



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACION FINANZAS E INFORMATICA

PROCESO DE TITULACION

NOVIEMBRE 2020 – MAYO 2021

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O FIN DE LA CARRERA

PRUEBA PRACTICA

INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE INGENIERIA(O) EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

TEMA

**EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN Y SATISFACCIÓN DE LOS
CLIENTES DEL COMERCIAL JOSELITO DEL CANTÓN BABA**

EGRESADA(O)

MARÍA CRISTINA MARISCAL CADENA

TUTOR

ING. HAZ CADENA PAOLA

AÑO 2021

RESUMEN

El objetivo del estudio de caso es determinar cuáles son las falencias que existen en la calidad de atención y la satisfacción de los clientes del comercial Joselito, por el motivo que no se sienten satisfechos con la atención, debido a que existen reclamos en algunos clientes, en cuanto demoras por ir a pagar a la caja, también por las preferencias que existen con algunos clientes, además tampoco han recibido la respectiva capacitación para la atención al cliente, cabe recalcar que la lealtad de los clientes es importante para el éxito del comercial como, lo es hoy en día, dentro de un mercado tan competitivo, por ello deben saber cómo aumentar y mantener la calidad de la atención al cliente para satisfacer al cliente, los cuales son los principales promotores para el funcionamiento del mismo, ya que son la razón de ser para que exista un negocio; por otro lado tener un sistema de calidad en la empresa es necesario para evitar cualquier tipo de problemas que puedan presentar en la empresa, ya que todo va enlazado para su funcionamiento, también es necesario que la empresa realice cursos y capacitaciones a todo el personal que trabaja en la empresa.

Palabras claves: Calidad, Servicio, Capacitaciones, Atención, Clientes, Estrategia, Expectativas, Actitud.

ABSTRACT

The objective of the case study is to determine what are the shortcomings that exist in the quality of care and customer satisfaction of the Joselito commercial, for the reason that they do not feel satisfied with the service, due to the fact that there are complaints in some customers, In terms of delays in going to pay at the cash register, also due to the preferences that exist with some clients, they have also not received the respective training for customer service, it should be emphasized that customer loyalty is important for the success of the commercial as , it is today, within such a competitive market, so they must know how to increase and maintain the quality of customer service to satisfy the customer, which are the main promoters for the operation of the same, since they are the rationale for a business to exist; On the other hand, having a quality system in the company is necessary to avoid any type of problems that may arise in the company, since everything is linked to its operation, it is also necessary for the company to carry out courses and training for all the personnel who works in the company.

Keywords: Quality, Service, Training, Attention, Clients, Strategy, Expectations, Attitude.

INTRODUCCIÓN

El comercial Joselito se encuentra ubicado en el cantón Baba Provincia de los Ríos, su actividad principal es la compra y venta de productos, de primera necesidad (huevos, leche y derivados, aceites, etc.) inició sus actividades el 1 de diciembre del 2000, el cual, tiene 20 años en el mercado con sus respectivos permisos de funcionamiento, iniciaron con una pequeña inversión que les permitió crecer y ampliar su negocio.

En este estudio se busca identificar cuáles son las causas para que los clientes del comercial Joselito no se sientan satisfechos con la atención, debido a que existen reclamos en algunos clientes, en cuanto demoras por ir a pagar a la caja, también por las preferencias que existen con algunos clientes. Por otra parte, también en cuanto al personal que labora en el comercial Joselito no todos son profesionales para el área en la que se encuentran, ni tampoco han recibido la respectiva capacitación oportuna para la atención al cliente ni mucho menos cuentan con una estrategia de marketing que puedan brindar un mejor servicio para que el comercial pueda avanzar, mejorando la calidad y eficiencia de la atención al cliente.

Cabe recalcar que la lealtad de los clientes es de gran importancia para el éxito del comercial como lo es hoy en día dentro de un mercado tan competitivo, por ello los comerciales deben saber cómo aumentar y mantener la calidad de la atención al cliente para de esta manera satisfacer al cliente, los cuales son los principales promotores para el funcionamiento del mismo.

El objetivo del estudio de caso es determinar cuáles son las falencias que existen en la calidad de atención y la satisfacción de los clientes del comercial Joselito.

El desarrollo del estudio de caso está enfocado en la línea de investigación Gestión Financiera administrativa tributaria auditoria y contabilidad y la sublinea Gestión Financiera tributaria y compromiso social.

La metodología de investigación es de tipo descriptiva o también observacional, este método permite investigar y analizar información que proporciona la empresa, para recopilar se realizó una entrevista al administrador del comercial Joselito.

DESARROLLO

El comercial Joselito inició sus actividades el 1 de diciembre del 2000 y desde entonces está registrado en el Servicio de Rentas Internas con el ruc # 0200561181001 bajo la representación legal del señor José Ignacio Chasi Tiña, el cual es una persona obligada a llevar contabilidad; se encuentra ubicado en el cantón Baba Provincia de los Ríos, su actividad principal es la compra y venta de productos de primera necesidad, tiene 20 años en el mercado, iniciaron con una pequeña inversión que les permitió crecer y ampliar su negocio. fue creado para poder para satisfacer las necesidades alimenticias de las familias ofreciendo sus productos.

El comercial Joselito no es el único negocio que existe en el cantón, debido a que tiene más competencia, por ese motivo, es necesario que mejoren la atención al cliente aplicando estrategias que le permita captar a más clientes.

Tiene como misión la comercialización de productos de consumo masivo, se encuentra en constante renovación de precios del mercado, satisfaciendo las necesidades de los clientes en la calidad del producto.

Su visión es ser líderes del mercado local brindando los mejores productos para el consumo humano, ser perseverante y sostenible para poder expandirse.

Con este estudio pretende determinar cuáles son las causas para que los clientes del comercial Joselito no se sientan satisfechos con la atención, en la cual existen reclamos de algunos clientes, en cuanto demoras por ir a pagar a la caja, también por las preferencias que existen con algunos clientes.

Por otra parte, también en cuanto al personal que labora en el comercial Joselito no todos son profesionales para el área en la que se encuentran, ni tampoco han recibido la respectiva

capacitación oportuna para la atención al cliente ni mucho menos cuenta con una estrategia de marketing que puedan brindar un mejor servicio para que el comercial pueda avanzar, mejorando la calidad y eficiencia de la atención al cliente.

Para mejorar la calidad de atención y satisfacción de los clientes del comercial Joselito es importante que todo el personal labore en comercial conozcan cual es la manera de atender a los clientes para así brindarle una atención de calidad para que de esta manera estén orientados en mantener satisfechos a los clientes en cuanto a su atención como interpretarla y cuáles son los niveles de satisfacción, en tanto se forman las expectativas en los clientes y en que consiste la calidad de atención, para que de esta forma estén mejor capacitados para ayudar con todas las actividades que se desea lograr para satisfacer a los cliente.

La calidad de atención de los clientes comienza entendiendo las necesidades y expectativas del cliente para luego satisfacerlos y entenderlos y todo esto va de la mano con la participación de todo el personal, aplicando una estrategia bien aplicada la cual permite transformar los procesos y servicios.

Mejorar la calidad atención de los clientes es importante y se debe investigar a los consumidores y proponer mejoras del servicio y también en la prestación del mismo para la empresa (Vertice, 2009).

La calidad es el nivel de eficiencia que la empresa tiende a alcanzar para satisfacer a sus clientes y al mismo tiempo lograr sus objetivos teniendo una buena calidad de atención, en la actualidad en las empresas consideran como prioridad mejorar la calidad de los productos y servicios para los clientes (Vertice, 2009).

Una empresa orientada a la mejora en el servicio conoce las necesidades y expectativas de los clientes a los que está destinada la política de atención, en la cual sea posible satisfacer sus necesidades y alcanzar o superar sus expectativas, las empresas deben estar preparadas para adaptarse a cualquier cambio que se puedan producirse en el sector y las expectativas de los clientes (Torres, 2006).

Solo hay una forma de poder satisfacer a los clientes dándole más de lo que ellos esperan recibir, debido a que las personas que tienen contacto con los clientes tienen un gran compromiso, porque pueden hacer que el cliente regrese o que ya no quiera volver a realizar sus respectivas (Escudero, 2015).

También podemos decir que el personal que está directamente en contacto con el público debe estar debidamente capacitado para que de esa manera se pueda identificar las necesidades de los clientes y poder brindarle productos que de verdad satisfagan sus necesidades, aumentando la clientela del mismo (Blanco, 2019).

La confianza de un cliente para repetir una compra y recomendar a otras personas es necesario que los vendedores tengan buena comunicación con el cliente, el cual genera empatía y aporta a la construcción de relaciones duraderas (Douglas Da Silva, 2020).

Cuando se da una gran importancia al cliente, se debería crearse un departamento de atención al cliente, separando la comercialización y marketing, el cual tiene una importancia estratégica para la empresa (Laza, 2019).

Brindar una atención cercana y eficaz ayuda atraer más clientela, generando personas que no solo te busquen frecuentemente por la calidad o precio de tus productos y servicios, sino por todos los beneficios y percepciones que abarca la interacción con tu marca, esto hace que los negocios

sean rentables y perduren en el tiempo a pesar del incremento de la competitividad y los diferentes desafíos que tiene la actividad empresarial, por otro lado, siempre es más económico fidelizar nueva cliente que atraer consumidores potenciales para mejores resultados que pueda tener la empresa (Corrales, 2019).

Saber comunicarse con los clientes en cualquier área del negocio es muy importante, debido a que la buena atención en todo momento va acompañada de una excelente comunicación, la manera que se dirige al cliente, el tono que utilizamos al saludarlo, el tono al darles explicaciones, el vocabulario adecuado y profesional y sobre todo ser amables y respetuosos con los clientes en todo momento (Martinez, 2014).

Los clientes perciben la falta de actitud del servicio por parte de los empleados, es decir que no sienten la disposición de quienes los atienden para escuchar y resolver sus problemas o emergencia de la mejor manera; este es el factor clave que critican los clientes y la empresa debe mejorar para evitar inconvenientes futuros (Moya, 2016).

Una empresa que funciona adecuadamente es una empresa que añade constantemente valor a sus clientes, los entiende, anticipa y satisface sus necesidades, sus expectativas, y detecta nuevas oportunidades, porque la calidad en la atención a los clientes es uno de los factores importante para añadir un adecuado valor al cliente en todo momento (Caravaca, 2020).

Por lo tanto, satisfacer a los clientes es una necesidad concreta, sin embargo, no es suficiente lograr la satisfacción de los clientes solo una vez; el verdadero reto, en la calidad de la atención al cliente, es lograr una estabilidad temporal en la satisfacción del cliente dentro del negocio que se encuentra, es decir que la calidad de atención es necesaria para satisfacer a los clientes (Maniviesa, 2015).

El objetivo principal de toda empresa es el cliente; de tal manera, una de las primeras actividades que se debe cumplir cualquier empresa, es identificar y segmentar a los clientes según los productos que generen demanda a los servicios que ofrecen, por lo cual es indispensable conocer cuáles son las expectativas y necesidades de todos los clientes (Fernández, Gestión de la atención al cliente / consumidor , 2013).

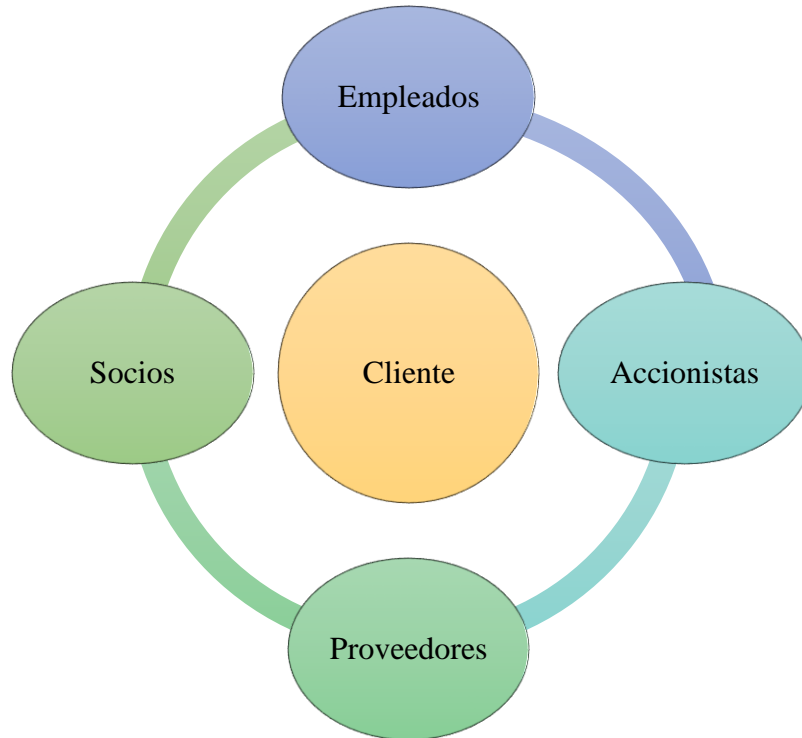
La verdadera atención al cliente no sólo les corresponde a los empleados, tampoco es una simple estrategia de la dirección para el elevar los beneficios; sino que la calidad de atención a los clientes depende de los que trabajan para el negocio ya que involucra a todo el personal incluyendo también a los directivos que son los encargados de que el ambiente laboral funcione adecuadamente, por otro lado la actitud de los empleados hacia los clientes depende de los directivos, debido al comportamiento que ellos pueden tener con sus empleados, y esto de cierta manera se ve reflejado en los clientes (Brown, 1989).

La calidad en la atención a los clientes tiene grandes beneficios cuando se aplica una buena atención, como por ejemplo tenemos:

- Clientes leales y satisfechos.
- Incremento de ventas teniendo mayor cantidad de ventas a cada cliente, ventas más frecuentes con los mismos clientes y clientes nuevos captados a través de clientes satisfechos, es decir cuando recomiendan a otras personas.
- Mejora la imagen y reputación de la empresa.
- Tener diferenciación con respecto a la competencia.

- Menos despilfarro en marketing; las empresas que ofrecen baja calidad se ven obligadas a hacer grandes esfuerzos e inversiones en cuanto al marketing para suplir los clientes que se pierden continuamente.
- Ahorro en gestión de quejas y reclamaciones.
- Personal satisfecho, clima de trabajo mejor es importante para que también los trabajadores se sientan conformes, por lo tanto, personal más productivo.

Por otra parte, sabemos que no existe calidad sin satisfacción, por tanto el grado de satisfacción de los clientes que compran ciertos productos o ya sea que reciben el servicio en función de las diferencias que existen en cuanto a sus expectativas, es decir, que la calidad de atención se ve reflejada en la satisfacción que se llevan los clientes después de realizar sus compras, el cual les permite regresar con entusiasmo y recomendar a más personas (Fernández, 2012).



Fuente: María Eugenia Escudero. Servicio de atención comercial
Elaborado: María Mariscal Cadena

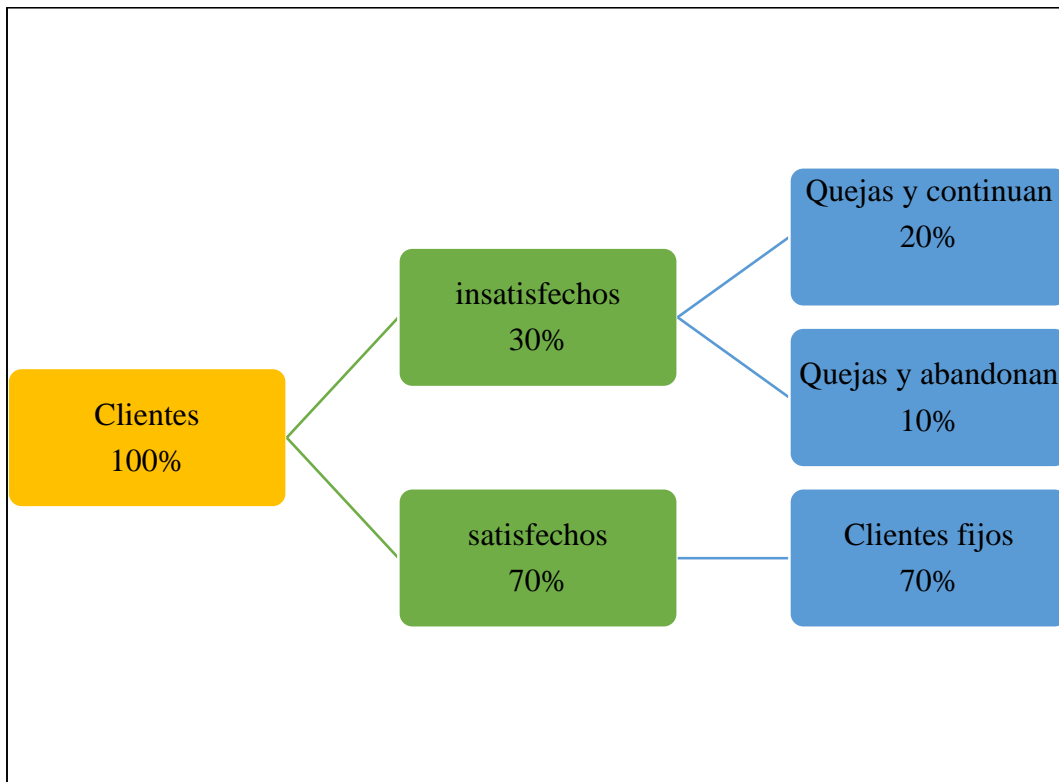
El servicio al cliente puede también presentarse de manera verbal y no verbal, porque la impresión que se llevan los clientes por parte de los vendedores puede verse reflejado en las expresiones faciales y corporales, debido a cuando no tienen paciencia correspondiente los clientes se pueden dar cuenta fácilmente en el rostro (Denton, 1989).

Los clientes leales siempre han sido importantes para lograr el éxito de los clientes en un largo plazo para la empresa, cabe recalcar que casi todas las empresas se enfrentan a un riesgo con los clientes, en la cual se pueden perder algunos clientes y pasarse a la competencia, al mismo tiempo aumenta la competitividad por los clientes de cierto modo hace que la empresa quiera mejorar cada día más, y a su vez pueden atraer a nueva clientela; por lo tanto es necesario que la empresa cuente

con un plan estratégico, haciendo publicidad en los diferentes medios de comunicación que existen en la actualidad (Slebel, 2001).

La calidad, por eso, no es objetiva, sino subjetiva que depende de las necesidades, deseos de los clientes y, a su vez, de la percepción subjetiva el cliente, es decir, que el nivel de expectativas que se tenga con el producto o servicio, también los valores que cada cliente posee marcan diferencia de percepción subjetiva sobre la calidad del producto o calidad de atención brindada, que vienen por diferentes factores como es la edad, y el entorno donde se encuentra (Maniviesa, 2015).

En toda empresa existen clientes que se sienten conforme con la calidad de atención y se sienten satisfechos, pero también existe otro grupo que realizan sus respectivas quejas y reclamos como lo podemos observar en el siguiente cuadro.



Fuente: Administración comercial Joselito

Elaborado: María Mariscal Cadena

Como nos pudimos dar cuenta dentro de los clientes insatisfechos existe un 30% el cual se divide en: los clientes que se quejan, pero igual siguen asistiendo al comercial con un 20% y los que se quejan, pero abandonan y no regresan por irse otro lugar hay un 10% de clientes, mientras los que se mantienen fijos y prefieren seguir comprando tiene un 70%.

Realizar un plan estratégico es de gran importancia, porque a través de la misma se pueden atraer más clientes realizando publicidad en diferentes formas como por ejemplo en Facebook, Twitter, Instagram que son los medios que las personas más tienen acceso, también hacer promociones de tal manera que llamen la atención de los clientes.

Hoy en día en las relaciones laborales es necesario reunir una gran cantidad de cualidades y destrezas para poder de esa manera tener una buena calidad de atención a los clientes y que a su vez se sientan satisfechos con el trato que se le da a cada uno de los diferentes clientes que lleguen a comprar (Blanco, 2019).

Para tener una buena calidad de atención a los clientes para que se sientan satisfechos se deben seguir con las siguientes pautas:

- Empatía, y seguridad al momento de atender al cliente.
- Credibilidad, confianza y transparencia.
- Inmediatez en la atención, de respuesta y de solución de problemas.
- Comprensión con los clientes para saber lo que quiere y necesita.
- Expresión implícita y explícita de interés por el cliente.
- Receptividad, a las preguntas, sugerencias que realizan.
- Eficiencia y eficacia en el servicio.
- Atención y análisis y resolución a las reclamaciones, quejas y felicitaciones.

- Aceptar responsabilidades por los errores, análisis y puesta en marcha de mejoras.

Tener un buen sistema de calidad de la empresa es necesario para evitar cualquier tipo de problemas que se puedan presentar en la empresa, debido a que todo va enlazado para su respectivo funcionamiento, además son los clientes que hacen que el negocio tenga su razón de ser, es decir que sin clientes el negocio tendrá poca clientela, pero también si no existe una buena calidad de atención a los clientes para que se sientan satisfechos disminuye las ventas y se perjudica en cuanto a los ingresos del negocio, que pueden afectar a los trabajadores que se encuentran en el negocio.

Por este motivo los negocios deben estar actualizarse constantemente innovando nuevos productos para que la empresa siga creciendo tanto económicamente, como en el ambiente laboral, al mismo tiempo si la empresa no conoce adecuadamente la información importante de sus clientes, entonces perderá la oportunidad de atender mejor a los clientes (Ortiz & Arciniegas Ortiz, 2016).

Es necesario que la empresa disponga de canales de comunicación en la cual los clientes insatisfechos se sientan cómodos, vean mejoras y cambios inmediato con la calidad de atención hacia los clientes, por otra parte, tomar de manera positiva todos los cambios que se puedan dar a partir de las quejas y reclamos que se presenten, aceptando las sugerencias respectivas debido a que de esta manera se pueda identificar los puntos débiles de la empresa para mejorar cada día más permitiendo crecer (Vertice, 2009).

Para mejorar los reclamos, quejas y sugerencias se debe tener pautas que son importantes para identificar las fallas que existen en la calidad de atención y satisfacción de los clientes,

implementando una estrategia para mejorar en las áreas de atención y satisfacción de los clientes en el negocio (Vertice, 2009).

Para esto tenemos los siguientes:

- Involucración de los directivos.
- Participación y adhesión del personal.
- Diagnóstico
- Acciones de mejora
- Comunicación
- Control
- Continuidad

También es necesario que la empresa realice cursos y capacitaciones a todo el personal que trabaja cumplimiento con todas las políticas de seguridad q tenga la empresa para mejorar aplicando todas las recomendaciones correspondientes, ampliando también sus conocimientos el cual sirve de gran utilidad.

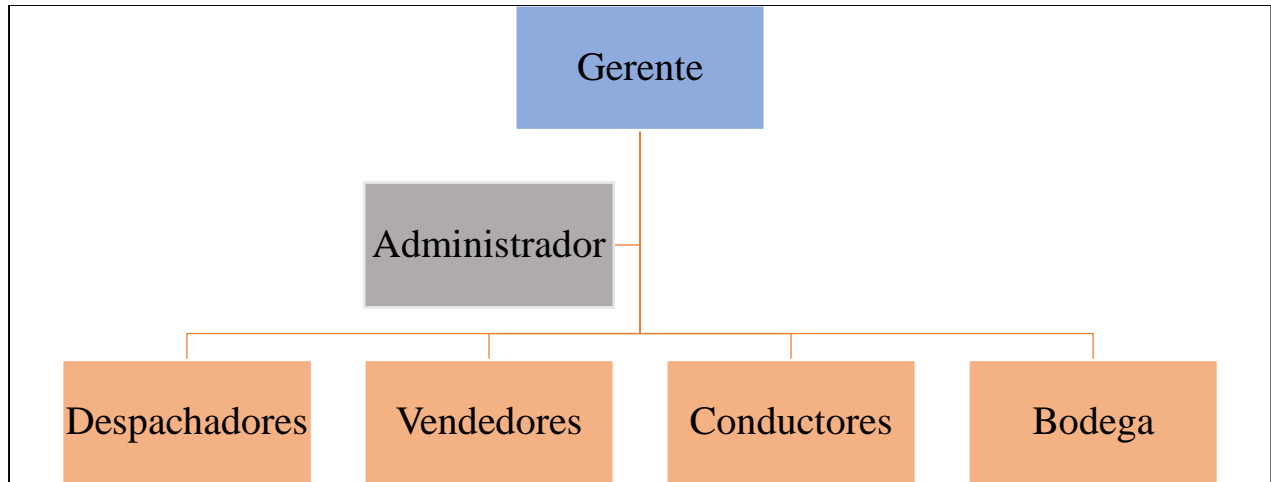
Otros factores también que pueden influir en la calidad de atención al cliente también depende del clima laboral, es decir que, si los trabajadores no se sienten conforme con el trabajo, por tanto, eso se ve reflejado en la atención que les brindan a sus clientes

La metodología que se utilizó realizar este estudio de caso es descriptiva de tipo cualitativa ya que se obtiene sin datos numéricos para poder de esa manera recolectar información necesaria para realizar una investigación en el proceso de interpretación.

Se realizó una entrevista con el encargado de la administración del comercial Joselito, el cual nos permito conocer la situación que estaba pasando en la misma y las causas que se dio la problemática.

Este estudio de caso se realizó para evaluar la calidad de atención y satisfacción de los clientes del comercial Joselito, el cual permitió determinar cuáles son los motivos para que el comercial tenga problemas en cuanto a la atención de los clientes.

A continuación, se muestra el organigrama del comercial:



Fuente: Administración comercial Joselito

Elaborado: María Mariscal Cadena

CONCLUSIONES

Con la información obtenida para este estudio de caso al comercial Joselito nos pudimos dar cuenta que no tienen plan de mejora para la calidad de atención y satisfacción de los clientes para obtener mejores resultados y atraer nueva clientela.

También pudimos darnos cuenta que el personal que trabaja no tiene una buena comunicación con los clientes, por ese motivo no se sienten satisfechos con la atención brindada.

El comercial no es el único que se encuentra ubicado en el cantón, por ese motivo existe competencia y tienen que mejorar la calidad de atención con los clientes, ya que los clientes son el motivo principal para que exista un negocio debido a esto, tienen que estar satisfechos con el trato que se brinde para que vuelan otra vez.

Para mejorar la calidad de atención y satisfacción de los clientes del comercial Joselito es importante que todas las personas trabajen en comercial conozcan cuales son los beneficios para tener la satisfacción de los clientes, en tanto sus expectativas de los clientes y en que consiste la calidad de atención, para que de esta forma estén mejor capacitados.

Tener un buen sistema de calidad en el comercial es necesario para evitar cualquier tipo de problemas que se puedan presentar, debido a que todo va enlazado para su respectivo funcionamiento, además son los clientes que hacen que el negocio tenga su razón de ser y pueda crecer económicamente obteniendo beneficios significativos.

Otros factores también que pueden influir en la calidad de atención al cliente también depende del clima laboral, es decir que, si los trabajadores no se sienten conforme con el trabajo, por tanto, eso se ve reflejado en la atención que les brindan a sus clientes por ese motivo es importante que el comercial mejore en cuanto a la calidad de atención a los clientes.

BIBLIOGRAFÍA

- Blanco, M. Á. (2019). *Calidad al cliente y calidad en el servicio. COMM002PO. Innovacion y Cualificación, S.L. ic.*
- Brown, A. (1989). *Gestion de la atencion al cliente.* España: Butterworth- Heinemann.
- Caravaca, E. M. (1 de Agosto de 2020). *Andalucia.* Obtenido de Andalucia:
<https://www.andalucialab.org/blog/calidad-en-la-atencion-al-cliente/#:~:text=La%20calidad%20en%20la%20atenci%C3%B3n%20al%20cliente%20a%20conforman%20un,la%20vida%20de%20nuestra%20empresa.&text=Retroalimentaci%C3%B3n%20continua%20del%20grado%20de,en%20los>
- Corrales, J. A. (25 de Julio de 2019). *Rockcontent.* Obtenido de Rockcontent:
<https://rockcontent.com/es/blog/servicio-al-cliente/>
- Denton, D. K. (1989). *Calidad en el servicio a los clientes .* Madrid : Gulf Publishing Company.
- Douglas Da Silva, W. C. (19 de Junio de 2020). *zendesk.* Obtenido de zendesk:
<https://www.zendesk.com.mx/blog/atencion-al-cliente-en-el-proceso-comercial/>
- Escudero, M. E. (2015). *Servicios de atencion comercial.* Editex.
- Fernández, S. C. (2012). *Atencion al cliente en el proceso comercial .* España : Parainfo.
- Fernández, S. C. (2013). *Gestión de la atención al cliente / consumidor .* España: Parainfo.
- Laza, C. A. (2019). *Gestión de la atención al cliente / consumidor. UF0036.* Tutor formación .

Maniviesa, X. P. (2015). *PYMERANG*. Obtenido de PYMERANG:

<https://www.pymerang.com/marketing-y-redes/612-la-calidad-en-la-atencion-al-cliente>

Martinez, M. P. (2014). *Atencion al cliente*. Madrid, España: Parainfo.

Moya, M. V. (21 de Abril de 2016). *Revista Logistica. Estrategia: calidad de servicio*. Obtenido de Revista Logistica. Estrategia: calidad de servicio:

<https://www.revistalogistec.com/index.php/scm/estrategia-logistica/item/2278-estrategia-calidad-de-servicio>

Ortiz, O. C., & Arciniegas Ortiz, J. (2016). *Sistemas de gestión de calidad. Teoría y practica bajo la norma ISO*. Bogotá: Ecoe.

Slebel, T. M. (2001). *Principios del E-Business*. España : Granica.

Torres, V. C. (2006). *Calidad total en la atención al cliente* . España : Ideaspropias.

Vertice, P. (2009). *Atencion eficaz de quejas y reclamaciones*. España: Vertice.

ANEXO



Carta de Autorización

El Comercial Joselito con su representante legal el SR. José Ignacio Chasi Tiñe con CI 0200561181 en calidad de dueño autorizo a las Srta María Mariscal Cadena con CI 1207387265 Egresadas de la universidad Técnica de Babahoyo la facultad de Administración, Finanzas e informática de la carrera de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría para que desarrolle su tema de estudio de caso que consiste: Evaluación de la Calidad de atención y satisfacción de los clientes del comercial Joselito del Cantón Baba.

El Comercial Joselito le otorgó los permisos respectivos para el proceso del desarrollo del estudio de caso para la Srta. , en mención.

Atentamente

José Ignacio Chasi Tiñe
Propietario

María Cristina Mariscal Cadena
Representante
del estudio de caso

Consulta de RUC

RUC

0200561181001

Razón social

CHASI TIÑE JOSE IGNACIO

Estado contribuyente en el RUC

ACTIVO

Nombre comercial

Actividad económica principal

VENTA AL POR MENOR DE GRAN VARIEDAD DE PRODUCTOS EN TIENDAS, ENTRE LOS QUE PREDOMINAN, LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS, LAS BEBIDAS O EL TABACO, COMO PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD Y VARIOS OTROS TIPOS DE PRODUCTOS.

Tipo contribuyente	Clase contribuyente	Obligado a llevar contabilidad
PERSONA NATURAL	OTROS	SI

Fecha inicio actividades	Fecha actualización	Fecha cese actividades	Fecha reinicio actividades
02/09/1993	27/01/2020	28/12/1994	01/12/2000

Agente de retención
SI

