresa y es el cliente el que percibe el resultado global. La calidad desde esta perspectiva hace referencia a todas las actividades que hay que realizar para alcanzarla. Se trata de acciones llevadas a cabo en la organización para asegurar que el producto o servicio cumple los requerimientos de calidad, es decir, consiste en introducir controles a lo largo del proceso para no tener que controlar el producto final.

La calidad es la máxima prioridad en todas las operaciones dentro de una empresa, siendo el cliente el juez último de su resultado general. Esta definición integral de calidad abarca todas las acciones tomadas dentro de la organización para lograrla. Implica una serie de actividades realizadas para garantizar que el producto o servicio cumpla con los estándares de calidad requeridos, mediante la implementación de controles durante todo el proceso, eliminando la necesidad de depender únicamente del producto final para garantizar la calidad.

La aplicación de este enfoque al Mini Market XAVIER RUEDA pone de relieve la importancia de mantener un compromiso constante con la calidad en todas las áreas del negocio. Desde la selección de proveedores hasta el servicio al cliente en la tienda, todos los aspectos del negocio deben buscar la excelencia y la satisfacción del cliente. La implementación de controles de calidad durante todo el proceso garantiza que los productos entregados cumplan con los estándares esperados, lo que ayuda a fortalecer la reputación de la empresa y ganarse la confianza de los clientes. Después de todo, este enfoque en la calidad ayuda no sólo a

mantener la lealtad de los clientes existentes, sino también a atraer nuevos clientes y fortalecer la posición competitiva de la empresa en el mercado.

Conforme a (Barandiaran, 2019) el personal de ventas es la imagen de la empresa por ello debe contar con las herramientas necesarias para atender a los clientes, no todas las personas son aptas para atender a los clientes y tampoco tienen los conocimientos básicos para hacerlo, el realizar una selección del personal que establezca el perfil que la empresa necesita le ayude a mejorar. El brindar capacitación constantemente sobre el manejo de los productos o aspectos tecnológicos o generales de la empresa también son elementos del servicio, la rapidez con que es atendido el cliente y la forma de tratarlo en cada uno de los encuentros. El que los empleados sepan lo que tienen que hacer depende de los lineamientos que estén establecidos en la empresa como son: la filosofía, la misión y la visión. Es importante que a los empleados se les proporcionen los conocimientos básicos y procedimientos relevantes para desempeñar sus funciones con las cuales podrán brindar un buen servicio.

Los miembros del equipo de ventas son la cara visible de la empresa y es imprescindible que cuenten con las herramientas adecuadas para brindar un servicio al cliente eficaz. Esto implica una cuidadosa selección de personas que se ajustan a los valores y necesidades de nuestra empresa, así como una formación constante en productos, tecnología y aspectos generales de la empresa. La rapidez y calidad en la atención al cliente, junto con el trato respetuoso en cada interacción, son elementos cruciales de nuestro servicio. Por lo tanto, es fundamental que nuestros empleados estén familiarizados con nuestros lineamientos, incluyendo nuestra filosofía, misión y visión, para garantizar una experiencia excepcional.

La aplicación de estas ideas al Mini Market XAVIER RUEDA resalta la importancia de contar con un equipo comercial bien formado y alineado con los valores de la empresa. Para

brindar un servicio de calidad, es importante garantizar que los empleados tengan la comprensión necesaria de los productos ofrecidos y de los procedimientos y políticas de la empresa. Además, la rapidez y amabilidad del servicio de atención al cliente pueden marcar la diferencia en la experiencia del cliente. Por ello, MINI MARKET XAVIER RUEDA debe asegurarse de dotar a sus empleados de las herramientas y formación necesarias para desempeñar sus funciones de forma eficaz, contribuyendo a incrementar la satisfacción y fidelización de sus clientes.

Según lo expresado por (Lopez, 2020) el servicio de atención al cliente, consumidor y usuario es una herramienta de gran importancia para las organizaciones que la utilizan. Actualmente el cliente debe ser el centro de la estrategia de cualquier entidad, por lo que será necesaria la aplicación de un adecuado marketing relacional que suponga la fidelización de la clientela. Esto implicará el empleo de métodos y técnicas necesarias para cumplir con este objetivo, así como para cuidar y transmitir correctamente la imagen de marca de las organizaciones. Para poder gestionar correctamente el Servicio de Atención al Cliente (SAC) es fundamental que se utilice un lenguaje adecuado y preciso capaz de establecer relaciones mutuamente satisfactorias.

De acuerdo con (Ramos, 2018, pág. 18) si los clientes están satisfechos con el producto y los estándares de servicio obtenidos, retornarán al mismo proveedor una y otra vez para todas sus adquisiciones, de lo contrario el índice de quejas sube en cantidades alarmantes, a nivel mundial la mayoría de las industrias e incluso pequeñas empresas que han colocado sus negocios en esta gran manzana ya han detectado la necesidad de evaluar la voz del cliente o consumidor puesto que es el precisamente quién califica la prosperidad de estos establecimientos. Los clientes quieren que los traten como únicos, quieren hacer negocios con organizaciones que los valoren y

les otorguen mayor reconocimiento, el reto que enfrentan la mayoría de las organizaciones en el país, es el cómo asegurar que sus clientes reciban una experiencia personalizada y única que les permita mantener la competitividad en el negocio.

Empleando esta perspectiva al Mini Market Xavier Rueda se pone el énfasis en la satisfacción del cliente como máxima prioridad. Comprender y esforzarse por superar las necesidades y expectativas de los clientes es fundamental para generar lealtad y mantener una ventaja competitiva en el mercado. La empresa debe esforzarse en ofrecer un servicio personalizado y excelente que haga que los clientes se sientan valorados y reconocidos, contribuyendo así al éxito continuo de la organización. No se trata sólo de ofrecer un producto de calidad, sino de crear una experiencia memorable que genere la lealtad del cliente y referencias positivas.

Según lo expresado por (Álvarez & Juan, 2021, pág. 265) no de los objetivos que persigue la prestación de un servicio posventa de calidad es la de lograr y mantener una atención personalizada con el cliente. Una correcta planificación y ejecución debe originar una relación comercial duradera, cuyo feedback sea positivo para las dos partes, logrando además una mayor fidelización hacia el producto y la marca. Aunque la empresa puede ejecutar diversas acciones para la fidelización de los clientes, el servicio posventa será crucial ya que la influencia que tiene en ellos es máxima y sus actuaciones repercuten directamente en su grado de satisfacción. La fidelidad del cliente refleja el deseo del comprador de seguir eligiendo la marca, fruto de una experiencia verdaderamente positiva, un alto nivel de satisfacción del cliente y el valor de los productos o servicios que recibe.

Aplicando esta perspectiva en Mini Market Xavier Rueda resalta la importancia de ofrecer un excelente servicio postventa que ayude a fortalecer las relaciones con los clientes

y aumentar su fidelidad. Esto incluye no solo abordar preguntas o inquietudes que puedan surgir después de una compra, sino también una comunicación personal y positiva con los clientes para garantizar que estén satisfechos con su experiencia. Al brindar un servicio posventa de calidad, Mini Market Xavier Rueda no solo satisface las necesidades inmediatas de los clientes, sino que también construye una relación sólida y duradera de beneficio mutuo.

Como señala (Pozo, 2019) lidiar con clientes complicados no es una tarea fácil, debido a que estos siempre están interesados en el valor que le aportara el servicio ofertado, por tal razón las organizaciones tratan de implementar metodologías que les ayude a medir los niveles de satisfacción de sus clientes, ya que de esta manera se cercioraran de que los clientes vuelvan y sobre todo que los recomienden con otros. Cuando las empresas decidan crear departamentos de atención al cliente, deben tener presente que no solo basta con estandarizar al cliente, es decir lograr tener una buena acogida por parte de ellos; si no, que se debe conseguir que se sientan escuchados, mejorando así el servicio y consecuentemente logrando mejorar los procesos de atención, con el objetivo de tener la plena satisfacción del cliente.

Tratar con clientes complejos es un desafío para muchas empresas porque estos clientes siempre están buscando el valor que les aportarán los servicios prestados. Por lo tanto, es muy importante que las organizaciones implementen métodos eficaces de medición de la satisfacción del cliente. Esto no sólo hace que los clientes vuelvan, sino que también los recomienda a otros clientes potenciales. Cuando Mini Market Xavier Rueda se plantea crear un departamento de atención al cliente, hay que entender que no basta con recibir a los clientes de forma estándar. Es igualmente importante asegurarse de que se sientan escuchados y comprendidos. La mejora continua de los procesos de atención y atención al cliente es fundamental para conseguir la satisfacción total del cliente. No se trata sólo de resolver eficazmente los problemas cuando

surgen, sino de anticipar las necesidades e inquietudes de sus clientes para brindarles una experiencia excepcional en cada interacción. En definitiva, centrándose proactivamente en la satisfacción del cliente, la empresa puede mejorar su reputación y fomentar la fidelidad de sus clientes a largo plazo.

En palabras de (García, 2019) los clientes acuden a un establecimiento determinado con unas expectativas concretas sobre lo que desean adquirir, y también esperan recibir el trato adecuado para ello, o lo que es lo mismo, van con una serie de expectativas. Por ello, es necesario que el personal en contacto con dichos clientes conozca esas expectativas para poder responder adecuadamente al cliente. De esta forma, en la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes influyen gran variedad de factores. Dicha satisfacción no solo se consigue mediante el producto o servicio en sí, sino que también juega un papel muy importante la atención al cliente, y, por consiguiente, la calidad de servicio.

Según, (Palacios, 2022, pág. 232) aunque la investigación sistemática del mercado da respuestas sobre el comportamiento del cliente, para desarrollar una sana estrategia del servicio al cliente se necesita juicio estratégico, planeación, análisis de fuerzas y análisis de oportunidades. La estrategia de servicio al cliente implica una planeación y un seguimiento. En el primer caso, implica un análisis de rentabilidad, diagramas de operación y análisis de decisiones; en el segundo caso, implica una medición del rendimiento del sistema de servicio al cliente mediante la satisfacción del cliente y los indicadores de gestión. Una estrategia de servicio al cliente debe cumplir con principios como los siguientes, que varían de acuerdo con el tipo de organización: rapidez, eficiencia, precios bajos, comodidad, calidad, buen gusto, modernidad, amabilidad, comodidad, limpieza, lujo, exclusividad, surtido amplio, exactitud,

cuidado, interés, flexibilidad, diversión, credibilidad, profesionalismo, personalización, comprensión, seguridad y cercanía.

De acuerdo con (Hyken, 2018) la gestión proactiva de problemas implica anticiparse a posibles inconvenientes que puedan surgir durante la interacción con el cliente y abordarlos de manera anticipada para evitar que se conviertan en problemas mayores. Esto puede incluir la identificación de posibles fallas en productos o servicios, la anticipación de quejas o reclamaciones recurrentes, y la implementación de medidas preventivas para resolver problemas antes de que afecten negativamente la experiencia del cliente.

Desde el punto de vista de (López Á. , 2020) la creación de experiencias de cliente excepcionales se basa en superar las expectativas del cliente y sorprenderlo de manera positiva en cada interacción. Esto implica entender las necesidades y deseos del cliente, anticiparse a sus necesidades y proporcionar soluciones personalizadas y memorables que generen una impresión duradera. Al ofrecer una experiencia "WOW", las empresas pueden fomentar la lealtad del cliente, promover el boca a boca positivo y diferenciarse de la competencia. Este concepto refleja la importancia de centrarse en la satisfacción y felicidad del cliente al diseñar experiencias que vayan más allá de lo esperado.

Según el autor (Rovira, 2019) un concepto importante del marketing relacional en relación con la atención al cliente es la idea de que las empresas deben centrarse en construir y mantener relaciones sólidas y a largo plazo con sus clientes. Esto implica más que simplemente cerrar una venta; se trata de desarrollar conexiones significativas con los clientes a lo largo del tiempo. En el contexto de la atención al cliente, el marketing relacional implica entender las necesidades individuales de los clientes, anticiparse a sus expectativas y proporcionar un servicio

personalizado y de alta calidad en cada interacción. Se trata de crear experiencias positivas y memorables que generen confianza, lealtad y satisfacción del cliente.

Es fundamental para la empresa Mini Market Xavier Rueda. Esto implica que la empresa no solo se enfoque en cerrar ventas, sino que busque establecer y mantener relaciones sólidas y a largo plazo con sus clientes. Para Mini Market Xavier Rueda, esto significa comprender las necesidades individuales de cada cliente que entra a la tienda, anticiparse a sus expectativas y ofrecer un servicio personalizado y de alta calidad en cada interacción. Se trata de ir más allá de una simple transacción comercial, y en su lugar, construir conexiones significativas que generen confianza, lealtad y satisfacción en los clientes. Al priorizar estas relaciones duraderas, la empresa puede no solo garantizar la repetición de negocios, sino también fomentar recomendaciones positivas y una reputación sólida en la comunidad. En última instancia, el marketing relacional se convierte en una herramienta poderosa para el crecimiento y éxito continuo de la empresa, consolidando su posición en el mercado y fortaleciendo su vínculo con los clientes.

MARCO METODOLÓGICO

Tipo de enfoque

Se adoptó un enfoque metodológico cualitativo y cuantitativo para llevar a cabo el presente estudio de caso, el cual se enfocó en realizar un enfoque mixto, que combina elementos cualitativos y cuantitativos. Esto permite una comprensión profunda de la satisfacción y las expectativas del cliente, así como evaluar la efectividad de las estrategias actuales de servicio al cliente a través de datos numéricos. Al combinar métodos cualitativos y cuantitativos, se obtiene una visión más completa y detallada de la situación en el Mini Market Xavier Rueda 24/7, los métodos cualitativos, como las entrevistas y la observación participante, permiten explorar en profundidad las experiencias y percepciones de los clientes, así como también comprender los aspectos subjetivos de la satisfacción del cliente, los métodos cuantitativos, como las encuestas y el análisis de datos numéricos, proporcionan información objetiva y estadística sobre la efectividad de las estrategias actuales de atención al cliente, así como también permiten identificar tendencias y patrones en los datos recopilados.

Tipo de investigación

El tipo de investigación utilizado para este estudio de caso fue principalmente documental y descriptiva. A través de la investigación documental, se llevó a cabo la recopilación y selección de información basada en autores, documentos, materiales bibliográficos, tesis y estudios de caso pertinentes. Esta etapa proporcionó una base sólida de conocimiento sobre el tema en cuestión. Por otro lado, mediante la investigación descriptiva, se recopiló información específica sobre la situación de la empresa, permitiendo una comprensión profunda del proceso de atención al cliente y de las dinámicas internas de la organización. Esta

combinación de enfoques metodológicos proporcionó una perspectiva integral y detallada para abordar los objetivos del estudio.

Método

El método que se aplicó fue analítico-sintético en el caso de estudio, centrándose en comprender las problemáticas presentes en la empresa y proponer alternativas para su resolución. El método analítico se emplearía para descomponer el problema en sus componentes individuales, como determinar el nivel de satisfacción de los clientes, evaluar la efectividad de las estrategias de atención al cliente y deducir las expectativas de los clientes. Se analizarían datos específicos, como resultados de encuestas, estadísticas de satisfacción del cliente y comentarios de los clientes. Por otro lado, el método sintético se utilizaría para combinar la información obtenida de los diferentes aspectos analizados y construir una comprensión global de la situación de la atención al cliente en Mini Market Xavier Rueda.

Técnicas

En este caso de estudio se emplearon diversas técnicas para recabar información y comprender las áreas de mejora en la atención al cliente de la empresa "Mini Market Xavier Rueda". Se llevó a cabo una encuesta en línea dirigida a los clientes de la empresa, con el fin de identificar las deficiencias en el servicio. Asimismo, se realizó una entrevista al propietario para obtener información detallada sobre los procesos de atención al cliente implementados por la empresa.

Instrumento

En este estudio de caso se utilizaron diferentes instrumentos para recopilar información sobre la atención al cliente en la empresa. Se empleó un cuestionario en forma de encuesta con

10 preguntas dirigidas a los clientes, facilitado a través de Google Formularios, con el propósito de determinar las causas específicas de insatisfacción del cliente. Además, se empleó una ficha de entrevista para evaluar la efectividad de las estrategias actuales de atención al cliente.

Además, se consultaron una variedad de fuentes como libros, estudios de casos, tesis y artículos científicos para obtener información adicional y recomendar estrategias de mejora.

Muestra

En este caso de estudio, nos enfocamos en analizar la atención al cliente en el Mini Market Xavier Rueda 24/7, localizado en la ciudad de Babahoyo. Para obtener información confiable, se seleccionó una muestra representativa de clientes que visitaron el establecimiento durante un período determinado. Para determinar el tamaño de la muestra necesario para este estudio sobre la atención al cliente en el Mini Market Xavier Rueda 24/7 de la ciudad de Babahoyo, en el periodo 2023 se utilizó la fórmula para el cálculo del tamaño de muestra en una encuesta, que se basa en un nivel de confianza del 95%, un margen de error del 5%, con un éxito de 50% y un fracaso 50%.

- Nivel de confianza (Z) = 1.96 (para un nivel de confianza del 95%).
- Margen de error (e) = 0.05 (5%).
- Población (N) = 153.776 según INEC 2010.
- n=? n=384

Formula

$$n = \frac{Z^2(p*q)}{e^2 + \frac{Z^2(p*q)}{N}}$$

$$n = \frac{1.96^2(0.50*0.50)}{0.05^2 + \frac{(1.96^2(0.5*0.5))}{153776}} = 384$$

RESULTADOS

Los resultados de este estudio de caso nos brindan información importante que nos ayudan a comprender mejor cómo se brinda atención al cliente en Mini Market Xavier Rueda 24/7 durante el periodo 2023. Mediante un análisis detallado de los datos recopilados mediante una entrevista al propietario del Mini Market el Sr. Xavier Rueda Portilla y una encuesta online a las 384 personas obtenidas de la muestra, hemos obtenido información relevante. A continuación, presentamos los principales resultados obtenidos durante esta investigación.

Entrevista realizada al propietario de la empresa Sr. Xavier Rueda Portilla.

N°	Cuestionario	Respuesta
1	¿Cómo describiría la filosofía de atención al cliente que guía a su establecimiento y en cuanto tiempo toma en atender a cada uno de los clientes?	Se centra en ofrecer productos de calidad a precios accesibles, se toma de 5 a 10 min en atender a cada cliente.
2	¿Qué medidas específicas ha implementado para garantizar la satisfacción de los clientes en su Mini Market?	Hemos implementado medidas como mantener un inventario actualizado.
3	¿Cuál es su opinión sobre la efectividad de las estrategias de atención al cliente que actualmente emplea su negocio?	Considero que nuestras estrategias de atención al cliente son efectivas, pero siempre buscamos mejorar, porque hay todos tipos de clientes.
4	¿Qué aspectos considera más importantes para mantener a los clientes satisfechos y fieles a su Mini Market?	La calidad de los productos, la atención del personal y la rapidez en el servicio son aspectos fundamentales.

5	¿Cómo recopila y utiliza la retroalimentación de los clientes para mejorar la experiencia de compra en su establecimiento?	Recopilamos a través de comentarios en línea y sugerencias directas de los clientes.
6	¿Cuáles cree que son las principales expectativas que los clientes tienen al visitar un Mini Market como el suyo?	Creemos que los clientes esperan encontrar productos frescos y de calidad, un servicio rápido y amable, así como precios justos.

Encuesta online realizada a la población de Babahoyo

¿Cómo calificarías la amabilidad del personal al atenderte en Mini Market Xavier Rueda?			
Tabla 1			
Nº	DATOS	FR.	%
1	Muy Amables	139	36.2%
2	Amables	74	19.3%
3	Poco Amables	147	38.3%
4	Nada Amables	24	6.20%
	Total	384	100

¿Consideras que el personal está debidamente capacitado para resolver tus consultas o problemas?			
Tabla 2			
Nº	DATOS	FR.	%
1	Totalmente de acuerdo	143	37.2%
2	De acuerdo	63	16.4%
3	Poco Amables	152	39.6%
4	Nada Amables	26	6.8%
	Total	384	100

Fuente: Elaborado por Estefania Vera Verdezoto

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Según los resultados que se obtuvieron después de la entrevista realizada al propietario de la empresa, se evidenció un conocimiento sólido por parte del señor Xavier Rueda sobre la importancia de la calidad en la atención al cliente. Sin embargo, se identificaron áreas de oportunidad en la eficiencia de la atención brindada por los colaboradores, ya que se registraron quejas y reclamos por parte de los usuarios por el tiempo de espera. El propietario, actuando como gerente, reconoce la necesidad de mejorar continuamente el servicio de calidad proporcionado por su empresa. Su compromiso con la optimización de la atención al cliente busca prevenir y abordar cualquier inconveniente que pueda generar quejas, contribuyendo así a mejorar la experiencia del cliente y, en última instancia, impulsar las ventas.

Siguiendo la discusión anterior, la empresa Mini Market Xavier Rueda considera que no brindan la calidad de atención al cliente de manera eficiente porque no tienen un tiempo específico para saber atender a los clientes. Para los consumidores, el tiempo que lleva satisfacer sus necesidades generalmente varía entre 5 minutos a 10 minutos, pero el tiempo también puede variar debido a la naturaleza del producto dependiendo de las necesidades del cliente. Estas causas también son generalmente beneficiosas para la economía y las tendencias del mercado, también teniendo en cuenta que todos los clientes no tienen la misma percepción de ver las cosas.

El propietario, actuando en su rol de gerente, muestra un compromiso claro hacia la mejora continua del servicio ofrecido por su empresa. Este compromiso no solo busca abordar quejas existentes, sino también prevenir futuros inconvenientes que puedan afectar la experiencia del cliente y, en última instancia, las ventas. Es crucial resaltar que Mini Market Xavier Rueda reconoce la necesidad de establecer un enfoque más específico en el tiempo de atención al

cliente. La falta de un tiempo definido para atender a los clientes puede estar afectando la eficiencia del servicio, y el propietario es consciente de que mejorar este aspecto puede contribuir significativamente a la satisfacción del cliente.

Según la reciente encuesta realizada a 384 clientes de la empresa "Mini Market", hemos identificado áreas de oportunidad que nos permiten comprender mejor las deficiencias en la atención al cliente de la organización, el análisis de los resultados muestra que el 41.6% consideran "poco probable" volver a Mini Market basándose en su experiencia reciente de atención al cliente. El 40,8% expresaron que a veces se sienten valorados como clientes en Mini Market. El 39,7% evaluó la comunicación del personal de Mini Market Xavier Rueda en cuanto a promociones, ofertas especiales o cambios en el servicio como "confusa". El 40,3% indicó que reciben atención dentro de un período de 5 a 10 minutos al solicitar ayuda o asistencia en Mini Market. El 38,3% calificó la amabilidad del personal como "poco amable". Este resultado indica que una proporción significativa de clientes percibe que hay áreas en las que la interacción con el personal podría mejorar en términos de amabilidad.

Además, también se obtuvo información sobre la eficiencia y las percepciones de atención al cliente con un 38.8% considera que la resolución efectiva de problemas es el aspecto más importante de la atención al cliente ,seguido de un 33.3% indicó que es "muy probable" que vuelvan al mini market basándose en su experiencia reciente de atención al cliente.33.1% indicó que esperaría recibir una disculpa del personal de Mini Market en caso de tener una experiencia negativa con la atención al cliente. El 35,5% de los encuestados expresó sentirse valorado como cliente "siempre". El 35,4% evaluó la comunicación del personal en cuanto a promociones, ofertas especiales o cambios en el servicio como "clara y efectiva".

CONCLUSIONES

Con base en los resultados obtenidos de la encuesta realizada a las 384 personas se puede concluir que la necesidad de establecer un tiempo específico para atender a los clientes, considerando que el proceso de atención puede variar dependiendo de las necesidades individuales de cada cliente y la naturaleza de los productos ofrecidos. Esta falta de un tiempo definido puede estar afectando la percepción de eficiencia del servicio por parte de los clientes y, por ende, su satisfacción. Es esencial que la empresa implemente medidas para mejorar la gestión del tiempo de atención.

Otra conclusión sobre el objetivo de evaluación de la efectividad de las estrategias actuales de atención al cliente, la cual se basó en una entrevista realizada al propietario de la empresa. Se puede concluir que existe un sólido compromiso por parte de la empresa hacia la mejora continua de la atención al cliente. Se evidencia una comprensión clara de la importancia de la calidad en el servicio, aunque se identificaron áreas de oportunidad en cuanto a la eficiencia del tiempo de atención, lo que ha generado quejas por parte de los clientes. Es crucial que la empresa siga enfocándose en la optimización de sus estrategias de atención al cliente para garantizar una experiencia satisfactoria que impulse las ventas y la fidelización de los clientes.

Finalmente, a partir de los resultados de la encuesta realizada a los clientes, se destaca la importancia de enfocarse en áreas específicas de mejora, como la amabilidad del personal, la claridad en la comunicación y la eficacia en la resolución de problemas. Estos aspectos son fundamentales para garantizar una experiencia positiva y satisfactoria para los clientes. Se recomienda que la empresa continúe recopilando y analizando regularmente la retroalimentación de los clientes para identificar áreas de oportunidad y realizar ajustes necesarios en sus estrategias de atención al cliente.

RECOMENDACIONES

Reforzar la capacitación del personal en habilidades de comunicación y servicio al cliente, haciendo énfasis en la importancia de la amabilidad, la empatía y la resolución efectiva de problemas. Esto podría incluir sesiones de entrenamiento periódicas, simulacros de situaciones de atención al cliente y retroalimentación constante sobre su desempeño. Un personal bien capacitado y motivado será capaz de brindar un servicio más cálido y satisfactorio, lo que impactará positivamente en la percepción del cliente sobre la empresa.

Implementar un sistema de gestión del tiempo más eficiente que permita establecer tiempos específicos para atender a cada cliente. Esto podría lograrse mediante la asignación de roles y responsabilidades claras para el personal, así como el uso de herramientas tecnológicas para optimizar los procesos de atención. Además, se podría considerar la capacitación del personal en técnicas de gestión del tiempo y atención al cliente para mejorar la eficiencia y reducir los tiempos de espera.

Establecer un sistema de retroalimentación continua que permita recopilar, analizar y actuar sobre las opiniones y sugerencias de los clientes de manera regular. Esto podría incluir la implementación de encuestas periódicas, buzones de sugerencias en el establecimiento o el uso de plataformas en línea para recibir comentarios. Es fundamental que la empresa demuestre una actitud receptiva hacia la retroalimentación de los clientes y tome medidas concretas para abordar cualquier problema o área de mejora identificada, demostrando así su compromiso con la satisfacción del cliente.

REFERENCIAS

- Álvarez, A., & Juan, G. (2021). *Comunicacion empresarial y atencion al cliente (1.0 ed.)*. Editorial Editex.
- Barandiaran, K. (2019). "Calidad de atención al cliente y su influencia en la ventaja competitiva de las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Moyobamba en el periodo 2019"[Tesis de Licenciatura, Universidad Alas Peruanas]. Peru. Obtenido de https://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/10310/Tesis_Calidad.Atenci%C3%B3nAlcliente_VentajaCompetitiva_MYPE_Moyobamba.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- García, M. J. (2019). *Gestión de la atención al cliente/consumidor. COMT0110. Bookwire GmbH*.
- Gil, J. (2020). *COMTOO4PO:FUNDAMENTOS DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE (Edición 1.0 ed.)*. EDITORIAL ELEARNING S.L.
- Hyken, S. (2018). "The Convenience Revolution: How to Deliver a Customer Service Experience that Disrupts the Competition and Creates Fierce Loyalty". Penguin Random House.
- Ladrón de Guevara, M. A. (2020). *UF0349 - Atención al cliente en el proceso comercial. (M. Á. Jiménez, Ed.) Tutor Formación*. Obtenido de <https://editorial tutor formación>
- López, Á. (2020). "La experiencia WOW". Anaya Multimedia.
- López, F. (2019). *Calidad Total (edición 1.0 ed.)*. Editorial Elearning, S.L.
- Lopez, S. (2020). *Atención al cliente consumidor y usuario (1 edicion ed.)*. Paraninfo S.A.

Palacios, L. (2022). *Estrategias de creación empresarial - 3ra edición (1.0 ed.)*. Ecoe Ediciones.

Pozo, S. (2019). *ESTRATEGIAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE EN TAXIS 11 DE DICIEMBRE, DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017*. [Tesis de Ingeniería de administración]. Santa Elena. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/4495/1/UPSE-TAE-2018-0013.pdf>

Ramos, G. (2018). "Desempeño Laboral y su incidencia en la atención. [Tesis de Licenciatura, Universidad Técnica de Ambato]. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO, Ambato-Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/3351/1/40%20o.e..pdf>

Reyes, Veliz, & Izquierdo. (2021). *alidad del servicio y su relación con la satisfacción al cliente en la empresa pública de agua potable del cantón Jipijapa*. Obtenido de <https://doi.org/10.23857/pc.v6i4.2586>

Rovira, J. (2019). "Marketing relacional: Cómo incrementar la lealtad de tus clientes". Profit Editorial.

Salazar, V., Buentello, M., Gomez, & Sánchez, V. (2019). *LA ATENCIÓN AL CLIENTE, EL SERVICIO, EL PRODUCTO Y EL PRECIO COMO VARIABLES DETERMINANTES DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN UNA PYME DE SERVICIOS*. Revista GEON (Gestión, Organizaciones Y Negocios).

ANEXOS

ANEXO 1: ENTREVISTA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACION, FINANZAS E INFORMATICA
ENTREVISTA DIRIGIDA AL PROPIETARIO DE “MINI MARKET XAVIER
RUEDA 24/7”



CUESTIONARIO

1. **¿Cómo describiría la filosofía de atención al cliente que guía a su establecimiento y en cuanto tiempo toma en atender a cada uno de los clientes?**
2. **¿Qué medidas específicas ha implementado para garantizar la satisfacción de los clientes en su Mini Market?**
3. **¿Cuál es su opinión sobre la efectividad de las estrategias de atención al cliente que actualmente emplea su negocio?**
4. **¿Qué aspectos considera más importantes para mantener a los clientes satisfechos y fieles a su Mini Market?**
5. **¿Cómo recopila y utiliza la retroalimentación de los clientes para mejorar la experiencia de compra en su establecimiento?**
6. **¿Cuáles cree que son las principales expectativas que los clientes tienen al visitar un Mini Market como el suyo?**

ANEXO 2: ENCUESTA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACION, FINANZAS E INFORMATICA
ENCUESTA APLICADA A LOS CLIENTES DE MINI MARKET RUEDA

**1. ¿Con qué frecuencia visitas mini market Xavier Rueda 24/7?**

- Diariamente
- Varias veces por semana
- Una vez a la semana
- Menos de una vez al mes

2. ¿Cómo calificarías la amabilidad del personal al atenderte en mini market Xavier Rueda?

- Muy amables
- Amables
- Poco amables
- Nada amables

3. ¿Te sientes escuchado y comprendido por el personal cuando planteas alguna duda o inquietud?

- Siempre
- En la mayoría de las ocasiones
- A veces
- Nunca

4. ¿Consideras que el personal está debidamente capacitado para resolver tus consultas o problemas?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

5. ¿Qué tan rápido recibes atención cuando solicitas ayuda o asistencia en el mini market?

- Inmediatamente
- Dentro de unos minutos
- Dentro de 5-10 minutos
- Más de 10 minutos

6. ¿Cómo evaluarías la comunicación del personal en cuanto a promociones, ofertas especiales o cambios en el servicio?

- Clara y efectiva
- Aceptable
- Confusa
- Inexistente

7. ¿Te sientes valorado como cliente en mini market Xavier Rueda?

- Sí, siempre
- En la mayoría de las ocasiones
- A veces
- No, nunca

8. ¿Qué esperas de Mini Market, si tienes una experiencia negativa con la atención al cliente?

- Recibir una disculpa del personal
- Recibir algún tipo de compensación o descuento
- Que se tomen medidas para resolver el problema
- No espero nada en particular

9. ¿Qué tan probable es que vuelvas a mini market Xavier Ruedas basándote en tu experiencia reciente de atención al cliente?

- Muy probable
- Probable
- Poco probable
- Nada probable

10. ¿Cuál de los siguientes aspectos de la atención al cliente consideras más importante al visitar un mini market?

- Rapidez en la atención
- Amabilidad del personal
- Resolución efectiva de problemas
- Claridad en la comunicación

ANEXO 3: CERTIFICADO DE LA EMPRESA



Babahoyo, 18 de enero 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 MINIMARKET XAVIER RUEDA 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 Vera Verdezoto Estefania Brigitte 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 MINI MARKET XAVIER RUEDAS 24/7 DE LA CIUDAD DE BABAHOYO** el cual es requisito indispensable para poder titularse.

Sin otro particular me suscribo de usted

Atentamente

Ab. Xavier Elias Rueda Portilla.

1204473355

xavier.rueda@gmail.com 0997698000

ANEXO 4: RUC DE LA EMPRESA

SRI		Certificado Registro Único de Contribuyentes	
Apellidos y nombres RUEDA PORTILLA XAVIER ELIAS		Número RUC 1204473365001	
Estado ACTIVO	Régimen GENERAL	Artesano No registra	
Fecha de registro 03/04/2003		Fecha de actualización 29/03/2023	
Inicio de actividades 03/03/2003	Reinicio de actividades No registra	Cese de actividades No registra	
Jurisdicción ZONA 5 / LOS RIOS / BABAHOYO		Obligado a llevar contabilidad SI	
Tipo PERSONAS NATURALES	Agente de retención SI	Contribuyente especial NO	
Domicilio tributario			
Ubicación geográfica			
Provincia: LOS RIOS Cantón: BABAHOYO Parroquia: DR. CAMILO PONCE			
Dirección			
Calle: JUAN X MARCOS Número: S/N Intersección: RICAURTE Referencia: FRENTE AL COMERCIAL VIZUETE			
Medios de contacto			
Celular: 0997698000 Email: xavier.rued@gmail.com			
Actividades económicas			
<ul style="list-style-type: none"> • G46309501 - VENTA AL POR MAYOR DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, INCLUSO EL ENVASADO DE VINO A GRANEL SIN TRANSFORMACIÓN. • G47110201 - VENTA AL POR MENOR DE GRAN VARIEDAD DE PRODUCTOS EN SUPERMERCADOS, ENTRE LOS QUE PREDOMINAN, LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS, LAS BEBIDAS O EL TABACO, COMO PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD Y VARIOS OTROS TIPOS DE PRODUCTOS, COMO PRENDAS DE VESTIR, MUEBLES, APARATOS, ARTÍCULOS DE FERRETERÍA, COSMÉTICOS, ETCÉTERA. • G47990101 - VENTA AL POR MENOR DE CUALQUIER TIPO DE PRODUCTO NO REALIZADA EN ALMACENES NI PUESTOS DE MERCADO: VENTA DIRECTA O POR VENDEDORES A DOMICILIO. • H49220201 - SERVICIOS DE TAXIS. • I56100201 - RESTAURANTES DE COMIDA RÁPIDA, PUESTOS DE REFRIGERIO Y ESTABLECIMIENTOS QUE OFRECEN COMIDA PARA LLEVAR, REPARTO DE PIZZA, ETCÉTERA; HELADERÍAS, FUENTES DE SODA, ETCÉTERA. • M74901001 - PRESTACION DE SERVICIOS PROFESIONALES. • S96090705 - ACTIVIDADES DE SERVICIOS DIVERSOS. 			
Establecimientos			
Abiertos		Cerrados	
5		3	
1/2			
www.sri.gob.ec			

Apellidos y nombres
RUEDA PORTILLA XAVIER ELIAS

Número RUC
1204473365001

Obligaciones tributarias

- 1031 - DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO
- 2011 DECLARACION DE IVA

i Las obligaciones tributarias reflejadas en este documento están sujetas a cambios. Revise periódicamente sus obligaciones tributarias en www.sri.gob.ec.

Números del RUC anteriores

No registra



Código de verificación: RCR1708139900680698
Fecha y hora de emisión: 16 de febrero de 2024 22:18
Dirección IP: 10.1.2.142

Validez del certificado: El presente certificado es válido de conformidad a lo establecido en la Resolución No. NAC-DGERCGC15-00000217, publicada en el Tercer Suplemento del Registro Oficial 462 del 19 de marzo de 2015, por lo que no requiere sello ni firma por parte de la Administración Tributaria, mismo que lo puede verificar en la página transaccional SRI en línea y/o en la aplicación SRI Móvil.

ANEXO 5: CERTIFICADO DE ANALISIS COMPILATIO



Caso de estudio

6%
Textos sospechosos



0% Similitudes

0% similitudes entre comillas

0% entre las fuentes mencionadas

2% Idiomas no reconocidos

4% Textos potencialmente generados por la IA

Nombre del documento: CASO DE ESTUDIO .docx

ID del documento: 6722229fa6cc9927798e63136b0390b3c5c21586

Tamaño del documento original: 33,97 kB

Autor: Estefania Vera Verdezoto

Depositante: Estefania Vera Verdezoto

Fecha de depósito: 1/3/2024

Tipo de carga: url_submission

fecha de fin de análisis: 1/3/2024

Número de palabras: 4923

Número de caracteres: 32.212

Ubicación de las similitudes en el documento:

☰ Fuentes de similitudes