



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

ABRIL - SEPTIEMBRE 2022

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

PRUEBA PRÁCTICA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

LICENCIATURA EN COMERCIO

TEMA:

**ATENCIÓN AL CLIENTE EN MINIMARKET D'MANU DE LA CIUDAD DE
BABAHOYO PERIODO 2021.**

EGRESADO:

KEVIN PATRICIO AGUIRRE CARDENAS

TUTOR:

CPA. JOHANNA REMACHE SILVA.

AÑO 2022

INTRODUCCIÓN

Minimarket D'MANU es un negocio que se encuentra en la provincia de Los Ríos, cantón Babahoyo, tiene ya muchos años dentro del mercado, la cual cuenta con 5 trabajadores. El Minimarket está enfocado a la venta de varios productos alimenticios y artículos tanto para el hogar, como personal, ofreciendo siempre al cliente ofertas innovadoras y mercadería de excelente calidad, dando así la satisfacción suficiente para el público en general y que, a pesar de la competencia, tenga una gran acogida.

El objetivo del siguiente estudio de caso es analizar el servicio de atención al cliente que brinda el Minimarket D'MANU de la ciudad de Babahoyo, para saber cuáles son las problemáticas que se generan dentro del mismo. Con la siguiente indagación se obtuvo la comprensión del por qué los trabajadores no prestar un buen servicio, generando una insatisfacción en los clientes y una mala imagen al Minimarket.

El trabajo siguiente que se denomina atención al cliente en Minimarket Manolo de la ciudad de Babahoyo está vinculado con la línea de investigación Gestión Financiera, Administrativa, Tributaria, Auditoría y Control, ya que se efectúan las diferentes situaciones que realiza el personal de la empresa, y como es de gran relevancia se busca que se mejoren, y como sublínea se presenta la denominada Empresas públicas y privadas, considerando que es un negocio propio con muy buenos productos, que aporta a la sociedad satisfacciones o a las necesidades.

Los métodos que se llevaron a cabo dentro de este estudio de caso fueron cualitativos y cuantitativos, el método cualitativo se dio mediante preguntas por medio de entrevistas al dueño del negocio, con el cual se pudo obtener información precisa de la atención que da el personal a los clientes, y el método cuantitativo, también se realizó encuestas, pero en este caso a los clientes para obtener el grado de satisfacción de ellos hacia el local.

En la siguiente investigación se ha mantenido una estructura dada, donde se puede encontrar la descripción de todos los problemas que se encontraron en el local Minimarket D'MANU acompañado de una justificación, además de ello, cuenta con objetivos general y específicos, un marco teórico, con sus respectivos análisis, concluyendo con una idea principal de todo el tema, que en la conclusión.

DESAROLLO

La siguiente investigación es de gran relevancia porque se logrará analizar el servicio de atención al cliente que otorga el Minimarket D'MANU de la Ciudad de Babahoyo, dado que, al ser cliente de forma frecuente, pude lograr la fideliza como en compras, y prácticamente eh sido testigo de muchas problemáticas que se presentan dentro del local a la hora que el cliente va a realizar sus compras, por este motivo se realizó esta indagación para conocer más a fondo la situación del establecimiento.

La presente investigación tiene como propósito identificar cada una de las incidencias presentadas dentro del Minimarket D'MANU de la ciudad de Babahoyo producidas por la inadecuada atención al cliente, la cual se refleja en el bajo rendimiento del personal en sus actividades, cabe destacar que estos factores ocasionan pérdidas de clientes y menores ingresos a la empresa debido a la pésima calidad de atención produciendo que tengan una baja rentabilidad en el mercado.

La problemática principal es la deficiencia en la calidad de servicio en la atención del personal que labora en el Minimarket D'MANU, debido a que el establecimiento no cuenta con técnicas de motivación como por ejemplo elección del empleado del mes, bonos, vacaciones, incentivos económicos, etc., así como tampoco hace uso del sistema de recompensas ante un trabajo bien realizado, esto provoca que sus empleados no realicen su trabajo de manera deficiente y eso se ve reflejado en su atención a los clientes.

Desde el punto de vista de Rojas (2022) afirma que la atención al cliente se refiere a todas las acciones realizadas para un cliente antes, durante y después de una compra. También conocido como servicio al cliente, se realiza para satisfacer la satisfacción con un producto o servicio. Este proceso involucra varios pasos y

elementos. No estamos hablando específicamente de cuándo un cliente realiza una compra, sino de lo que sucede antes, durante y después de comprar un producto o utilizar un servicio. Un buen servicio al cliente no solo responde las preguntas de los clientes, anticipándose a lo que necesitan y satisfaciendo sus necesidades de manera eficiente. (pág. 21)

Explica (Martínez, 2016) que existen diferentes estudios han revelado durante los años que bastante más de la mitad de los clientes se cambian a la competencia gracias a un pobre servicio al comprador. Además, esta tendencia viene acompañada de un sentimiento negativo hacia las organizaciones ya que los consumidores aseguran que podrían haber hecho algo más para eludir este cambio. Por consiguiente, en el momento de establecer un plan de atención al comprador se necesita pensarla dos veces para eludir situaciones incómodas entre consumidor y trabajador. (pág. 11)

Debe indicarse que el gerente no ha tomado la iniciativa de incentivar o proporcionarle estrategias para los empleados, ya que lo ve como gastos innecesarios y comenta que el Minimarket no está dispuesto a tener más pérdidas que ingresos, esto ocasiona un mal clima laboral, además los empleados se sienten pocos valorados, porque no reciben las capacitaciones debidas, también la falta de comunicación y motivación son factores que ocasionan que ellos no desempeñan sus actividades con buena actitud y carezcan de los conocimientos para alcanzar un mejor rendimiento.

Menciona (Napolitano, 2018) que la motivación es uno de los puntos psicológicos que se relaciona más estrechamente con el desarrollo de las personas. No se caracteriza como un rasgo personal, sino por la relación de los individuos con el caso, por esto cambia de una persona a otra y en una misma persona puede perturbar en diferentes instantes y situaciones Cabe decir que la motivación involucra la realidad de

alguna necesidad, así sea absoluta, relativa, de placer o de lujo. Una vez que alguien está motivado, estima que eso que lo entusiasma es indispensable o adecuado. (pág. 5)

Indica Renaud de Harlez et al. (2016) que la motivación laboral es un componente que debería conformar parte del día a día entre los empleados. En el momento de realizar un trabajo implica un cambio cualitativo, sin embargo además una forma de conservar un ambiente afable y proactivo. Además incrementará la productividad empresarial y el trabajo del equipo en las distintas ocupaciones que hacen, además de que cada miembro se sienta llevado a cabo en su puesto de trabajo y se identifique con los valores de la organización. Es la mejor manera para que los trabajadores se tomen en cuenta gran parte de la compañía y den el más alto por ella. (pág. 17)

Minimarket necesita mejorar las condiciones de trabajo, ideando estrategias de motivación como el reconocimiento de logros, donde el propietario reconozca y felicite a los empleados por un trabajo bien hecho, esto tendrá un gran impacto positivo en su motivación. Estos factores positivos crearán un mayor interés de los empleados por desenvolverse mejor en sus actividades.

Además, es importante que en Minimarket elabore planes de carrera para que los empleados tengan la oportunidad de ascender en el organigrama de la empresa, esto le beneficiará a la empresa por que los empleados tendrán un mayor compromiso con sus trabajos ya que ellos tendrán fijadas sus metas reales y los incentivos que van a recibir los cuales serán económicos o a modo de concesión de tiempo libre los cuales para ellos es muy bueno.

Como estrategia final, se considera importante que realicen una evaluación del clima laboral, el cual ayudará a identificar las situaciones internas que afectan el entorno y crecimiento de la empresa, además esta evaluación permitirá aumentar la satisfacción laboral debido a que se mejorará el estado de ánimo de cada trabajador incrementando la creatividad y la buena comunicación entre los miembros del equipo de trabajo.

La falta de personal para el área de caja es otro de los problemas que se evidencia, por que al momento que van a cancelar, la cajera por el exceso de gente no se abastece, y la atención se vuelve más tediosa; la mayor parte de los consumidores son mayoristas, la cual se proveen de mucha mercadería en cada compra, empero hay clientes que van por dos productos, debido a la larga espera prefieren no comprar, e ir a otro lugar donde la atención sea eficiente e instantánea.

Según (Amo, 2019) el proceso de reclutamiento y selección de personal podría ser una labor algo agitada. No obstante, una vez que se cumple con un proceso o política de reclutamiento y selección idónea, se quita de manera significativa la rotación de empleados, Además, asegurar un proceso de contratación organizado, transparente y justo que logre beneficiar al personal de recursos humanos a situar a los individuos indicadas en las oficinas de la compañía. (pág. 8)

(Da Silva, 2020) explica que cuando los clientes buscan una excelente atención, significa que confían en el negocio y creen que podrán ayudarlo rápidamente en cualquier situación. Por ello, una atención al cliente de calidad significa que la empresa está preparada para satisfacerlos de la mejor manera posible. Cada vez más, esperan que su empresa resuelva sus problemas rápidamente y proporcione una opción de autogestión simple. (pág. 15)

Es necesario que Minimarket realice una buena selección del personal donde los entrevistadores de la empresa tengan claras las competencias, experiencias, habilidades y conocimientos que deben tener las personas que postulan para el cargo, es importante que estas personas con cumplan con esos requisitos para así puedan contratar al personal más preparado, y pueda realizar el trabajo de manera eficiente y rápida. Logrando así justificar la inversión que hacen en la contratación.

Además, se considera urgente que en el área de caja se contrate más personal apto ya que actualmente una sola persona está a cargo de esa área y no se abastece, por lo cual las personas contratadas deben cumplir con las necesidades o requerimientos que tienen los clientes al momento de ir a realizar el pago de sus compras con el fin de beneficiar y potenciar la imagen comercial de la empresa generando así mayores niveles de productividad en sus ingresos económicos.

Otro problema que se evidencia en la empresa es al momento que el cliente se acerca a caja para cancelar el valor de sus compras realizadas, normalmente los empleados se toman mucho tiempo al momento de sacar el cálculo de las compras, debido a que no manejan de una forma ágil el sistema, y esto a su vez ocasiona un malestar por los clientes ya que algunos están con apuro y no son muy comprensibles. Cabe mencionar que a pesar de que el local cuenta con productos muy destacados, de primera necesidad, y tienen precios accesibles, muchas veces el personal, es quien no brindan la atención adecuada, debido a que no cuentan con el conocimiento y experiencia con las capacidades idóneas para ejercer ese puesto de trabajo, esta falta de preparación del personal de trabajo, ocasiona que no se tenga una buena conducta al momento de atender al cliente, sin duda alguna no están capacitados de una manera

correcta, utilizando un lenguaje apropiado y gestos correctos. no brindan solución al cliente cuando se les presenta algún inconveniente.

(Tellería, 2017) menciona que la capacitación del personal de trabajo no sólo orienta a los empleados para que hagan su trabajo de forma más eficiente y eficaz, va mucho más allá y eso se nota en sus consecuencias. Si no capacita a un nuevo empleado, corre varios riesgos con efectos negativos, como la pérdida de productividad o los costos de rotación de empleados. Cuando una empresa planifica acciones formativas para sus trabajadores, debe tener en cuenta el trabajo que realizan. No es lo mismo la formación de los directivos que la de los ejecutivos, porque sus necesidades como trabajadores y lo que esperan de la empresa varían según el perfil. (pág. 60)

Del Águila Shupingahua (2019) afirma que la satisfacción del cliente; “Es la percepción que tiene la persona sobre el desarrollo del producto en relación con sus expectativas”. Si el consumidor tiene sus experiencias por debajo de sus expectativas quedará insatisfecho. Una vez que un producto o servicio cumple con eso que promete y encima da un costo razonable para el consumidor, éste, no dudará en el momento de volver a inclinarse por él y ni dialogar si el mismo excede en demasía lo cual se esperaba de él, tal situación va a hacer que el comprador se convierte en absoluto fanático y no solo siga comprando el producto o servicio, sino que también lo recomendará a la empresa a otras personas. (pág. 10)

Es necesario que la empresa brinde capacitación a todos los empleados en cuanto al manejo del programa que utiliza el Minimarket para la facturación pues de esta manera el empleado puede trabajar de manera más ágil y reducir el tiempo de espera a los clientes lo que ayudaría a que estos estén satisfechos con el servicio brindado por el establecimiento.

La implementación de la capacitación mejorará los conocimientos, habilidades o comportamientos y actitudes de los empleados, creando personas mucho más rentables porque los empleados tendrán más confianza y seguridad en el desempeño de su trabajo, esto es muy positivo para ellos porque les dará una mejor imagen de la empresa y el servicio al cliente serán mucho más efectivos, porque se sentirán más satisfechos con su servicio.

Además, se considera necesario que el Minimarket promueva la formación de gerentes y supervisores capaces, lo cual es muy importante, y muy bueno para el Minimarket, debido a que se forjara líderes con un grado alto de confianza y posición asertiva en el desarrollo de sus actividades laborales generando así mayor productividad de ingresos.

Cabe mencionar que con la preparación adecuada del personal se busca eliminar los temores a la incompetencia o a la ignorancia individual, mejorando de esta forma las relaciones entre jefes-empleados ayudando en toma de decisiones y la resolución de problemas suscitados en el entorno del establecimiento, y de esta manera se pretende elevar y mejorar la satisfacción al cliente debido que serán atendidos por un personal totalmente capacitado y dispuesto a brindarles una excelente atención.

Unos de los principales inconvenientes que tiene el Minimarket es la mala planificación de los propietarios con respecto a la labores administrativas a cumplir, esto se ve reflejado en el atrasamiento de la cancelación de las deudas a los proveedores, ya que lo pagan manera impuntual, esto ocasiona problemas de abastecimiento, ya que no podrán contar ciertos productos de primera necesidad, lo que genera frustración en los clientes al momento de realizar sus compras porque no encuentran el producto que desean, generando así una gran insatisfacción.

Afirma (Fonnegra, 2018) que la planificación consiste en establecer objetivos realistas y alcanzables tanto en el corto como en el extenso plazo. Se necesita examinar cuál es el caso de la compañía y detectar las necesidades que tiene actualmente y esas que le surgirán el día de mañana, es fundamental elegir bien las metas a conseguir si no deseamos obtener un resultado adverso. Implantar fines inalcanzables o bastante difíciles de lograr puede derivar en situaciones de tensión y frustración entre los miembros del equipo de trabajo. Además, una correcta planificación es importante para obtener un gran éxito en una empresa. (pág. 174)

Afirma (Tarziján, 2018) que la estrategia empresarial también ayuda a descubrir oportunidades e identificar aspectos que aportan un valor único al mercado, que son ventajas competitivas sostenibles en el tiempo, que son la base del éxito de la empresa. Asimismo, esta estrategia nos permite detectar más fácilmente dónde están las fallas, ayudándonos a prepararnos mejor para posibles crisis, controlar mejor los riesgos y facilitar la toma de decisiones sobre nuevas iniciativas. Esto debe hacerse a través de una visión objetiva y realista de la empresa que pueda ser aportada por los stakeholders externos, ya que no siempre es fácil aportar una visión objetiva. (pág. 4)

Es necesario que el Minimarket desarrolle una planificación estratégica, con el fin obtener una visión realista de sus fortalezas y debilidades actuales en comparación con los principales competidores en el mercado. Además, el desarrollo correcto de este proceso permitirá coordinar mejor las actividades para de esta manera organizar mejor las áreas administrativas y los recursos de la empresa, evaluando de manera más efectiva los resultados de ventas, ya que los propietarios tendrán la información necesaria para tomar decisiones acertadas y objetivas para el cumplimiento de las metas

a largo, los cuales mantendrá a la empresa en el camino del éxito y crecimiento empresarial en el mercado comercial.

Otro inconveniente que se encontró es la inadecuada toma de decisiones de los propietarios, debido a la mala dirección la cual ocasiona que no se establezcan de manera adecuada las normas o lineamientos de calidad de trabajo, además de un desconocimiento de las áreas claves de productividad de los empleados, esto con lleva a una mala delegación de las funciones originando una indefinición e incumplimiento de los objetivos estratégicos de la empresa.

Argumenta (Palacios, 2019) que el proceso de dirección de una empresa incluye factores que predicen o son parte de la predicción o explotación de datos o información actuales para estimar los costos futuros de la intensidad económica o el estado de la sistemática. La dirección surtirá efecto en cuanto se dirija hacia el logro de las metas generales de la organización, estas se lograrán solo si los subordinados se preocupan por ellas, esto se verá facilitado si la meta sus particulares se satisfacen con el logro de los objetivos de la organización y si estos no van en contra de su autorrealización. (pág. 3)

Es necesario que el propietario establezca una estructura organizacional eficaz, la cual permita mejorar la asignación de las responsabilidades del personal de trabajo optimizando de esta forma el tiempo de la realización de sus actividades, además esta brindara un mejor control de gestión de los procesos administrativos el mismo que otorgara una mayor capacidad para competir en el mercado comercial.

Es importante que el Minimarket cuente con un sistema de comunicación que le permita a los propietarios y los empleados trabajar en equipo, al momento de coordinar las ideas, opiniones, esfuerzos y acciones de la empresa en donde la meta principal sea contribuir con cumplimientos de las normas y requerimientos establecidos, para así

proporcionarle una mejor toma de decisiones a el propietario en la parte administrativa de la empresa.

Otro problema que se pudo evidenciar es el incumplimientos de los horarios por parte del personal de trabajo, esto causa un malestar al propietario ya que muchas veces el Minimarket brinda atención a una hora fija y los empleados llegan media hora después causando un retraso en la atención debido a que el propietario debe asumir partes de las tareas de sus empleados como mismo de abrir el negocio y poner todo en orden para brindar atención a los cliente lo cual causa que a veces no logre abastecerse esto se da por el acumulamiento de clientes. Los retrasos pueden salirse fácilmente de control, y afectar a la empresa.

Argumenta (Berghe, 2016) que el incumplimiento de la jornada laboral es una realidad que puede ocurrir en cualquier empresa, sobre todo sin una adecuada supervisión de la asistencia. La caída de la productividad y la caída de la oferta de servicios son dos de sus principales consecuencias. Llegar tarde es un problema que comienza pequeño, pero puede volverse enorme. Si un trabajador llega tarde, no tiene consecuencias y decide que llegar a tiempo no es importante. Está claro que no es fácil llevar un control de la jornada laboral y esto puede resultar complicado para empresas con un mayor volumen de gestión. (pág. 38)

Se debe establecer una política de asistencia con el personal de trabajo, donde se establezca claramente que, si llegan tarde a su horario de trabajo, habrá consecuencias o un proceso disciplinario donde le quede claro al empleado que la puntualidad con la empresa es un compromiso importante. Por lo tanto, es esencial convertir la puntualidad en un desafío con un reconocimiento positivo, para de esta manera conseguir que todo el equipo se muestre más entusiasmo para llegar al trabajo en hora, consiguiendo reducir

al máximo los retrasos en los horarios laborales y obteniendo un equipo mucho más eficiente en el cumplimiento de sus actividades.

Otro inconveniente presentado en el Minimarket es la mala relación interpersonal de parte de los propietarios con sus subordinados debido a la falta de liderazgo, esto origina una falta de compromiso en el equipo de trabajo, debido a que los empleados pierden el sentido de la pertenencia con sus labores, produciendo malos resultados, e incumplimiento de objetivos, esto afecta notablemente a la relación con los clientes generando un aumento de quejas y reclamaciones por el pésimo servicio recibido por parte de los empleados en su atención. Cabe mencionar que estos factores mencionados conducen a que la empresa tenga una rentabilidad muy que impide el crecimiento de la empresa en el ámbito comercial.

(Vidal, 2018) conceptualiza que el liderazgo es un aspecto fundamental de la gestión. La capacidad para guiar en forma positiva es una de las claves para ser un administrador efectivo; además debería permanecer claro que la ejecución de aquellos puntos fundamentales de la gestión la ejecución de una labor administrativa completa tiene una predominancia fundamental para garantizar que los administradores sean dirigentes efectivos. En algunos casos, los miembros del grupo simplemente siguen las órdenes del líder, en otros casos ayudan a tomar decisiones ofreciendo perspectiva y cooperación. (pág. 7)

Afirma Sara Muñoz et al. (2016) que la comunicación con los empleados es el intercambio de información e ideas entre la dirección de una organización y la fuerza laboral. La comunicación interna de la empresa como estrategia a seguir para alcanzar el objetivo final permite: contribuir a la mejora de los resultados, y fomentar la participación y reforzar los objetivos. En este sentido, la comunicación interna juega un

papel importante para que los empleados se sientan parte esencial del proyecto y no solo una pieza más en la rueda para lograr las metas establecidas. (pág. 3)

Es necesario crear estrategias de liderazgos en el Minimarket, en donde se planteen metas en común con pensamientos positivos, con el fin de reducir las ausencias y el malestar en el trabajo, mejorando la competitividad, esto incentivará a que se crea una buena comunicación con el personal de trabajo estoy es muy positivo para un buen ambiente laboral, cabe mencionar que estas estrategias impulsaran un aumento en el desarrollo profesional y personal de los empleados, además este proceso será muy positivo por que conseguirá incrementar de manera considerable las ventas cumpliendo de esta forma con las objetivos planteados por la empresa.

Se evidencio que, en el Minimarket, no cuenta con un plan estructurado de marketing digital, el cual proporcione información detallada de los productos que ofrecen, esta carencia perjudica notablemente a sus ingresos, debido a la poca publicidad que realizan, esto produce que no se capte la atención de los clientes. Esto ocasiona estrés, frustración y desmotivación en la empresa debido a que no tienen mucha afluencia de personas en su establecimiento.

Según lo determina (Selman, 2017): “El marketing digital aplica estrategias de marketing tradicionales a través de los medios de internet, donde ahora es común construir relaciones con los clientes. Los negocios exitosos en todo el mundo son mucho más fáciles con solo un clic. Los beneficios que el marketing da son muchos, ya que posibilita que la empresa se vuelva exitosa debido a los productos y calidad de servicios que ofrece en especial. Los medios clásicos de marketing no brindan esta accesibilidad con tal grado de triunfo, además de optimizar los recursos de la organización. (pág. 15)

Argumenta Alicia de Lara González et al. (2017) que la publicidad nativa se integra en el contenido o plataforma en la que se publica, sin que se produzca ningún tipo de interrupción en la navegación. En este formato de publicidad digital, podemos liberar todo nuestro potencial creativo para entretener, sorprender y mejorar a nuestro público objetivo, todo dentro de una experiencia de usuario perfecta. Ante la proliferación de bloqueadores de anuncios como AdBlock Plus, la respuesta no es intentar restringir su uso para obligar a los usuarios a consumir anuncios: es respetar su elección y utilizar publicidad nativa para darles el contenido que realmente quieren consumir. (pág. 309)

Es necesario que la empresa cree publicidad con contenido llamativo y creativo para atraer clientes, las redes sociales actualmente, son la fuente de información con más acogida por el público, donde los mismos tienen la posibilidad de seguir estando al tanto sobre las probables promociones y descuentos establecidos en su instante, de esta forma se busca generar más ventas.

Es indispensable que el Minimarket establezca una estrategia innovadora de publicidad la cual consista en el contacto directo con los clientes. Dichos usuarios, tendrán la posibilidad de transformarse en futuros clientes, esta estrategia de que los clientes puedan comunicarse con la empresa permitirá que los clientes podrán aclarar cualquier duda y tener más información de los productos que vende el Minimarket.

Como menciona (Sharán, 2019) que la fidelización del cliente es un proceso que se basa en desarrollar una interacción positiva entre los clientes y la organización, para que regresen a mercar tus productos o servicios. Un comprador es leal con base en un grupo de interrelaciones satisfactorias con tu comercio. Así, se lleva a cabo una interacción de confianza, muy lento. Una de las primordiales causas por las que vale la

pena invertir en la fidelización del comprador es el hecho de que vender a consumidores recientes es más veloz y económico que hacer todo el proceso de compra. (pág.9)

Cabe destacar que un personal bien preparado es capaz de lograr fidelizar más clientes y esto se debe a que los clientes tienen la sensación de satisfacción con la compra realizada, esto estimula al que el cliente regrese a comprar, debido a que la atención recibida por parte de los empleados fue excelente. El valor de la fidelidad de los clientes es muy esencial ya que permitirá reducir los costos de publicidad aportando significativamente a la empresa, debido a que es menos costoso retener a clientes ya existentes, que intentar captar la atención de nuevos.

Es necesario mejorar la eficiencia en la aplicación de diferentes herramientas de marketing para llegar con estrategias innovadoras a los clientes leales. Debido a que mientras mayor sea la fidelidad al Minimarket, más fácil será satisfacer a los clientes, y esto es muy positivo porque mientras mejor sea el servicio brindando a los consumidores estos los recomendarán con muchas más personas lo cual se verá reflejado en un incremento de su productividad de ingresos.

Otro problema encontrado es que actualmente la empresa no cuenta con un sistema automatizado, y los procesos de registro de inventarios de los productos vendidos son realizados de forma manual, esto produce que los empleados cometan errores como pérdida de tiempo, información duplicada, pérdidas de documentos, que conllevan a sanciones legales generando costos adicionales a la empresa.

Explica (Roig, 2020) que los sistemas automatizados son resoluciones que implementan muchas organizaciones que buscan una mayor eficiencia en sus operativas. La finalidad de la automatización es producir herramientas que hagan lo que los usuarios tienen la posibilidad de hacer, sin embargo, mejor. Ejemplificando, un cliente puede hacer una labor definida una vez. No obstante, una vez que la labor

necesita ejecuciones repetitivas, en especial a lo largo de períodos largos, un sistema automatizado está mejor equipado para realizarlo con resultados sin errores. (pág. 240)

Es necesario que el Minimarket cuente con un sistema automatizado el cual le brinde una mejor integración de la información de las ventas, además esta herramienta proporcionará una mayor capacidad y gestión de los procesos administrativos de la empresa, el cual permitirá consolidar el funcionamiento correcto de sus actividades y asegurar una larga viabilidad con un mejoramiento empresarial muy satisfactorio.

En este caso de estudio se desarrolló empleando el método descriptivo el cual permitió recolectar datos acerca de las inconsistencias presentadas en el Minimarket. Además, mediante el método cualitativos y cuantitativos se elaboraron preguntas con hipótesis con el fin de obtener información adicional para facilitar la investigación adicional sobre el entorno de la empresa.

La técnica de investigación empleada fue la entrevista la cual estuvo integrada por un cuestionario de preguntas concretas dirigidas a los propietarios del Minimarket, con el objetivo de recolectar información y poder conocer la problemática que se evidenciado referente a la deficiente atención al cliente.

Tabla 1

Resultados de la entrevista aplicada al propietario de MINIMARKET D'MANU

Orden	Preguntas	Datos relevantes encontrados
1	¿De qué manera es la atención del personal hacia los clientes en Minimarket D'MANU?	El personal de atención al cliente no tiene las mejores actitudes y comportamiento con ellos.
2	¿Cómo capacita usted al personal para dar una atención de calidad a los clientes?	Se les da unos pasos de seguimiento para que ellos cumplan con cada uno y puedan dar una buena atención.
3	¿Qué actitudes o comportamiento debe tener su personal para brindar un buen servicio de atención?	Empatía y mucho respeto considero que debe tener para que el cliente se sienta en confianza y regrese a realizar sus compras.
4	¿Qué experiencia cree usted que puede darle al cliente en Minimarket D'MANU?	La buena calidad del producto y el buen servicio que se les da a cada uno de los clientes que llegan.
5	¿Qué acciones realizaría usted para dar por hecha la satisfacción del cliente?	El buen servicio garantiza que los clientes queden muy satisfechos con el producto que se le otorga.
6	¿Considera usted que el Minimarket, cuenta con equipo tecnológicos necesarios para brindar atención al cliente?	Los equipos que tenemos son actuales y si cumple con los requerimientos para brindar la atención a los clientes.
7	¿Cree usted que la empresa cuenta con el número de empleados necesarios para la atención del cliente?	Creo que no la verdad si necesitamos más personal más para el área de caja ya que hay solo hay una persona encargada.
8	¿Cree usted que la empresa cuenta con una buena planificación de los pagos del personal de trabajo?	Si cuenta con un orden de adecuada con fechas exactas para realizar el pago al personal correspondiente
9	¿Considera usted que el personal de la empresa cumple con el horario de trabajo?	No debido a que muchas veces llegan 15 minutos a media hora tarde.
10	¿Considera usted que la infraestructura que posee la empresa es adecuada para brindar atención a los clientes?	Si la infraestructura si es adecuada la para la atención de los clientes.

Fuente: *Entrevista aplicada al propietario de Minimarket D'MANU*

Elaborado por: *Kevin Aguirre Cárdenas*

Al realizar la entrevista al propietario de Minimarket D'MANU se logró analizar, que su personal no recibe capacitaciones que les permita hacer bien sus actividades de trabajo y por ende no brinda un buen servicio de atención al cliente, además no se esfuerzan porque el cliente tenga una buena experiencia de compra ya que eso les ayudará mucho para su buen funcionamiento y crecimiento como negocio. El propietario de Minimarket Manolo está consciente de que necesita estrategias que ayuden al personal a poder mejorar sus funciones y tener que capacitar los para que puedan conocer más de cómo tratar el cliente y sobre todo se manejarán con mucha eficiencia y eficacia.

CONCLUSIONES

Una vez concluido el respectivo caso de estudio gracias a las herramientas de investigación se identificaron las diversas problemáticas presentas referentes a la Calidad de Atención al Cliente en el Minimarket “D’MANU”, en el cual se determinó que no existe una adecuada calidad de atención al cliente mostrando deficiencias en la atención debido, a la carencia de un buen ambiente laboral, de un buen trabajo en equipo, y un buen marketing para captar la atención de más clientes.

Se evidencio que el Minimarket “D’MANU “, no cuentan con personal suficiente en el área de caja, lo cual dificulta por que la única encargada se sobrecarga de clientes una deficiente interacción con el consumidor, y una insatisfacción por parte del cliente debido a un tiempo largo de espera al momento de cancelar su producto, por lo cual los propietarios necesitan contratar más personal capacitados en el área de caja para que puedan atender adecuadamente a los clientes y en el menor tiempo posible y de este modo mantenerlos satisfechos.

Finalmente, la falta de estrategias de fidelización y los continuos problemas con el servicio al cliente han hecho que el número de consumidores disminuya significativamente en los últimos meses, independientemente de la ventaja competitiva que tiene el Minimarket “D’MANU en precio y variedad de productos igual requiere brindar una solución a los problemas en su atención al cliente para que así mejore mucho más su productividad.

BIBLIOGRAFÍA

Del Águila Shupingahua, M. M. (2019). Gestión de la calidad y su relación con la satisfacción del cliente en el Resturant Huapri de la Ciudad de Huánuco. 2018 [Tesis de Licenciatura, Universidad Católica de los Ángeles de Chimbote]. Huánuco.

Da Silva, D. (1 de Junio de 2020). Zendesk. Obtenido de ¿Qué es atención al cliente? Definición, elementos e importancia para las empresas en la actualidad:
<https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/>

Tellería, J. L. (2017). Dirección participativa. Cómo potenciar la participación de los trabajadores. Madrid. Obtenido de
https://books.google.com.ec/books?id=1JtMDwAAQBAJ&pg=PT222&dq=falta+de+preparaci%C3%B3n+de+los+empleados&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjPxY_Wy575AhUKq4QIHbLSAIMQ6AF6BAgHEAI#v=onepage&q=falta%20de%20preparaci%C3%B3n%20de%20los%20empleados&f=false

Vidal, J. C. (2018). Liderazgo. Madrid. Obtenido de
https://books.google.com.ec/books?id=EG12DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=liderazgo&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=liderazgo&f=false

Alicia de Lara González, F. A. (2017). Mediamorfosis: Perspectivas sobre la innovación en periodismo. Madrid. Obtenido de

https://books.google.com.ec/books?id=AKo_DwAAQBAJ&pg=PA309&dq=publicidad+nativa+que+es&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi93si-8rn5AhXeSjABHdwCCAoQ6AF6BAgCEAI#v=onepage&q=publicidad%20nativa%20que%20es&f=false

Napolitano, G. (2018). Motivación en el ámbito laboral: El caso de Procter & Gamble.

Madrid. Obtenido de

https://books.google.com.ec/books?id=L1rlBQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=que+es+motivacion&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Amo, A. (2019). Reclutamiento y Selección de Personal. Madrid. Obtenido de

https://books.google.com.ec/books?id=63flDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=El+proceso+de+reclutamiento+y+selecci%C3%B3n+de+personal&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=El%20proceso%20de%20reclutamiento%20y%20selecci%C3%B3n%20de%20personal&f=false

Berghe, É. V. (2016). Incumplimiento de horarios de trabajo. Colombia, Ecuador:

Copyrighted. Obtenido de

<https://books.google.com.ec/books?id=9sS4DQAAQBAJ&pg=PT87&dq=cumplir+el+horario+de+trabajo&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiwvf2Flaj5AhUhTjAB>

HbsDA9gQ6AF6BAgKEAI#v=onepage&q=cumplir%20el%20horario%20de%
20trabajo&f=false

Martínez, R. (2016). Servicio al cliente interno: Todos somos clientes y todos tenemos clientes. Madrid. Obtenido de

https://books.google.com.ec/books?id=TSejDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=buen+servicio+al+cliente&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=buen%20servicio%20al%20cliente&f=false

Renaud de Harlez, A.-C. C. (2016). Administración por objetivos: Alcance sus metas con empleados motivados. madrid. Obtenido de

https://books.google.com.ec/books?id=AmHyCwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=empleados+motivados&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=empleados%20motivados&f=false

Sharán, M. (2019). Estrategias de fidelización de clientes a través de internet. España.

Obtenido de

https://books.google.com.ec/books?id=4XXIDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=fidelizacion+de+clientes&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Sara Muñoz González, B. I. (2016). El poder de la comunicación. Claves de la comunicación estratégica en lo. Madrid. Obtenido de

https://books.google.com.ec/books?id=0A_ODQAAQBAJ&printsec=frontcover

&dq=que+es+comunicacion&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjG4rDYpKf5AhUK
q4QIHbCIDwkQ6AF6BAgKEAI#v=onepage&q&f=false

Fonnegra, G. P. (2018). Planificación de operaciones de manufactura y servicios.

Madrid. Obtenido de

https://books.google.com.ec/books?id=0QynDwAAQBAJ&pg=PA187&dq=que+es+planificacion&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwis2re--7n5AhX2r4QIHWK_CsM4KBDoAXoECAkQAg#v=onepage&q=que%20es%20planificacion&f=false

Rojas, K. (7 de Julio de 2022). *Tienda Nube*. Obtenido de Atención al cliente: qué es y

clave para mejorarla: <https://www.tiendanube.com/blog/que-es-servicio-atencion-cliente/>

Selman, H. (2017). Marketing Digital. Mexico: IBUKKU. Obtenido de

https://books.google.com.ec/books?id=OIz8swEACAAJ&dq=Marketing+Digital+selman&hl=es&sa=X&redir_esc=y

Tarziján, J. (2018). Fundamentos de estrategia empresarial: Quinta edición. España.

Obtenido de

https://books.google.com.ec/books?id=HIV8DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=estrategia+empresarial&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=estrategia%20empresarial&f=false

Palacios, M. I. (2019). direccion empresarial eficaz. Madrid. Obtenido de

https://books.google.com.ec/books?id=OMRuxQEACAAJ&dq=proceso+de+direccion+empresarial&hl=es&sa=X&redir_esc=y

ANEXOS



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



ANEXO # 1

ENTREVISTA APLICADA AL PROPIETARIO DE MINIMARKET

D'MANU

TEMA: Atención al cliente en Minimarket D'Manu de la ciudad de Babahoyo
periodo 2021.

OBJETIVO: Obtener el criterio que tiene el gerente sobre la Atención al cliente
en Minimarket D'Manu de la ciudad de Babahoyo.

Responder las siguientes preguntas:

1. ¿De qué manera es la atención del personal hacia los clientes en Minimarket D'MANU?
2. ¿Cómo capacita usted al personal para dar una atención de calidad a los clientes?
3. ¿Qué actitudes o comportamiento debe tener su personal para brindar un buen servicio de atención?
4. ¿Qué experiencia cree usted que puede darle al cliente en Minimarket D'MANU?
5. ¿Qué acciones realizaría usted para dar por hecha la satisfacción del cliente?
6. ¿Considera usted que el Minimarket, cuenta con equipo tecnológicos necesarios para brindar atención al cliente?
7. ¿Cree usted que la empresa cuenta con el número de empleados necesarios para la atención del cliente?

8. ¿Cree usted que la empresa cuenta con una buena planificación de los pagos del personal de trabajo?
9. ¿Considera usted que el personal de la empresa cumple con el horario de trabajo?
10. ¿Considera usted que la infraestructura que posee la empresa es adecuada para brindar atención a los clientes?



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



ANEXO # 2

ENCUESTA APLICADA AL PERSONAL DE TRABAJO DE
MINIMARKET D'MANU

TEMA: Atención al cliente en Minimarket D'Manu de la ciudad de Babahoyo periodo 2021.

OBJETIVO: Obtener el criterio que tiene el gerente sobre la Atención al cliente en Minimarket D'Manu de la ciudad de Babahoyo.

Responder las siguientes preguntas:

1. ¿Capacitaciones de atención al cliente?

- a. Muy Frecuente
- b. Frecuentemente
- c. Raramente
- d. Ocasionalmente
- e. Nunca

2. ¿Revisión de productos disponibles?

- a. Muy Frecuente
- b. Frecuentemente
- c. Raramente
- d. Ocasionalmente
- e. Nunca

3. ¿Satisfacción de los clientes por la atención brindada?

- a. Totalmente satisfecho
- b. Muy Satisfecho
- c. Neutral
- d. Poco satisfecho
- e. Nada satisfecho

4. ¿Con qué frecuencia recibe usted preparaciones de cómo dar un buen servicio al cliente?

- a. Muy Frecuente
- b. Frecuentemente
- c. Raramente
- d. Ocasionalmente
- c. Nunca

5. ¿Está de acuerdo usted que se implemente estrategias para mejorar la atención al cliente?

- a. Muy Frecuente
- b. Frecuentemente
- c. Raramente
- d. Ocasionalmente
- e. Nunca

6. ¿Considera usted que es importante recibir sugerencias del cliente para ver en qué aspectos se puede mejorar?

- a. Muy Frecuente
- b. Frecuentemente
- c. Raramente
- d. Ocasionalmente
- e. Nunca

7. ¿Cada qué tiempo la propietaria le realiza una evaluación para verificar su progreso en el establecimiento?

- a. Muy Frecuente
- b. Frecuentemente
- c. Raramente
- d. Ocasionalmente
- e. Nunca

8. ¿Qué tan factible es que se aplique un manual para un mejor desarrollo del personal para brindar un buen servicio al cliente?

- a. Muy Frecuente
- b. Frecuentemente
- c. Raramente
- d. Ocasionalmente
- e. Nunca



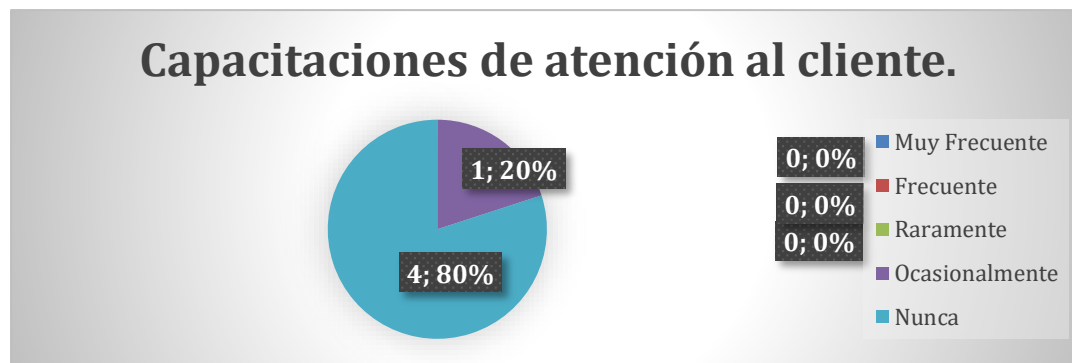
ANEXO # 3

TABULACION DE LA ENCUESTA APLICADA AL PERSONAL DE
TRABAJO DE MINIMARKET D'MANU

Pregunta 1

¿Capacitaciones de atención al cliente?

Opciones	Frecuencia	%
Muy Frecuentemente	0	0%
Frecuentemente	0	0%
Raramente	0	0%
Ocasionalmente	1	20%
Nunca	4	80%
Total	5	100%



Fuente: Encuesta a los empleados de MINIMARKET D'MANU

Elaboración por: Kevin Patricio Aguirre Cardenas

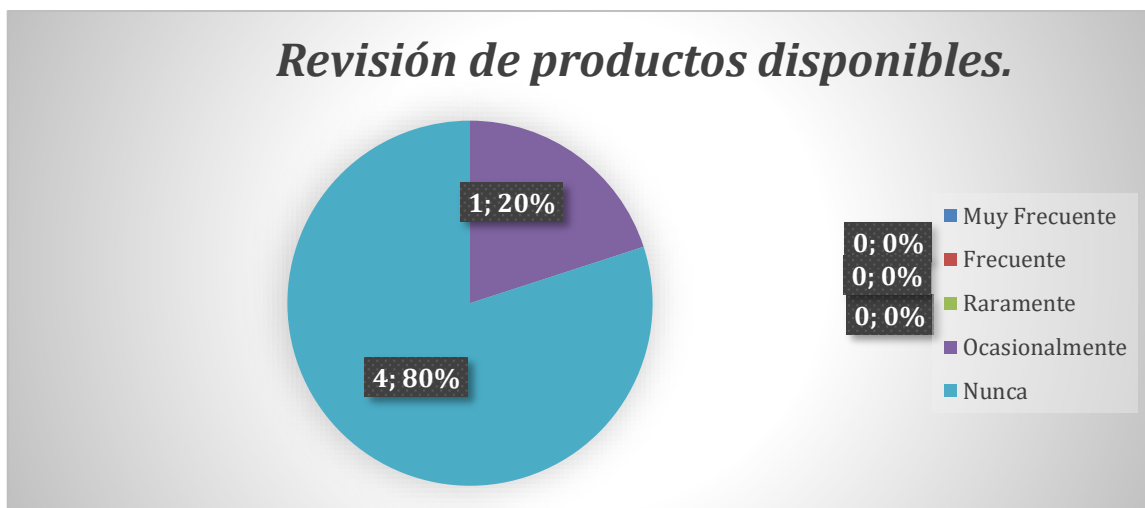
Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta realizada al personal de Minimarket D'MANU de la Ciudad de Babahoyo, se dieron los siguientes resultados con un 0% muy frecuente, frecuente con el 0%, raramente con el 0%, mientras que ocasionalmente con el 20% y nunca con un 80% los empleados comentan sobre las capacitaciones de atención al cliente.

Pregunta 2

¿Revisión de productos disponibles?

Opciones	Frecuencia	%
Muy Frecuentemente	0	0%
Frecuentemente	0	0%
Raramente	0	0%
Ocasionalmente	1	20%
Nunca	4	80%
Total	5	100%



Fuente: Encuesta a los empleados de MINIMARKET D'MANU

Elaboración por: Kevin Patricio Aguirre Cardenas

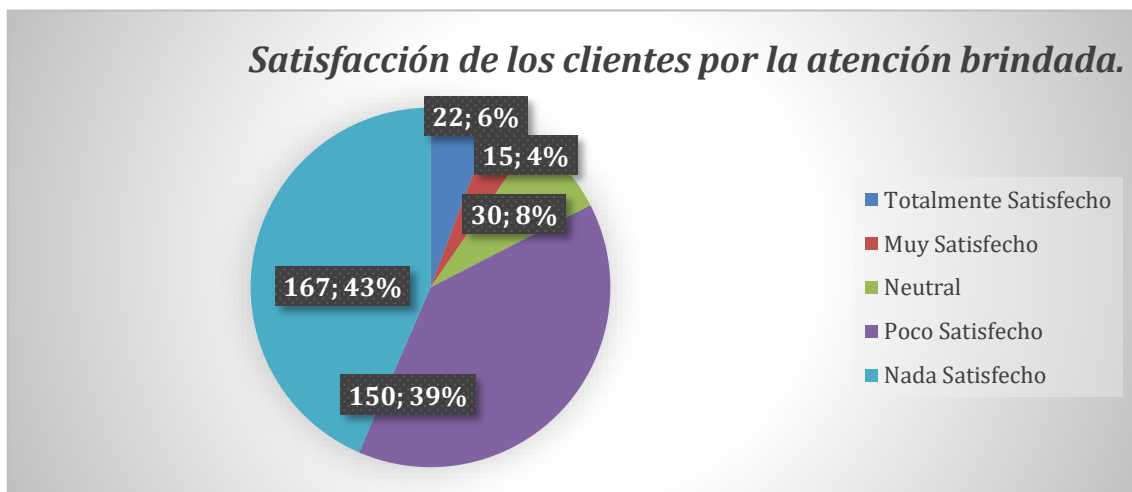
Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta realizada al personal de Minimarket D'MANU de la Ciudad de Babahoyo, se dieron los siguientes resultados con un 0% muy frecuente, frecuente con el 0%, raramente con el 0%, mientras que ocasionalmente con el 20% y nunca con un 80% los empleados comentan sobre la revisión de los productos disponibles en el Minimarket.

Pregunta 3

¿Satisfacción de los clientes por la atención brindada?

Opciones	Frecuencia	%
Totalmente Satisfecho	22	6%
Muy Satisfecho	15	4%
Neutral	30	8%
Poco Satisfecho	150	39%
Nada Satisfecho	167	43%
Total	384	100%



Fuente: Encuesta a los empleados de MINIMARKET D'MANU

Elaboración por: Kevin Patricio Aguirre Cardenas

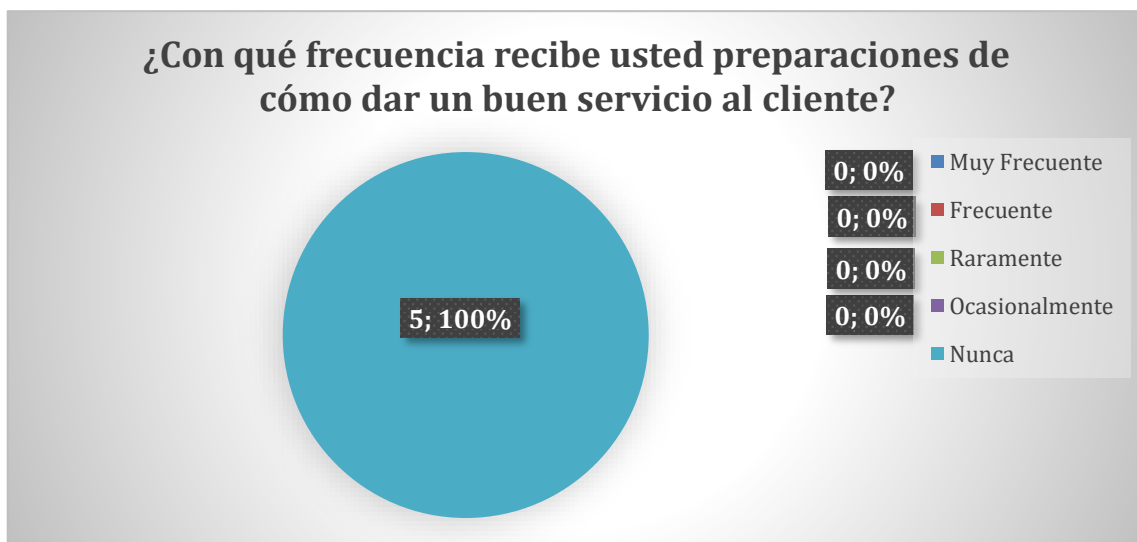
Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta realizada al personal de Minimarket D'MANU de la Ciudad de Babahoyo, se dieron los siguientes resultados con un 6% Totalmente satisfecho, Muy satisfecho con el 4%, Neutral con el 8%, mientras que Poco satisfecho con el 39% y Nada satisfecho con un 43% los empleados comentan sobre la satisfacción de los clientes por la atención brindada en el Minimarket.

Pregunta 4.

¿Con qué frecuencia recibe usted preparaciones de cómo dar un buen servicio al cliente?

Opciones	Frecuencia	%
Muy Frecuentemente	0	0%
Frecuentemente	0	0%
Raramente	0	0%
Ocasionalmente	0	0%
Nunca	5	100%
Total	5	100%



Fuente: Encuesta a los empleados de MINIMARKET D'MANU

Elaboración por: Kevin Patricio Aguirre Cardenas

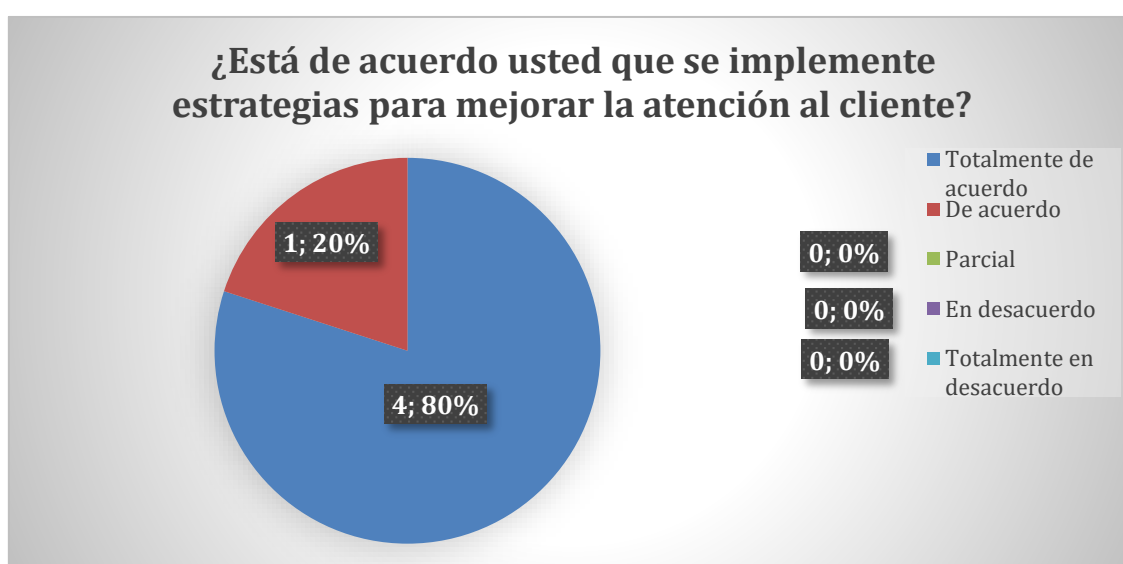
Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta realizada al personal de Minimarket D'MANU de la Ciudad de Babahoyo, se dieron los siguientes resultados con un 0% muy frecuente, frecuente con el 0%, raramente con el 0%, mientras que ocasionalmente con el 0% y nunca con un 100% los empleados comentan sobre las frecuencia recibe usted preparaciones de cómo dar un buen servicio al cliente

Pregunta 5

¿Está de acuerdo usted que se implemente estrategias para mejorar la atención al cliente?

Opciones	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	4	80%
De acuerdo	1	20%
Parcial	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	5	100%



Fuente: Encuesta a los empleados de MINIMARKET D'MANU

Elaboración por: Kevin Patricio Aguirre Cardenas

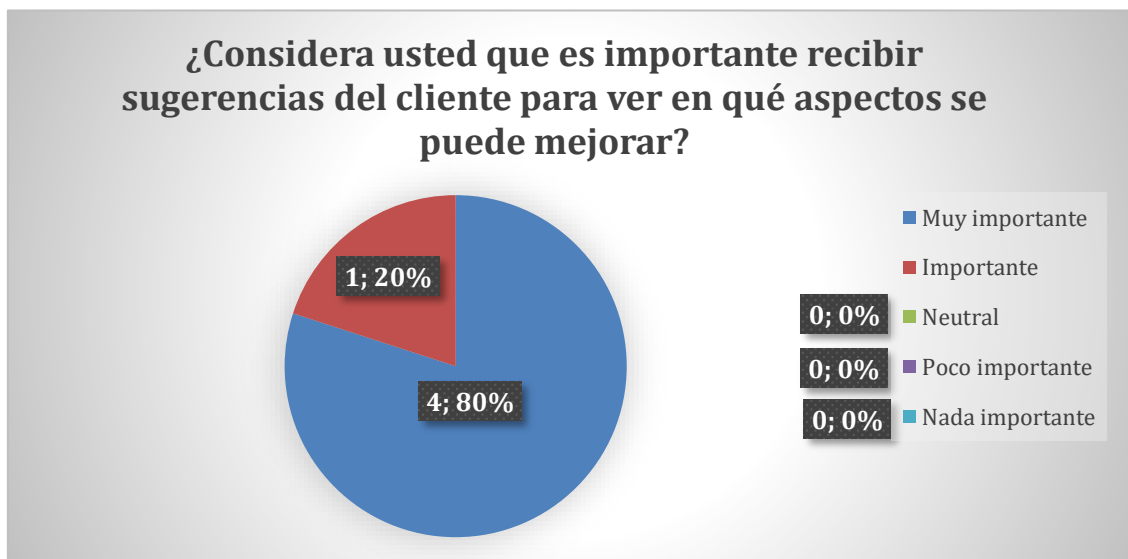
Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta realizada al personal de Minimarket D'MANU de la Ciudad de Babahoyo, se dieron los siguientes resultados con un 80% Totalmente de acuerdo, De acuerdo con el 20%, Parcial con el 0%, mientras que En desacuerdo con el 0% y Totalmente en desacuerdo con un 0% los empleados comentan sobre la implementación de estrategias para mejorar la atención al cliente.

Pregunta 6

¿Considera usted que es importante recibir sugerencias del cliente para ver en qué aspectos se puede mejorar?

Opciones	Frecuencia	%
Muy importante	4	80%
Importante	1	20%
Neutral	0	0%
Poco importante	0	0%
Nada importante	0	0%
Total	5	100%



Fuente: Encuesta a los empleados de MINIMARKET D'MANU
Elaboración por: Kevin Patricio Aguirre Cardenas

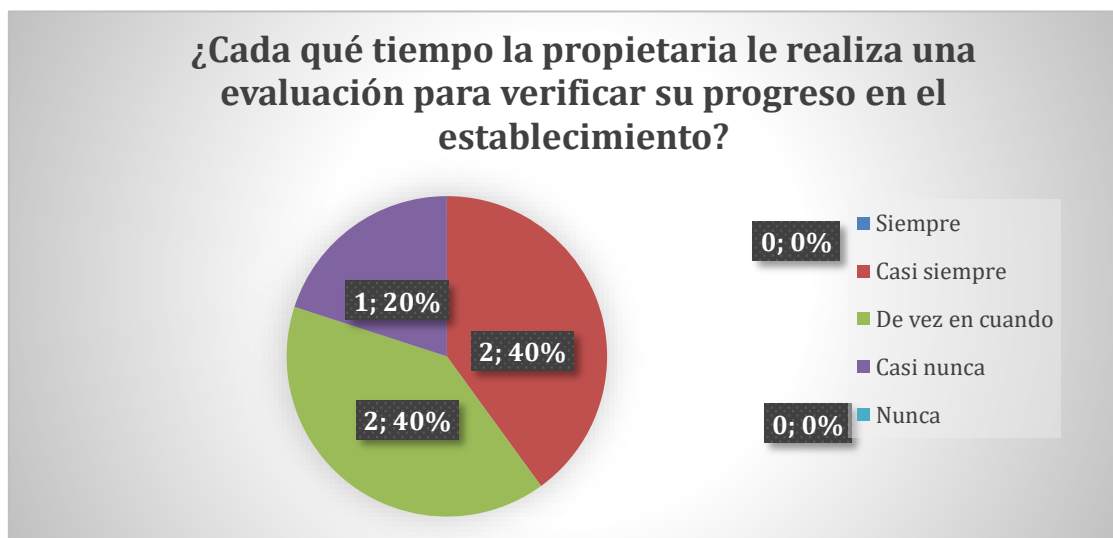
Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta realizada al personal de Minimarket D'MANU de la Ciudad de Babahoyo, se dieron los siguientes resultados con un 80% Muy importante, Importante con el 20%, Neutral con el 0%, mientras que En Poco importante con el 0% y Nada importante con un 0% los empleados comentan sobre recibir sugerencias del cliente para ver en qué aspectos se puede mejorar.

Pregunta 7

¿Cada qué tiempo la propietaria le realiza una evaluación para verificar su progreso en el establecimiento?

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	0	0%
Casi siempre	2	40%
De vez en cuando	2	40%
Casi nunca	1	20%
Nunca	0	0%
Total	5	100%



Fuente: Encuesta a los empleados de MINIMARKET D'MANU
Elaboración por: Kevin Patricio Aguirre Cardenas

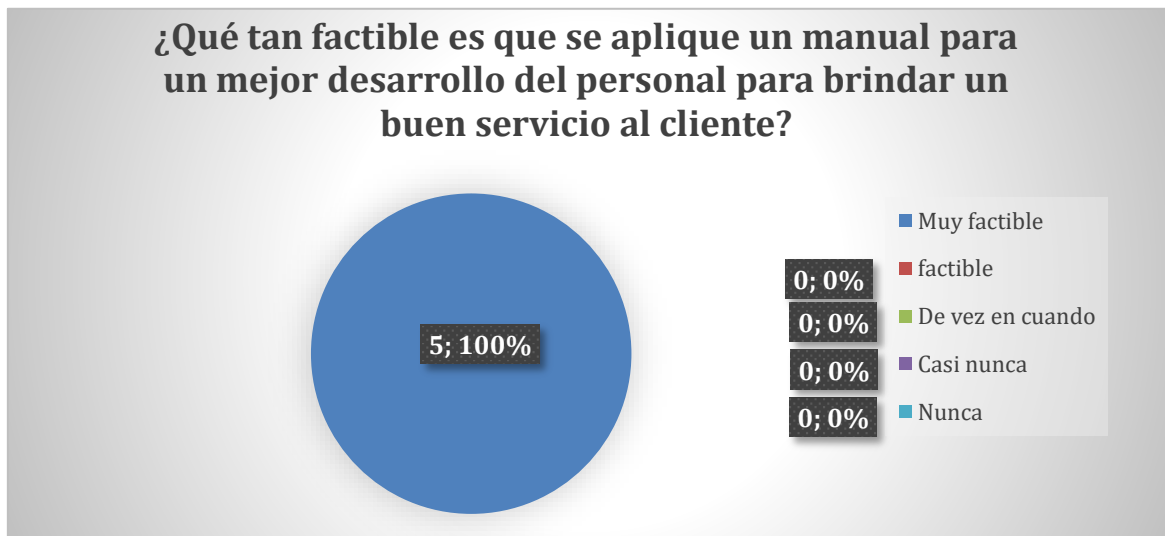
Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta realizada al personal de Minimarket D'MANU de la Ciudad de Babahoyo, se dieron los siguientes resultados con un 0% Siempre, Casi siempre con el 40%, De vez en cuando con el 40%, mientras que Casi nunca con el 20% y Nunca importante con un 0% los empleados comentan sobre realizar una evaluación para verificar su progreso en el establecimiento.

Pregunta 8

¿Qué tan factible es que se aplique un manual para un mejor desarrollo del personal para brindar un buen servicio al cliente?

Opciones	Frecuencia		%
Muy factible	5		100%
factible	0		0%
De vez en cuando	0		0%
Casi nunca	0		0%
Nunca	0		0%
Total	5		100%



Fuente: Encuesta a los empleados de MINIMARKET D'MANU
Elaboración por: Kevin Patricio Aguirre Cardenas

Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta realizada al personal de Minimarket D'MANU de la Ciudad de Babahoyo, se dieron los siguientes resultados con un 100% Muy factible, factible con el 0%, De vez en cuando con el 0%, mientras que Casi nunca con el 0% y Nunca importante con un 0% los empleados comentan sobre realizar una evaluación para verificar su progreso en el establecimiento

ANEXO # 4

CERTIFICADO DE PLAGIO



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

AGUIRRE_CARDENAS_ KEVIN_ PATRICIO

4%
Similitudes



< 1% Texto entre comillas
0% similitudes entre comillas
2% Idioma no reconocido

Nombre del documento: AGUIRRE_CARDENAS_ KEVIN_ PATRICIO.docx
Tamaño del documento original: 48,16 ko
Autor: Kevin Aguirre

Depositante: Kevin Aguirre
Fecha de depósito: 11/8/2022
Tipo de carga: url_submission
fecha de fin de análisis: 11/8/2022

Número de palabras: 5965
Número de caracteres: 39.857

Ubicación de las similitudes en el documento:

Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	VARADO POSLIGUA YURY ELIZABETH .docx ESTION ADMINISTRATIVA CE... #47ff46 El documento proviene de mi biblioteca de referencias	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (54 palabras)
2	www.cyberclick.es Publicidad digital: qué es y los 8 formatos básicos https://www.cyberclick.es/numerical-blog/los-8-formatos-de-publicidad-digital-que-no-has-de-perder-d...	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (49 palabras)
3	CHANG MORA FLAVIO RICARDO.docx CHANG MORA FLAVIO RICARDO #83ce66 El documento proviene de mi grupo 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (25 palabras)
4	repositorio.utn.edu.ec http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/8448/4/05_FECYT_3354_TRABAJO_DE_GRADO.pdf.txt	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (36 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	TOMALÁ POSLIGUA FRICSON ARIEL .docx TOMALÁ POSLIGUA FRICSON ARI... #217f6d El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (18 palabras)
2	RODRIGUEZ GUTIERREZ ESLI GRACE.docx RODRIGUEZ GUTIERREZ ESLI GRA... #6ed012 El documento proviene de mi biblioteca de referencias	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (12 palabras)
3	Rivera Guerrero Kerly Ruby.docx Rivera Guerrero Kerly Ruby #55e814 El documento proviene de mi biblioteca de referencias	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (13 palabras)
4	dspace.utb.edu.ec http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/9455/3/E-UTB-FAFI-ING.COM-000662.pdf.txt	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (14 palabras)
5	MUÑOZ ALCIVAR JULIANA JUSLEIDY.pdf Estudio de Caso #764280 El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (12 palabras)

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

- https://books.google.com.ec/books?id=EG12DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=liderazgo&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=liderazgo&f=false
- <https://www.tiendanube.com/blog/que-es-servicio-atencion-cliente/>

ANEXO # 5

CARTA DE AUTORIZACION

Babahoyo, 14 de Julio del 2022

Magister

Eduardo Galeas Guijarro

DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA

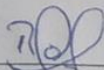
En su despacho.

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos Minimarket D'MANU de la ciudad de Babahoyo.

Por medio de la presente me dirijo a usted para comunicarle que se ha **AUTORIZADO** al estudiante Kevin Patricio Aguirre Cárdenas 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 Minimarket D'MANU de la ciudad de Babahoyo periodo 2021, el cual es requisito indispensable para poder titularse.

Sin otro particular me suscribo de usted

Atentamente



Ana Raquel Pulecio Salazar

PROPIETARIA

C.I. 0922475298

Telf.: 0983500056

E-mail: aannjos08@gmail.com