

REPÚBLICA DEL ECUADOR



MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA EL COMERCIAL DANIELITO'S DEL CANTÓN ARCHIDONA

Informe Final de Trabajo de Integración Curricular, presentado como requisito parcial para optar por el título de Tecnólogo Superior en Administración.

AUTORA: Grefa Alvarado Ana Gabriela

DIRECTORA: MSc. Betty Alexandra Jaramillo Tituaña

Tena - Ecuador

2022

APROBACIÓN DE LA DIRECTORA

ING. BETTY ALEXANDRA JARAMILLO TITUAÑA., MG.SC.

DOCENTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA.

CERTIFICA:

En calidad de Directora del Proyecto Integrador denominado: MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA EL COMERCIAL DANIELITO'S DEL CANTÓN ARCHIDONA, de autoría de la señorita **GREFA ALVARADO ANA GABRIELA**, con CC. 150106044-4 estudiante de la Carrera de Tecnología Superior en Administración del Instituto Superior Tecnológico Tena, CERTIFICO que se ha realizado la revisión prolija del Trabajo antes citado, cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen los respectivos reglamentos e instituciones.

Tena, 15 de octubre de 2021

Ing. Betty Alexandra Jaramillo Tituaña; Mg.Sc.

DIRECTORA

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

Tena, 06 de enero de 2022

Los Miembros del Tribunal de Grado abajo firmantes, certificamos que el Trabajo de Titulación denominado: **MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA EL COMERCIAL DANIELITO'S DEL CANTÓN ARCHIDONA**, presentado por GREFA ALVARADO ANA GABRIELA, estudiante de la Carrera de Tecnología Superior en Administración del Instituto Superior Tecnológico Tena, ha sido corregida y revisada; por lo que autorizamos su presentación.

Atentamente;

Ing. Sergio Iván Ruiz Gaibor

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Mg. Roxana Elizabeth León Lara

1ER. MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Diana Samanta Quilumba Shiguango

2DO. MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AUTORÍA

Yo, GREFA ALVARADO ANA GABRIELA, declaro ser autora del presente Trabajo de Titulación denominado: MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA EL COMERCIAL DANIELITO'S DEL CANTÓN ARCHIDONA y absuelvo expresamente al Instituto Superior Tecnológico Tena, y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo al Instituto Superior Tecnológico Tena, la publicación de mi trabajo de Titulación en el repositorio institucional- biblioteca Virtual.

AUTORA:

GREFA ALVARADO ANA GABRIELA

CÉDULA: 150106044-4

FECHA: Tena, 07 de enero de 2022

CARTA DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DE LA AUTORA

Yo, GREFA ALVARADO ANA GABRIELA, declaro ser autora del Trabajo de Titulación titulado: MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA EL COMERCIAL DANIELITO'S DEL CANTÓN ARCHIDONA, como requisito para la obtención del Título de: TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN: autorizo al Sistema Bibliotecario del Instituto Superior Tecnológico Tena, para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual del Instituto, a través de la visualización de su contenido que constará en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio el Instituto. El Instituto Superior Tecnológico Tena, no se responsabiliza por el plagio o copia del presente trabajo que realice un tercero. Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Tena, 07 de enero de 2022, firma la autora.

AUTORA: Ana Gabriela Grefa Alvarado

FIRMA:

CÉDULA: 150106044-4

DIRECCIÓN: Tena; Aeropuerto N.º 2, Barrio Las Colinas

CORREO ELECTRÓNICO: anagrefa72@gmail.com

TELÉFONO: 062311840 **CELULAR:** 0987284678

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTORA: MSc. Betty Alexandra Jaramillo Tituaña

TRIBUNAL DEL GRADO:

Ing. Sergio Iván Ruiz Gaibor

Mg. Roxana Elizabeth León Lara

Ing. Diana Samanta Quilumba Shiguango

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi Dios por darme salud y las fuerzas necesarias de seguir adelante, y a mis padres, que son mi razón de superación y esfuerzo.

Ana Gabriela Grefa Alvarado

AGRADECIMIENTO

Agradezco de todo corazón a Dios por ser mi guía; a mis padres, por su incondicional apoyo, y a los docentes del Instituto Superior Tecnológico Tena.

Ana Gabriela Grefa Alvarado

ÍNDICES

Contenido	Pág.
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DE LA DIRECTORA	ii
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	iii
AUTORÍA.....	iv
CARTA DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DE LA AUTORA.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICES	viii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
ÍNDICE DE IMÁGENES	xiv
ÍNDICE DE FOTOS	xiv
A. TÍTULO.....	1
RESUMEN.....	2
ABSTRAC	3
B. FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA.....	4
2.1 Necesidad.....	4
2.2 Actualidad.....	5
2.3 Importancia	5
2.4 Presentación del problema profesional a responder	6
2.5 Delimitación.....	7
2.5.1 Delimitación Espacial:	7

2.5.2	Delimitación Temporal	7
2.5.3	Unidades de Observación.....	7
2.6	Beneficiarios	7
2.6.1	Directos	7
2.6.2	Indirectos.....	7
C.	OBJETIVOS	8
3.1	Objetivo General.....	8
3.2	Objetivos Específicos	8
D.	ASIGNATURAS INTEGRADORAS	9
E.	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	11
5.1	Análisis situacional.....	11
5.1.1	Tipos de análisis.....	12
a)	Análisis PEST.....	12
b)	Análisis PORTER.....	12
c)	Análisis FODA	12
5.1.2	Empresa.....	14
5.2	Manual de atención al Cliente	14
5.2.1	Factores que influyen en la atención al cliente	15
a)	Elementos de la Atención al Cliente	15
5.2.2	Cliente	16
5.2.3	Tipología de Cliente.....	17
5.2.4	Satisfacción del cliente.....	18
a)	Beneficio de la calidad de la satisfacción del cliente	19
5.3	Marco Legal.....	20
	Constitución de la República del Ecuador.....	20
	Ley Orgánica de Defensa al Consumidor	20
5.4	Marco Conceptual.....	23

F. METODOLOGÍA	25
6.1 Materiales.....	25
6.2 Ubicación del Área de estudio.....	25
6.3 Tipo de investigación / estudio	26
6.3.1 Investigación bibliográfica.....	26
6.3.2 Investigación de campo.....	27
6.4 Herramientas de Investigación.....	27
6.4.1 Población.....	27
6.4.2 Muestra.....	28
6.5 Metodología para cada objetivo.....	29
Objetivo 1	29
Objetivo 2:	31
Objetivo 3:	31
G. RESULTADOS	33
7.1 Resultados del objetivo 1:.....	33
7.1.1 Análisis PEST	33
a) Factor político.....	33
b) Factor económico	34
c) Factor social.....	34
d) Factor tecnológico	35
7.1.2 Análisis PORTER	35
a) Amenaza de nuevos competidores	35
b) Poder de negociación de proveedores.	36
c) Poder de negociación con los clientes.	37
d) Rivalidad entre competidores existentes.	37
e) Amenaza de productos sustitutos.	38
7.1.3 Matriz FODA	38

7.2	Resultados del objetivo 2.....	40
7.3	Resultados del objetivo 3.....	56
H.	CONCLUSIONES	77
I.	RECOMENDACIONES.....	78
J.	BIBLIOGRAFÍA	79
K.	ANEXOS	81

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Asignaturas Integradoras.....	9
Cuadro 2 Tipos de clientes.....	17
Cuadro 3 Modelo de Matriz FODA	31
Cuadro 4 Matriz FODA del Comercial Danielito's	39

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Ha comprado alguna vez en el Comercial Danielito's.....	40
Tabla 2 Satisfacción con la atención personalizada	41
Tabla 3 Demuestra habilidad con el trato hacia el cliente y el saber escuchar	42
Tabla 4 Cortesía y amabilidad en la atención al cliente.....	43
Tabla 5 Muestra interés por satisfacer sus necesidades	44
Tabla 6 Expectativa sobre la atención recibida.....	45
Tabla 7 Tiempo de espera en la atención al cliente	46
Tabla 8 El personal con el que cuenta es suficiente.....	47
Tabla 9 La forma de expresarse es adecuada y clara	48
Tabla 10 Brinda un servicio satisfactorio.....	49
Tabla 11 Recomendaría a un familiar o amigo	50
Tabla 12 Resolver inquietudes	51
Tabla 13 Representantes de atención al cliente.....	52
Tabla 14 Calificación al personal del Comercial Danielito's	53
Tabla 15 Satisfacción en la atención al cliente	54
Tabla 16 Manual de atención al cliente para El Comercial Danielito's.....	55

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Ha comprado alguna vez en el Comercial Danielito's.....	40
Gráfico 2 Satisfacción con la atención personalizada.....	41
Gráfico 3 Demuestra habilidad con el trato hacia el cliente y el saber escuchar ..	42
Gráfico 4 Cortesía y amabilidad en la atención al cliente.....	43
Gráfico 5 Muestra interés por satisfacer sus necesidades	44
Gráfico 6 Expectativa sobre la atención recibida.....	45
Gráfico 7 Tiempo de espera en la atención al cliente	46
Gráfico 8 El personal con el que cuenta es suficiente.....	47
Gráfico 9 La forma de expresarse es adecuada y clara	48
Gráfico 10 Brinda un servicio satisfactorio	49
Gráfico 11 Recomendaría a un familiar o amigo	50
Gráfico 12 Resolver inquietudes.....	51
Gráfico 13 Representantes de atención al cliente	52
Gráfico 14 Calificación al personal del Comercial Danielito's	53
Gráfico 15 Satisfacción en la atención al cliente	54
Gráfico 16 Manual de atención al cliente para El Comercial Danielito's.....	55

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Jerarquización de Variables.....	11
Figura 2 Matriz FODA.....	13
Figura 3 Análisis PEST.....	30
Figura 4 Análisis PORTER.....	30

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 Mapa satelital de la ubicación del Comercial Danielito's.....	26
--	----

ÍNDICE DE FOTOS

Foto 1 Encuesta Google Forms	87
Foto 2 Publicación en la red social	87
Foto 3 Factor político.....	88
Foto 4 Factor económico.....	89
Foto 5 Factor tecnológico.....	89
Foto 6 Amenaza de nuevos competidores.....	90
Foto 7 Poder de negociación de los proveedores	90
Foto 8 Poder de negociación de los clientes	91
Foto 9 Rivalidad entre competidores existentes.....	91
Foto 10 Amenaza de productos sustitutos.....	93
Foto 11 Fortaleza (Ubicación estratégica)	96
Foto 12 Oportunidad (Proveedores que entregan el producto en el lugar)	96
Foto 13 Amenaza (Competencia Agresiva)	97

A. TÍTULO

MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA EL COMERCIAL
DANIELITO'S DEL CANTÓN ARCHIDONA

RESUMEN

Comercial Danielito's ubicado en el Cantón Archidona, Provincia de Napo, entre la Av. Napo y Transversal 13, es una empresa dedicada a la venta y comercialización de productos al por mayor y menor, artículos de primera necesidad, limpieza y aseo personal, teniendo como propósito captar la atención del cliente. Para la realización del trabajo, se efectuó un análisis situacional para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa, además se debe mejorar un poco más en la atención al cliente, ya que puede dejar una mala impresión y satisfacción por parte del Comercial, por otro lado, la investigación de campo se llevó a cabo mediante la aplicación de encuestas, para determinar el grado de satisfacción de la atención al cliente que ofrece el Comercial Danielito's, donde se obtuvo como resultado que, el 81% sí están conformes de que el Comercial cuente con un manual de atención al cliente, mientras el 19% están indiferentes o en contra, por ende, se concluye, que el diseño de un manual de atención al cliente propuesto permitirá a la empresa contar con una guía y pautas, de cómo brindar un buen trato al cliente a la hora de ser atendido.

Palabras clave: Comercial Danielito's, Atención al cliente, Manual de atención al cliente.

ABSTRACT

Comercial Danielito's located in the Archidona canton, Napo province, between Av. Napo and Transversal 13, is a company dedicated to the sale and marketing of wholesale and retail products, basic necessities, cleaning and personal hygiene, with the purpose of capturing the customer's attention. To carry out the work, a situational analysis was carried out to identify the strengths, opportunities, weaknesses and threats of the company, in addition, a little more improvement in customer service should be done, since it can leave a bad impression and satisfaction on the part of the Comercial, on the other hand, field research was carried out through the application of surveys to determine the degree of customer service satisfaction offered by Comercial Danielito's, where it was obtained as a result that, 81% yes are satisfied that the Salesperson has a customer service manual, while 19% are indifferent or against, therefore, it is concluded that the design of a proposed customer service manual will allow the company to have a guide and guidelines, on how to provide a good treatment to the client when it comes to being served.

Keywords: Comercial Danielito's, Customer service, Customer service manual.

Reviewed by:

BSc. Andrés Vélez Zambrano

DOCENTE IST TENA

B. FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA

2.1 Necesidad

La calidad nace desde el origen del ser humano en la faz de la tierra, sin embargo, es en el siglo XX donde adquiere el carácter de disciplina científica, con la presencia del mayordomo de calidad en las empresas de la primera década (1900-1910), luego surge el control estadístico de la calidad en la década de 1950, posteriormente la gestión de calidad total entre 1970-1980, ideado por Toyota, actualmente se tratan los sistemas de la calidad organizacionales. (Lopez, 2012)

A lo largo del siglo XX, la evolución del concepto ha sido muy dinámico, pues se ha ido adaptando al progreso de la industria, y de forma paralela se han ido desarrollando en diversas teorías, conceptos y técnicas hasta llegar a lo que actualmente se conoce como calidad.

Es un punto significativo para cualquier empresa, ya que no se practica comúnmente y que no se debe dejar de lado porque los clientes son cada vez más exigentes al momento de la compra cuando adquieren un producto y/o servicio, es por eso que ofrecer un servicio de calidad y una buena atención al cliente en las empresas es un elemento predominante para la supervivencia de la misma, debido a que la competencia es cada vez mayor y los clientes no sólo buscan precio y calidad; sino también un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, etc.

Además, la calidad no solo se le asignaba al producto sino también al servicio, por eso se ha convertido en un área importante de atención ya que es uno de los puntos primordiales, que se deben cumplir dentro de cada empresa sin importar el tamaño, y posee un fuerte impacto en los mismos, por eso se

considerada una de las principales prioridades competitivas de la administración y un requisito previo para la sostenibilidad y el crecimiento de las empresas.

2.2 Actualidad

La atención al cliente es parte importante del desarrollo e imagen de las instituciones y empresas, considerando más aún los derechos y deberes que como ciudadanos tenemos, por eso durante los últimos años, el mercado y las exigencias de este han hecho que las empresas le den más importancia a la calidad de dar un buen servicio, teniendo en cuenta el continuo desarrollo de la sociedad que ha presentado en este mundo globalizado, el crecimiento de los mercados, la aparición de nuevos productos y servicios, el surgimiento de nuevas empresas, la competencia, el intercambio de culturas.

Hoy en día, existe mucha competencia en el mercado, por esto las empresas tienen que siempre estar innovando, evaluando la calidad del servicio, tener bien establecidos los objetivos y estrategias para mantener la fidelidad del cliente, ya que es muy complicado que un negocio perdure en el mercado sin tener en cuenta las expectativas de sus clientes, por eso es necesario lograr la satisfacción de los clientes de una manera rentable creando en el mercado actual relaciones llenas de valor con los clientes.

2.3 Importancia

En las organizaciones, la calidad del servicio es uno de los factores importantes sobre el cual se han adaptado para atender a un cliente y que este genere utilidad, por eso la calidad del servicio al cliente es una ventaja comparativa importante porque puede hacer la diferencia en cualquier empresa o negocio.

El impacto que éste tiene puede ser la razón por la cual los clientes se inclinan por determinada marca, es decir, cualquier paso equivocado que realice la empresa o negocio llevara al cliente directamente hacia sus competidores directos. Los clientes anteriormente buscaban que los productos o servicios se ajustaran a sus necesidades solo en calidad y un buen precio, pero a través de los años el cambio fue evidente, el servicio al cliente fue trascendental para crear fidelidad entre el cliente y las empresas, en este caso fidelidad hacia una MARCA.

La propuesta de un manual de atención al cliente para el Comercial Danielito's del Cantón Archidona, es importante ya que permitirá captar nuevos clientes y mejorar la atención al cliente, misma que servirá como una guía y pautas de como brindar una buena atención al cliente a la hora de ser atendido.

2.4 Presentación del problema profesional a responder

La calidad en los servicios y la satisfacción al cliente han sido un tema de gran interés para las organizaciones e investigadores, ya que ninguna empresa puede sobrevivir en el mercado, sin desarrollar la satisfacción al cliente y la lealtad a la marca. Es por eso que a veces el servicio al cliente es el principal elemento diferenciador frente a los competidores, ya que desde siempre los clientes han exigido el mejor trato y la mejor atención al adquirir un producto o servicio, seguido de la confiabilidad, calidad, tiempos razonables, precios, y constante innovación por parte de las mismas, por lo cual cada una de las organizaciones se han visto a la tarea de buscar diversas alternativas para enriquecer dichas exigencias. (Escudero & M, 2012)

De todo lo expuesto anteriormente nace la formulación ¿Se conseguirá a través de un análisis situacional, evaluar el nivel de satisfacción de la atención al cliente que ofrece El Comercial Danielito's del Cantón Archidona, con cuyos

datos se puede proponer un manual de atención al cliente? Y se relaciona con los siguientes parámetros:

Campo: Administración.
Área: Atención al cliente
Aspecto: Negocio
Sector: Comercio

2.5 Delimitación

2.5.1 Delimitación Espacial: El Trabajo de Integración Curricular se lo realizará en El Comercial Danielito's del Cantón Archidona, en el área de atención al cliente.

2.5.2 Delimitación Temporal: Este trabajo se lo efectuará en el Periodo Académico mayo 2021 – octubre 2021.

2.5.3 Unidades de Observación: Las unidades de observación que se contemplan para este trabajo, son los habitantes del Cantón Archidona, Provincia de Napo.

2.6 Beneficiarios

2.6.1 Directos

Propietario y personal del Comercial Danielito's del Cantón Archidona.

Proveedores.

2.6.2 Indirectos

Clientes.

C. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Elaborar un manual de atención al cliente para El Comercial Danielito's del Cantón Archidona.

3.2 Objetivos Específicos

- ✓ Emplear un análisis situacional en la evaluación del grado de satisfacción de atención al cliente que ofrece El Comercial Danielito's del Cantón Archidona.
- ✓ Evaluar grado de satisfacción de atención al cliente que ofrece El Comercial Danielito's del Cantón Archidona.
- ✓ Diseñar un manual de atención al cliente para El Comercial Danielito's del Cantón Archidona.

D. ASIGNATURAS INTEGRADORAS

Cuadro 1 Asignaturas Integradoras

Objetivos del Plan Nacional de Desarrollo	Línea de Investigación	Asignatura	Aplicación Directa	Aplicación Indirecta	Resultados de Aprendizaje
Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria Objetivo 7: Incentivar una sociedad participativa, con un Estado cercano al servicio de la ciudadanía. Objetivo 8: Promover la transparencia y la corresponsabilidad para una nueva ética social.	Atención al cliente	Metodología de Investigación	X		Formular la solución de problemas de índole administrativo aplicando metodologías y técnicas de investigación.
		Investigación de Mercado	X		Identificar el contexto de la organización utilizando herramientas administrativas, para el correcto desempeño del área departamental de la empresa.
		Planificación Estratégica	X		Diseñar la estructura de la organización mediante el análisis de los factores del entorno empresarial que influyen en la formulación de estrategias.
		Talento humano	X		Identificar el contexto de la organización utilizando herramientas administrativas, para el correcto desempeño del talento humano de la institución.

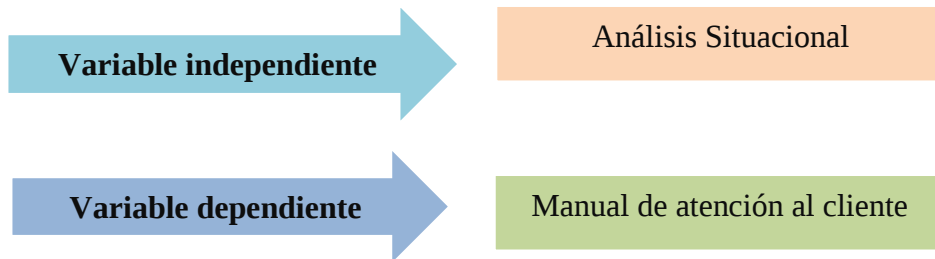
		Sistemas de Organización Empresarial	X		Aplicar métodos analíticos interpretando sus resultados para una eficaz toma de decisiones en el contexto de la empresa.
		Formulación y Evaluación de Proyectos	X		Evaluar el impacto de las decisiones y acciones de la empresa que implica los recursos humanos como financieros para promover la equidad entre todos los integrantes de acuerdo a la naturaleza de la organización.
		Métodos Estadísticos		X	Aplicar métodos analíticos y estadísticos e interpretar sus resultados para una eficaz toma de decisiones en el contexto de la empresa.
		Macroeconomía		X	Identificar el contexto de la organización utilizando herramientas administrativas, para el correcto desempeño del área departamental de la empresa.

Fuente: Sílabos de la carrera de administración del ISTT

Elaborado por: Ana Grefa (2021)

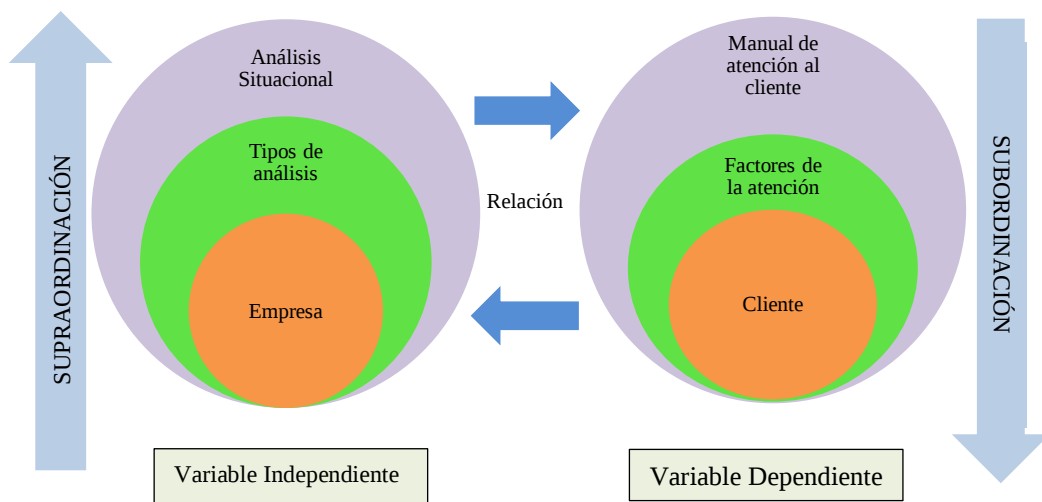
E. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Variable independiente y dependiente



Elaborado por: Ana Grefa (2021)

Figura 1 Jerarquización de Variables



Elaborado por: Ana Grefa (2021)

5.1 Análisis situacional

Se define como análisis situacional al estudio del entorno en el que se desenvuelve una empresa en un momento determinado, a través del cual se toman en cuenta factores externos e internos que intervienen en la proyección de la empresa en su ambiente. (Enciclopedia Economica, 2018)

El análisis situacional es un paso crítico para establecer una relación a largo plazo con los clientes. En la vida corporativa, el análisis situacional ayuda a definir cuál es la situación actual y cuáles deberían ser las acciones para seguir avanzando. (Helmut , 2018)

5.1.1 Tipos de análisis

a) Análisis PEST

Según Guevara, Pérez, y Quint (2014), esta herramienta: Ofrece un acercamiento unilateral y atemporal a la multipresencialidad de las organizaciones, entendiendo que su objetivo es identificar, en un momento y en un espacio dados, los aspectos que permiten darle forma a una imagen organizacional relativa a ese sistema de referencia temporal y espacial.

b) Análisis PORTER

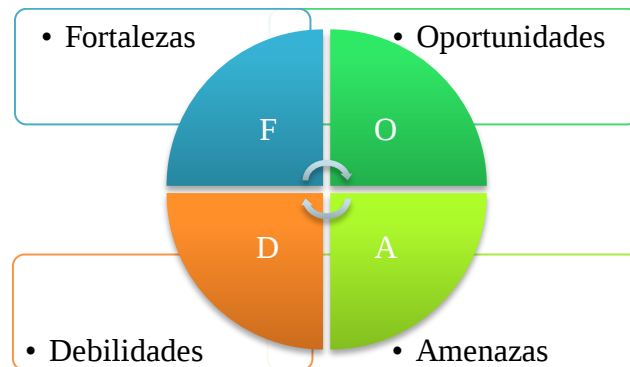
“Las 5 fuerzas de Porter son esencialmente un gran concepto de los negocios por medio del cual se pueden maximizar los recursos y superar a la competencia, cualquiera que sea el giro de la empresa”. (Riquelme & Matías, 2015)

c) Análisis FODA

“El análisis FODA es una herramienta estratégica, pero a la vez sencilla de implementar, con muy poco trabajo consigues una imagen clara y concisa del camino que tienes por delante para desarrollar tu proyecto y de tu habilidad para recorrerlo” (Chauvin, 2016)

El FODA es un modelo en el cual se analiza tanto el entorno interno como externo. Dentro del entorno interno se puede encontrar las fortalezas y debilidades, mientras que el entorno externo hace que se puedan identificar las amenazas y oportunidades para la empresa.

Figura 2 Matriz FODA



Elaborado: Ana Grefa (2021).

A continuación, se puede observar las siguientes definiciones sobre las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas:

Fortalezas: encierra todas las capacidades o recursos internos con las que cuenta una organización que le permite ser competitiva, aquellos factores positivos dentro de la empresa que facilitan el funcionamiento de la misma.

Oportunidades: son aquellos factores o elementos externos favorables para la organización que le permiten visualizar en el entorno diferentes circunstancias que sirven como prerrogativas y generan mayor competitividad.

Debilidades: proporcionan los recursos internos de los que carece la organización, capacidades que no han sido desarrolladas que los hace menos competitivos y coloca a la organización en una posición poco favorable.

Amenazas: es la presencia de factores externos en el entorno donde se desarrollan las actividades de la empresa, los mismos generan circunstancias poco favorables para la organización que incluso pueden ocasionar problemas en la permanencia de la misma en el sector en el que se desenvuelve. (Apaza, 2010)

5.1.2 Empresa

Una empresa es una organización de personas y recursos que buscan la consecución de un beneficio económico con el desarrollo de una actividad en particular. Esta unidad productiva puede contar con una sola persona y debe buscar el lucro y alcanzar una serie de objetivos marcados en su formación. (Sánchez Galán, 2015)

5.2 Manual de atención al Cliente

Es un documento que especifica las funciones de la atención al cliente, es el nexo de unión de tres conceptos: Servicio al cliente, satisfacción del cliente, y calidad en el servicio. Mediante el esmerado trato en la prestación del servicio, el cuidado de los detalles, la disposición de servicio que manifiestan los empleados, el cumplimiento de servicios, etc. se logra complacer y fidelizar al cliente. Es una filosofía que no tiene resultados inmediatos, pero es un objetivo permanente de toda la empresa y de todo el personal. En la atención al cliente uno de los aspectos más importantes es la comunicación, pues es la base de todas nuestras relaciones, ésta consiste en la transmisión de información desde un emisor, hasta un receptor, por medio de un canal. (Manual de Atención al Cliente, 2013)

De acuerdo a Escudero y M. (2012), indicó que el éxito de una organización depende fundamentalmente de sus clientes; ellos son los protagonistas principales y el factor más importante del negocio. Cuando la organización no satisface las necesidades y deseos de sus clientes es evidente que

tendrá una existencia muy corta en el mercado. Los esfuerzos deben estar orientados hacia el cliente, porque él es el verdadero impulsor.

5.2.1 Factores que influyen en la atención al cliente

Los factores que hace que un servicio sea mejor recibido por el cliente, son:

Controles: si no se tiene un buen control que garantice la satisfacción del cliente, tarde o temprano se tendrán quejas.

Procedimientos: es necesario considerar todos los elementos que participan cuando se otorga un servicio, pues tanto el personal, las instalaciones como los ejecutivos requieren estar integrados cuando se proporcione.

Comportamientos: el comportamiento es otro elemento de evaluación del cliente, tanto del personal como de los mismos clientes que adquieren un producto o utilizan un servicio.

Los factores abarcan los controles eficaces, así como los procedimientos relacionados a los servicios, así como al comportamiento que es otro elemento relevante para la evaluación de los clientes.

a) Elementos de la Atención al Cliente

Para que un funcionario cumpla las expectativas de los visitantes, parte de la atención al cliente parte de las expresiones de cortesía comunes, que como indica (Smith, 2013) se debe considerar:

- Salude a la gente.
- Diga “gracias” siempre que alguien tenga un gesto amable o cortés con usted.

- Tampoco olvide decir “por favor” cuando le pida algo a alguien.
- Discúlpese cuando se vea obligado a interrumpir molestar a alguien.
- No ignore a las personas con capacidades diferentes en un entorno social.
- Toque antes de abrir una puerta cerrada.
- Respete a las personas mayores.
- Discúlpese cuando haga esperar a alguien.

La imagen del personal que atiende al cliente, da una reacción para quienes lo miran, estudios realizados manifiestan que el impacto visual se da de la siguiente manera: “55%, impacta lo traemos puesto: vestido, accesorios, el arreglo personal, cabello, etc. 38% corresponde a la voz: tono, modulación, palabras que pronunciamos, al lenguaje corporal. 7% el contenido de lo que decimos; esto es lo último que se grava en nuestra mente.” (Álvarez, 2012)

5.2.2 Cliente

“Es toda persona que tiene una necesidad latente y que busca un producto o servicio con ciertos requisitos y condiciones para poder satisfacerla totalmente” (Bernal, 2010)

El cliente es un término que define a la persona que realiza una compra. Puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro, como el caso de los artículos infantiles. Resulta la parte de la población más importante de la compañía. (Fernández & Fernández, 2010)

5.2.3 Tipología de Cliente

Cuadro 2 Tipos de clientes

Personalidad	Características
Afable	Suave y expansivo en el trato. Se entretiene fácilmente hablando. y tendente a concluir con rapidez y eficacia.
Agresivo	Impaciente, provocativo y ofensivo. Se cree en posesión de la verdad.
Altivo	Orgulloso, soberbio y astuto. Critica y menosprecia a los demás.
Amistoso	Inseguro y se pierde con facilidad. Se desvía del tema constantemente.
Autoritario	Ostenta el poder y sabe cuándo tiene razón e impone su criterio.
Callado y reservado	Da la mínima información posible. Concentra al máximo su comunicación.
Cautó	Receloso y desconfiado. Se siente incómodo en la relación con los demás.
Charlatán	Habla sin cesar y es incapaz de centrarse en un solo tema.
Decidido	Resolutivo y tendente a concluir con rapidez y eficacia.
Desconfiado	Escéptico y “en guardia”. Pone en duda todos los argumentos de los demás.
Descontento	Enfadado y “a la defensiva”. Actitud negativa de entrada.
Dominante	Avasallador. No soporta que el contradigan.
Especulador	Orientado al beneficio propio inmediato. sólo entiendo el corto plazo.
Exigente	Inseguro, perfeccionista y demanda atención inmediata y personalizada
Grosero	Maleducado, inseguro y cortante. Pierde los estribos con facilidad

Huraño	Tosco y huidizo. Suele estar poco preparado en el tema en cuestión.
Impulsivo	Habla sin reflexión ni cautela. Habla sin pensar y dificulta el diálogo
Inseguro o indeciso	Temeroso, desconfía de sí mismo. Piensa despacio y consulta cada rato.
Moroso	Falta de seriedad para mantenerse al día con sus deberes económicos
Narcisista	Se da mucha importancia y sólo quiere demostrar su valía y argumentos.
Negativo	Crítico, pesimista y conflictivo. Nunca está de acuerdo con nada.
Pragmático	Va al grano. Sólo quiere cifras, plazos, resultados...
Prevenido	Cuidadoso en exceso. Es complicado hacerles cambiar de opinión.
Prudente	Poco emotivo y muy racional. Necesita estar seguro del tema y/o producto
Rutinario	Conservador, reticente al cambio y respetuoso de los pactos establecidos.
Suspicaaz y escéptico	No tiene confianza en sí mismo ni de los demás. Empecinado en sus opiniones
Terco	Obstinado e incapaz de cambiar de opinión, aunque haya evidencias.
Tímido	Se siente inferior a los demás. Habla poco y en un todo inaudible
Variable	Inestable e inconstante. Cambia mil veces de opinión

Fuente: Villa (2014)

Elaborado por: Ana Grefa (2021)

5.2.4 Satisfacción del cliente

Según Kotler y Armstrong (2018), la satisfacción del consumidor depende del desempeño percibido del producto respecto a las expectativas del comprador,

los estudios demuestran que un elevado nivel de satisfacción del consumidor puede generar una mayor lealtad del mismo lo que, a su vez, genera un mejor rendimiento de la empresa. En otras palabras, es el grado que el rendimiento percibido de un cliente se ajusta a las expectativas del comprador. (p.16)

a) Beneficio de la calidad de la satisfacción del cliente

De acuerdo a García (2014), enfatizo que uno de los resultados más importantes de prestar servicios de buena calidad es la satisfacción del cliente. La satisfacción del cliente reporta numerosos beneficios a la empresa:

- Vuelva a comprar
- Esta dispuesto a pagar un mayor precio
- Se convierte en el mejor portavoz de la empresa
- Abandona la competencia

5.3 Marco Legal

Constitución de la República del Ecuador

En la Constitución Política de la República del Ecuador, numeral 25 del Artículo 66 menciona: “Garantiza el derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características”.

Ley Orgánica de Defensa al Consumidor

Según la Ley Orgánica de Defensa al Consumidor (2011) de acuerdo a las leyes gubernamentales las empresas deben ofrecer un servicio de calidad hacia al consumidor, como es el caso del país la Ley Orgánica de Defensa del consumidor, que establece: “Que, de conformidad con lo dispuesto por el numeral 7 del artículo 23 de la Constitución Política de la República, es deber del Estado garantizar el derecho a disponer de bienes y servicios públicos y privados, de óptima calidad; a elegirlos con libertad, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características”.

Derecho de los consumidores art. 4.-

La Ley Orgánica de Defensa al Consumidor (2011) establece que los derechos del consumidor son derechos fundamentales, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

- *Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;*

- *Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;*
- *Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;*
- *Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.*
- *Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN).*

El Servicio Ecuatoriano de Normalización, manifiesta que es el eje principal del Sistema Ecuatoriano de la Calidad en el país, siendo la institución estatal llamada a proteger al consumidor. Cabe mencionar que el INEN se encuentra facultado de realizar este proceso bajo el Art. 56. De la Ley de Defensa del Consumidor que cita: “El INEN ejercerá el control de calidad de los bienes y servicios en los casos en que esta función no esté asignada a otros organismos especializados competentes” Instituto Nacional de Estadística y Censos (2016).

Recursos -recursos humanos

La organización debe:

- *Establecer los requisitos y competencias necesarias que deben cumplir los puestos de trabajo que se consideren clave en la prestación del servicio al cliente y definir las funciones de los mismos, incluyendo las propias del sistema de gestión.*
- *Asegurar la acreditación de la idoneidad y competencia de la función del responsable operativo.*

Formación del personal

La organización debe:

- *Establecer los procedimientos e instrucciones necesarias para lograr métodos de trabajos uniformes y adecuados;*
- *Asegurar que el personal posea la formación continua necesaria para desarrollar correctamente las actividades propias de su puesto de trabajo;*
- *Proporcionar la formación requerida para que el personal mantenga un adecuado nivel de calidad en la prestación de los servicios.*

5.4 Marco Conceptual

Análisis (situacional): es un estudio que se realiza con la finalidad de conocer cómo se encuentra la empresa en un momento determinado, para ello se analiza el entorno interno y externo en el que se desenvuelve.

Atención (cliente): es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades.

Cliente: es una persona que utiliza o adquiere, de manera frecuente u ocasional, los servicios o productos que pone a su disposición un profesional, un comercio o una empresa.

Demanda: es la cantidad total de un bien o servicio que la gente desea adquirir, a fin de satisfacer sus deseos o necesidades.

Empatía: es la intención de comprender los sentimientos y emociones, intentando experimentar de forma objetiva y racional lo que siente otro individuo.

FODA: también conocido como análisis DAFO o DOFA, consiste en un proceso donde se estudian las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de una empresa.

Manual: es una guía de instrucciones que sirve para el uso de un dispositivo, la corrección de problemas o el establecimiento de procedimientos de trabajo.

Mercado: entendido como un lugar donde se efectúan los procesos de cambio de bienes y servicios, entre demandantes y oferentes.

Meta: es el fin hacia el que se dirigen las acciones o deseos. De manera general, se identifica con los objetivos o propósitos que una persona o una organización se marca.

Misión: describe el motivo o la razón de ser de una organización, empresa o institución. Se enfoca en los objetivos a cumplir en el presente.

Objetivo: es el planteo de una meta o un propósito a alcanzar, y que, de acuerdo al ámbito donde sea utilizado, o más bien formulado, tiene cierto nivel de

complejidad, por lo cual son parte fundamental de todo proyecto que se desea ejecutar en cualquier ámbito de la vida, por ello se establecen en cortos, medianos y de largo plazo.

Oferta: es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta.

Percepción: es un proceso mediante el cual una persona analiza la información que recibe del exterior. Al recibir y analizar esa información nueva intervienen los datos almacenados en la memoria; y mediante la incorporación de los nuevos datos se crea una imagen creada de la realidad.

Satisfacción (cliente): es una medición de la satisfacción que tiene éste acerca de los productos y servicios de una empresa.

Visión: describe una expectativa ideal sobre lo que se espera que la organización sea o alcance en un futuro.

F. METODOLOGÍA

6.1 Materiales

Para el trabajo de investigación y elaboración del Informe Final se detallan a continuación los materiales, productos y equipos que fueron necesarios para la ejecución del mismo.

Los materiales utilizados fueron:

- Computadora (Marca HACER ASPIRE ONE D270-1694)
- Celular (Marca Huawei P8)
- Impresora (Epson L3150)
- Internet (Cnt)
- Lapiceros de color azul

6.2 Ubicación del Área de estudio.

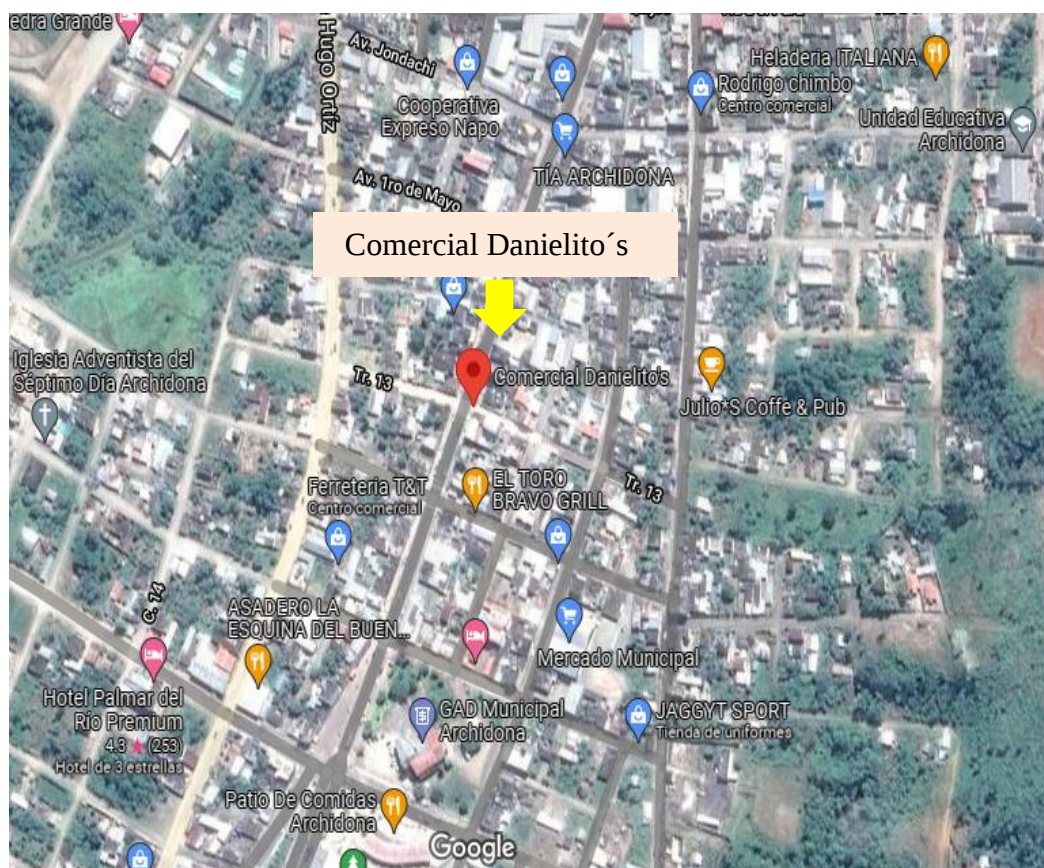
Esta investigación se realizó en el Comercial Danielito's del Cantón Archidona, Provincia de Napo, esto en base para el diseño de un manual de atención al cliente, por lo que su área de estudio son los habitantes pertenecientes a la cabecera cantonal del Cantón Archidona. A continuación, se detalla la descripción ordenada, secuencial y sencilla de la metodología desarrollada:

Provincia: Napo

Cantón: Archidona

Dirección: Av. Napo y Transversal 13

Imagen 1 Mapa satelital de la ubicación del Comercial Danielito's



Fuente: Google Maps, agosto 2021

6.3 Tipo de investigación / estudio

Para el trabajo de investigación se implementó los siguientes tipos de investigación:

6.3.1 Investigación bibliográfica

Se caracteriza por la utilización de los datos secundarios como fuente de información. Su objetivo principal es dirigir la investigación desde dos aspectos, primeramente, relacionando datos ya existentes que proceden de distintas fuentes y posteriormente proporcionando una visión panorámica y sistemática de una determinada cuestión elaborada en múltiples fuentes dispersas. (Barraza, 2018)

Para el desarrollo de la investigación se utilizaron fuentes secundarias como es el caso de libros, enciclopedias, páginas web, publicaciones, tesis de grado, etc.

6.3.2 Investigación de campo

La investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta. (Santa & Martins, 2010)

La investigación de campo se desarrolló en el Cantón Archidona de la Provincia de Napo, en la cual se aplicaron encuestas de acuerdo a la muestra obtenida, para recopilar información sobre el grado de satisfacción de atención al cliente que ofrece el Comercial Danielito's, para el diseño de un manual de atención al cliente.

6.4 Herramientas de Investigación

6.4.1 Población

La población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación. (Tamayo, 2012)

La población es el universo en la investigación, cuando es muy amplia, para estudiarla es necesario obtener una muestra. La población total de la ciudad de Archidona incluyendo las parroquias es de 24.296 hab., mientras que la población de la cabecera cantonal está conformada por un total de 11.689 habitantes, por lo que esta será la cantidad tomada como población.

6.4.2 Muestra

Según López (2012), es una porción que representa el total de un grupo el cual es para un estudio, análisis o experimentación. Lo que se pretende es entender el fenómeno de estudio y de esta manera buscar respuesta a una investigación. Para lo cual se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2(N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Universo o población

Z = Coeficiente de nivel de confianza

P = Probabilidad a favor

Q = Probabilidad en contra

e = Error de estimación

Datos:

n = ?

N = 11.689

z = 95% = 1,96

p = 0,5

q = 0,5

e = 5%

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(11.689)}{(0,05)^2(11.689 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{11.226,18}{30,18}$$

$$n = 372 \text{ encuestas}$$

Con base a la fórmula empleada se ha obtenido un valor de una muestra en referencia a la población finita, es de 372 en la cual será el número equivalente a las encuestas que se aplicarán a los habitantes del Cantón Archidona de la provincia de Napo.

6.5 Metodología para cada objetivo.

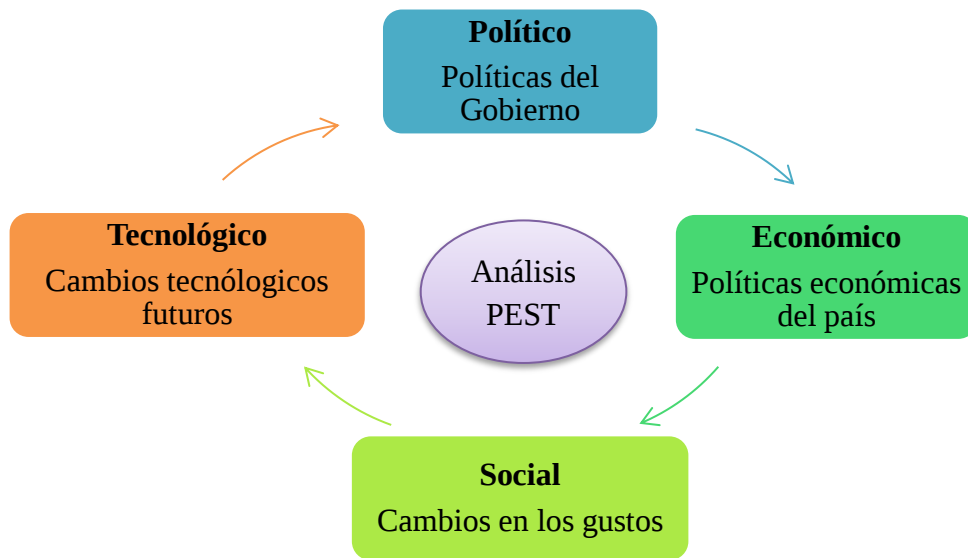
Objetivo 1: Emplear un análisis situacional en la evaluación del grado de satisfacción de atención al cliente que ofrece El Comercial Danielito's del Cantón Archidona.

Para el desarrollo del objetivo 1 se realizó un acercamiento al local para pedir el debido permiso mediante una solicitud dirigida al propietario del Comercial Danielito's del Cantón Archidona, para la realización del trabajo de titulación. (Ver anexo 1). La metodología que se aplicó en este objetivo fue el análisis situacional, a través de los siguientes análisis:

Análisis PEST

Este análisis consta de aspectos tanto políticos, económicos, sociales y tecnológicos, las mismas que se pueden observar en la siguiente figura:

Figura 3 Análisis PEST



Elaborado por: Ana Grefa (2021)

Análisis PORTER

En este análisis, las 5 fuerzas de Porter son de gran importancia, ya que ayudan a identificar las amenazas, la rivalidad y el tipo de poder de negociación que tiene la empresa.

Figura 4 Análisis PORTER



Elaborado por: Ana Grefa (2021)

Análisis FODA

Este análisis consta de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, las cuales se puede observar en el siguiente modelo:

Cuadro 3 Modelo de Matriz FODA

Fortalezas	Oportunidades
Aspectos positivos	Lo que favorece
Debilidades	Amenazas
Lo que se debe mejorar.	Lo que afecta

Elaborado por: Ana Grefa (2021)

Objetivo 2: Evaluar grado de satisfacción de atención al cliente que ofrece El Comercial Danielito's del Cantón Archidona.

Para el desarrollo del objetivo 2 se empleó una investigación de campo mediante el uso de la herramienta encuesta, misma que fue validada y aprobada por la directora de Trabajo de Integración Curricular (Ver anexo 3), y aplicadas de forma online, utilizando la plataforma de Google Forms (Ver foto 1), y compartida en redes sociales como el Facebook (Ver foto 2), la cual fue diseñada con 16 preguntas cerradas dirigidas a la población del Cantón Archidona según el número de muestra obtenida.

Objetivo 3: Diseñar un manual de atención al cliente para El Comercial Danielito's del Cantón Archidona.

Para el desarrollo del objetivo 3 se realizó una investigación bibliográfica para la revisión de información de diferentes manuales existentes, locales, nacionales e internacionales, con las cuales se basó para determinar la siguiente

estructura del manual de atención al cliente para el Comercial Danielito's, misma que se presenta a continuación:

- ✓ Portada
- ✓ Introducción
- ✓ Objetivos del manual
- ✓ Objetivo General
- ✓ Objetivos Específicos
- ✓ Actividad Comercial
- ✓ Misión
- ✓ Visión
- ✓ Valores
- ✓ Organigrama estructural
- ✓ Atención al cliente
- ✓ El cliente
- ✓ Tipos de clientes
- ✓ Principios de una buena atención al cliente
- ✓ Atención personalizada
- ✓ Errores de la atención al cliente
- ✓ La comunicación con el cliente
- ✓ Presupuesto General
- ✓ Cronograma de socialización
- ✓ Evaluación al personal

G. RESULTADOS

7.1 Resultados del objetivo 1: Emplear un análisis situacional en la evaluación del grado de satisfacción de atención al cliente que ofrece El Comercial Danielito's del Cantón Archidona.

Los resultados del objetivo 1 luego de presentar la solicitud al Comercial Danielito's se obtuvo la debida autorización por parte del propietario mediante un documento escrito (Ver anexo 2). Para realizar la metodología del análisis situacional al Comercial Danielito's se empleó un análisis PEST, análisis PORTER, análisis FODA y se obtuvo los siguientes resultados:

7.1.1 Análisis PEST

Este análisis se basa en los factores externos como políticos, económicos, sociales, y tecnológicos en el entorno externo en el cual se desarrolla la organización, los cuales pueden afectar o favorecer las actividades del Comercial Danielito's del Cantón Archidona de la Provincia de Napo.

a) Factor político

En el Ecuador para constituir una empresa comercial debe registrarse por leyes y normas como:

- Obligaciones tributarias para personas naturales
- Reglamento de seguridad y salud
- Código de trabajo
- Permisos de funcionamiento

Por lo tanto, Comercial Danielito's ubicado en el Cantón Archidona de la Provincia de Napo, para formalizar su constitución y su actividad económica, debe cumplir obligatoriamente con las normativas que exige la ley con los debidos permisos operacionales (Ver foto 3):

- Permisos de funcionamiento ARGSA (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria)
- RUC.
- Certificado de seguridad emitido por el cuerpo de bomberos.

b) Factor económico

La economía en el país durante estos últimos años ha tenido grandes cambios debido a la pandemia mundial, que ha llevado a grandes empresas a cerrar, y por las cuales han tenido que optar por una nueva forma de seguir subsistiendo dentro del mercado.

Toda empresa puede verse afectada debido a las medidas que toma el nuevo gobierno, como lo es el alza del costo del combustible, así como la del transporte de los productos pueden verse muy afectados en el precio de venta al público, por eso es necesario analizar a profundidad el tema económico. (Ver foto 4).

c) Factor social

Comercial Danielito's ha tenido que adaptarse al momento de ofrecer sus productos a los consumidores, tomando medidas de bioseguridad obligatorias como el uso de mascarillas y el distanciamiento social debido a la pandemia mundial de hoy en día.

d) Factor tecnológico

En el Ecuador, el desarrollo de la tecnología se convierte en uno de los elementos clave para el desarrollo de las actividades comerciales, que mejoran los factores de eficiencia, base fundamental para alcanzar altos niveles de competitividad.

Para Comercial Danielito's del Cantón Archidona, es un factor positivo, ya que la empresa cuenta con cajas registradoras y dos computadoras en la cual se van registrando las ventas que van haciendo. (Ver foto 4).

7.1.2 Análisis PORTER

En este análisis se pueden identificar cinco fuerzas que compiten entre sí y son: 1) la amenaza de nuevos competidores, 2) el poder de negociación de los proveedores, 3) el poder de negociación de los clientes, 4) la rivalidad entre competidores existentes y 5) la amenaza de productos sustitutos.

a) Amenaza de nuevos competidores

Las barreras existentes dentro del mercado se direccionan principalmente a la presencia que tienen los locales por muchos años y la experiencia para poder generar promociones que capten la atención de los consumidores.

Comercial Danielito's se presenta como una oportunidad de ingresar en el mercado, productos de legumbres, lácteos, limpieza, aseo e higiene personal, entre otras, que se encuentran separadas por diferentes secciones, y que cuentan con sus

respectivos registros sanitarios, sellos semáforo y calidad de presentación. Posee su propia infraestructura con lo que se puede generar estrategias que permitan a la empresa captar la atención de las personas para que puedan conocer los productos que posee, como también sus precios.

Frente al mercado del Cantón Archidona se muestra como una zona con gran competencia de productos similares a los que posee Comercial Danielito's, la empresa cuenta con todas las condiciones necesarias para superar barreras encontradas y pasmar con sus productos a los habitantes del Cantón Archidona de la Provincia de Napo. (Ver foto 5).

b) Poder de negociación de proveedores.

La negociación con los proveedores es muy importante para Comercial Danielito's, ya que son quienes proveen los productos para su comercialización y venta, por eso es necesario mantener un acercamiento, confianza y seguridad.

Dentro de los proveedores que posee Comercial Danielito's se encuentran:

- Plastife
- La Fabril
- ARCA Ecuador
- Distribuidora DIPOR
- Pydaco Cía. Ltda.
- Kraft Foods
- Tesalia Springs CBC
- Ramasandistri S.A
- DANEC S.A
- Multiservicios Juan de la Cruz
- CONFITECA
- Levapan del Ecuador
- Godoy Ruiz S.A

Existen varios proveedores que ofrecen productos similares creando una competencia, para Comercial Danielito's que opta por compra los productos más competentes, en función de los descuentos y promociones ofrecidos.

Por lo tanto, se da un ambiente de negociación para elegir al proveedor más conveniente entre una extensa gama de selección. (Ver foto 6).

c) Poder de negociación con los clientes.

Los clientes tienen una gran gama de ofertas de los productos dentro del mercado, ya que la competencia se enfrenta con diversas estrategias para poder vender el producto, por lo cual los clientes tienen un alto poder de negociación, debido a que visitan al local que ofrece el mismo producto, con precios bajos que cubren la demanda.

El público al que se dirigen los productos que ofrece Comercial Danielito's son los habitantes del Cantón Archidona, ya sean amas de casa, trabajadores, niños, adultos mayores, entre otros. (Ver foto 7).

d) Rivalidad entre competidores existentes.

Se puede evidenciar que hay una competencia directa dentro del mercado del Cantón Archidona, por eso El Comercial Danielito's se enfrenta con empresas como:

- **Micromercado Mercadón**
- **TIA (Archidona)**
- **El Otavaleño**

➤ **A. G. Distribuciones**

Comercial Danielito's del Cantón Archidona, se muestra como un distribuidor en insumos de productos, por lo cual para poder enfrentar a sus competidores se propone generar un manual de atención al cliente para brindar una buena atención al cliente e ir mejorando como empresa. (Ver foto 8).

e) Amenaza de productos sustitutos.

Una de las amenazas es encontrar un producto de reemplazo dentro de la misma competencia que lleve a sustituir a los productos que ofrece la empresa; ya que dentro del mercado del Cantón Archidona entre los productos de primera necesidad, lácteos, de limpieza, entre otros, se consigue encontrar productos que cumplen con las mismas perspectivas que el consumidor lo requiere generando una fuerte competición entre las empresas del área de investigación que ofertan los mismos productos a sus clientes. (Ver foto 9).

7.1.3 Matriz FODA

En la siguiente matriz FODA, se pueden observar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del Comercial Danielito's.

Cuadro 4 Matriz FODA del Comercial Danielito's

Fortalezas	Oportunidades
• Infraestructura propia y adecuada. • Ubicación estratégica. (Ver foto 10). • Productos de calidad y variedad. • Atención directa al cliente. • Precio bajos y competitivos. • Distribución de productos de marcas reconocidas.	• Proveedores que entregan el producto en el lugar. (Ver foto 11). • Crecimiento de la imagen empresarial. • Tecnología Alternativa (Redes sociales). • Buena relación con el cliente. • Alto poder de negociación de los proveedores.
Debilidades	Amenazas
• No cuenta con un reglamento interno. • Administración empírica de la empresa por parte del administrador. • Falta de publicidad. • Escasos conocimientos por parte de los empleados de la visión, misión y objetivos de la empresa.	• Subida de los precios en los subsidios. • La morosidad de los clientes a los que se otorga créditos • La delincuencia común. • Incremento de precios de nuevos impuestos. • Pérdida de clientes por mala atención. • Competencia Agresiva. (Ver foto 12).

Elaborado por: Ana Grefa (2021)

7.2 Resultados del objetivo 2: Evaluar grado de satisfacción de atención al cliente que ofrece El Comercial Danielito's del Cantón Archidona.

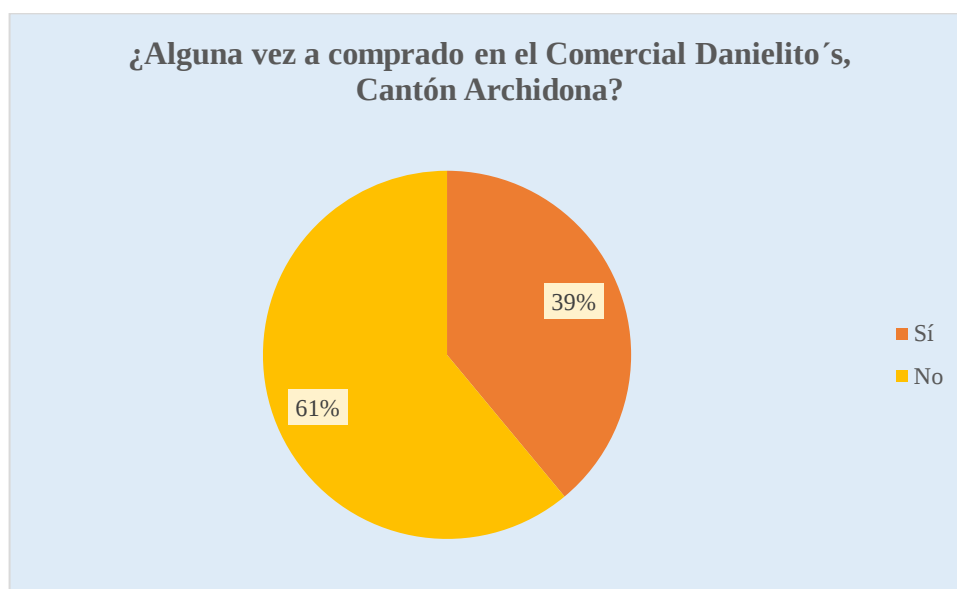
Los resultados del objetivo 2, después de realizar el análisis situacional, se evaluó el grado de satisfacción de atención al cliente mediante la encuesta y cuyos resultados fueron los siguientes:

Pregunta 1: ¿Alguna vez a comprado en el Comercial Danielito's, Cantón Archidona?

Tabla 1 Ha comprado alguna vez en el Comercial Danielito's

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	145	39%
No	227	61%
TOTAL	372	100%

Gráfico 1



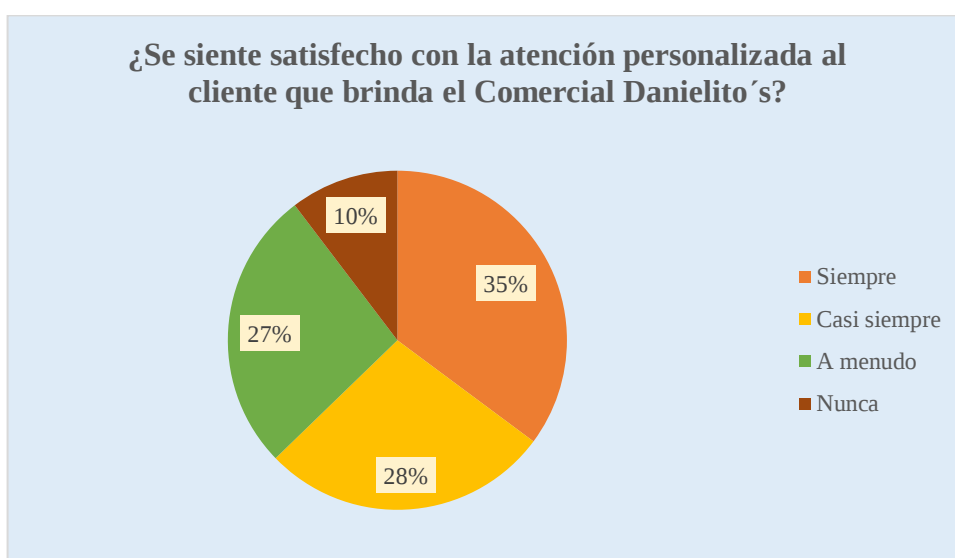
Interpretación: Como se puede evidenciar en la gráfica 1 se observa que, de un total de 372 encuestas aplicadas a la población de la cabecera cantonal del Cantón Archidona, el 61% de los encuestados respondieron que no han comprado en el Comercial Danielito's, mientras que; el 39% sí han comprado.

Pregunta 2: ¿Se siente satisfecho con la atención personalizada al cliente que brinda el Comercial Danielito's?

Tabla 2 Satisfacción con la atención personalizada

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	51	35%
Casi siempre	40	28%
A menudo	39	27%
Nunca	15	10%
TOTAL	145	100%

Gráfico 2



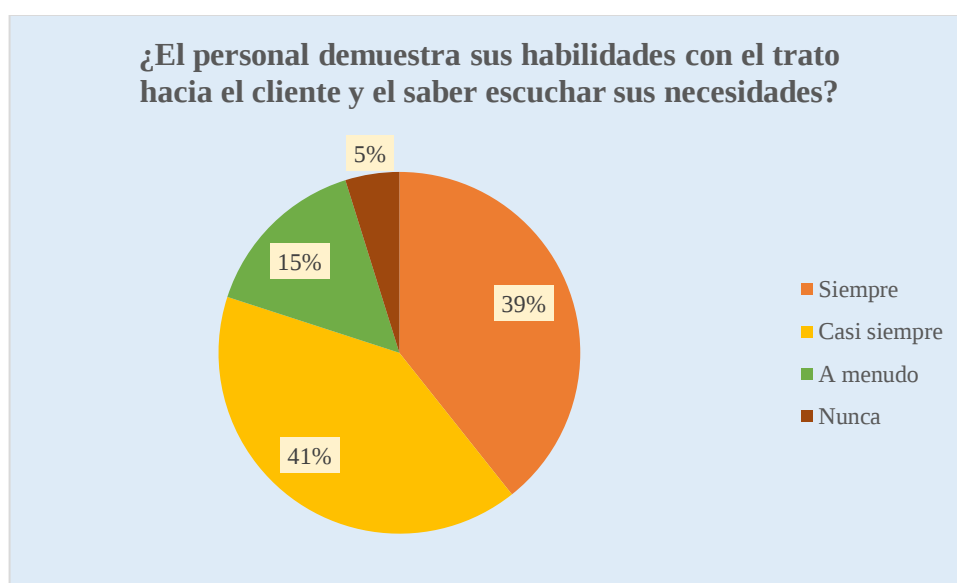
Interpretación: Con base en la gráfica 2 se muestra que, de un total de 145 encuestas aplicadas, el 35% respondieron siempre, el 28% casi siempre se sienten satisfechos, mientras que; el 27% a menudo, y el 10% de los encuestados nunca. Con el cual se evidencia que la mayoría de las personas si se sienten satisfechos con la atención personalizada que brinda el Comercial Danielito's.

Pregunta 3: ¿El personal demuestra sus habilidades con el trato hacia el cliente y el saber escuchar sus necesidades?

Tabla 3 Demuestra habilidad con el trato hacia el cliente y el saber escuchar

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	57	39%
Casi siempre	59	41%
A menudo	22	15%
Nunca	7	5%
TOTAL	145	100%

Gráfico 3



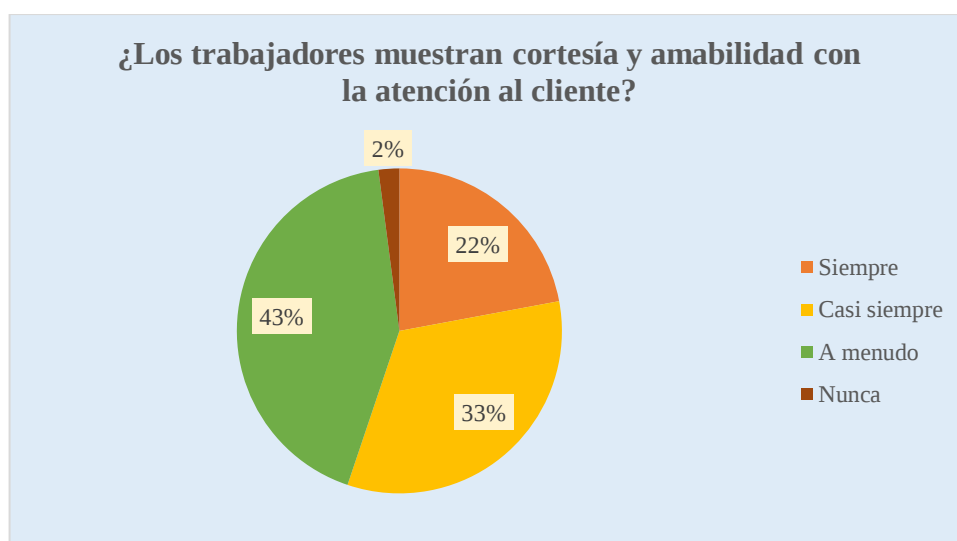
Interpretación: De acuerdo a la gráfica 3 con base al estudio realizado, se identificó que, el 41% de los encuestados respondieron casi siempre, el 39% siempre, mientras que; el 15% a menudo, y tan solo un 5% mencionaron que nunca. Por ende, se puede evidenciar que la mayoría de los encuestados opinaron que el personal del Comercial Danielito's si demuestra sus habilidades con el trato y el saber escuchar las necesidades del cliente.

Pregunta 4: ¿Los trabajadores muestran cortesía y amabilidad con la atención al cliente?

Tabla 4 Cortesía y amabilidad en la atención al cliente

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	32	22%
Casi siempre	48	33%
A menudo	62	43%
Nunca	3	2%
TOTAL	145	100%

Gráfico 4



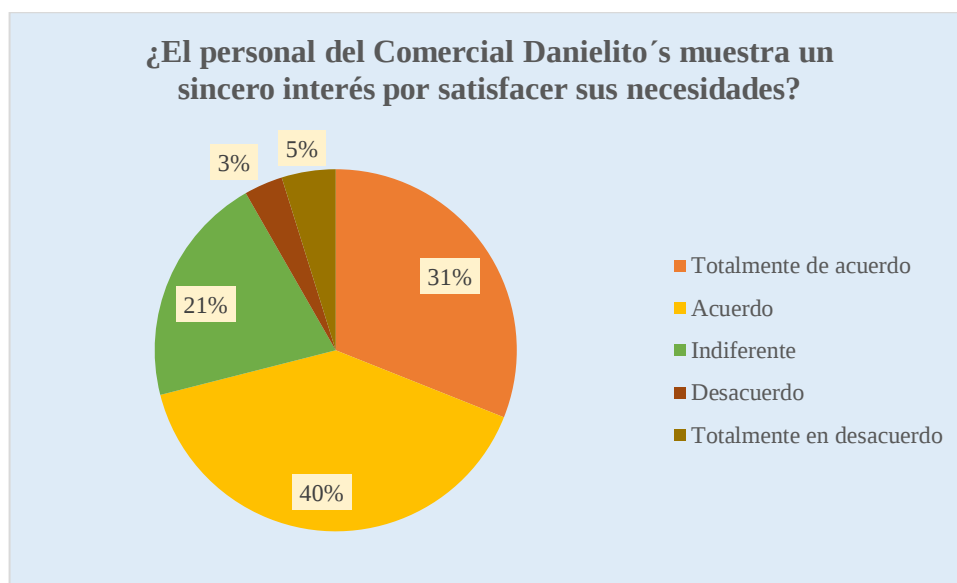
Interpretación: Mediante la gráfica 4 se observa que, el 43% respondieron que a menudo los trabajadores muestran cortesía y amabilidad, el 33% casi siempre, mientras que; el 22% siempre, y un 2% mencionó que nunca. De acuerdo al porcentaje más alto los trabajadores si muestran cortesía y amabilidad a la hora de atender al cliente.

Pregunta 5: ¿El personal del Comercial Danielito's muestra un sincero interés por satisfacer sus necesidades?

Tabla 5 Muestra interés por satisfacer sus necesidades

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	45	31%
Acuerdo	58	40%
Indiferente	30	21%
Desacuerdo	5	3%
Totalmente en desacuerdo	7	5%
TOTAL	145	100%

Gráfico 5



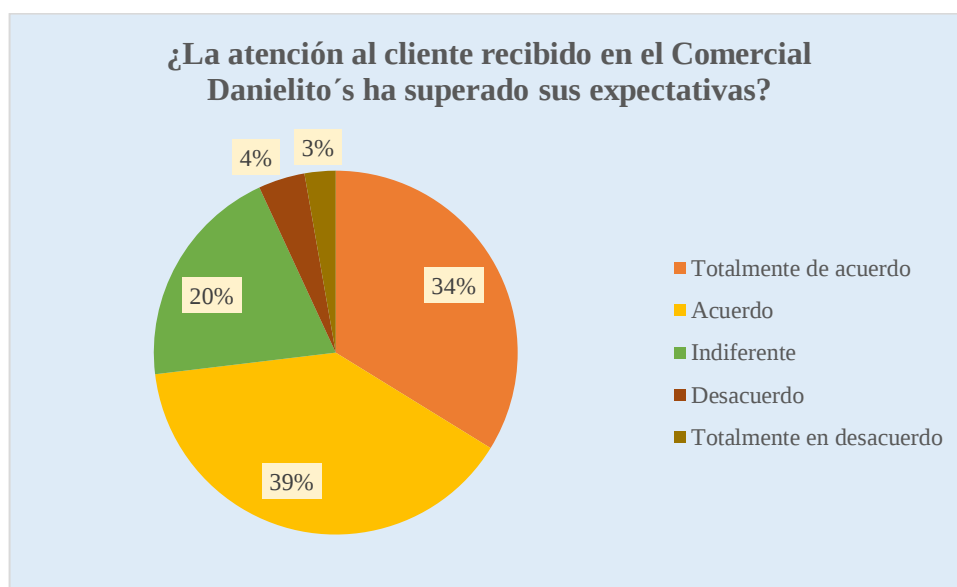
Interpretación: De acuerdo a la gráfica 5 se identificó que, el 40% de las personas encuestadas mencionaron que están de acuerdo de que el personal si muestra un sincero interés por satisfacer sus necesidades, el 31% está totalmente de acuerdo, mientras que; el 21% está indiferente, el 3% están en desacuerdo, y el 5% restante están totalmente en desacuerdo. Por ende, se evidencia que un 71% si esta de acuerdo de que el personal del Comercial Danielito's si muestra un gran interés por satisfacer las necesidades del cliente, mientras que, un 29% no está de acuerdo.

Pregunta 6: ¿La atención al cliente recibido en el Comercial Danielito's ha superado sus expectativas?

Tabla 6 Expectativa sobre la atención recibida

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	49	34%
Acuerdo	57	39%
Indiferente	29	20%
Desacuerdo	6	4%
Totalmente en desacuerdo	4	3%
TOTAL	145	100%

Gráfico 6



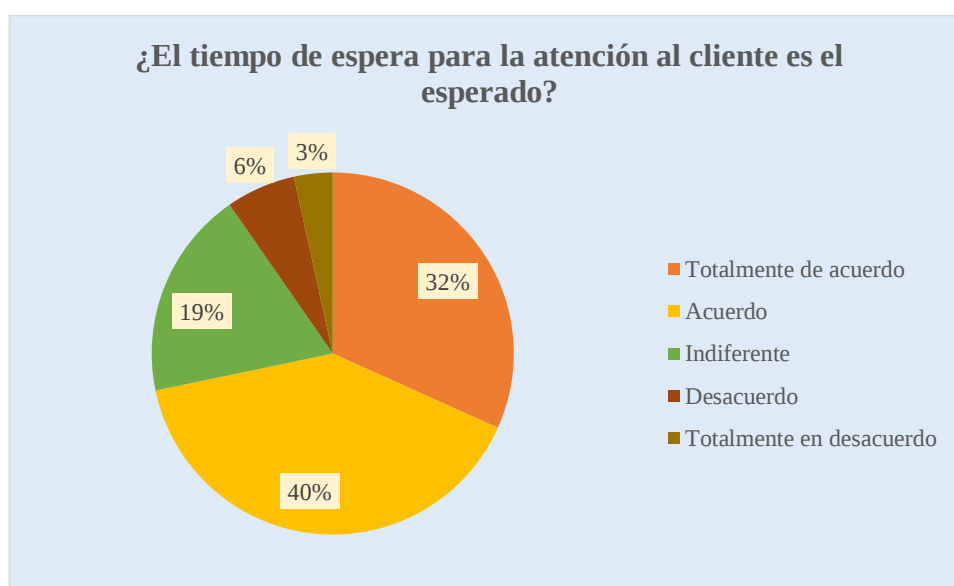
Interpretación: Con base en la gráfica 6 se evidencia que, el 39% está de acuerdo de que la atención al cliente recibido ha superado sus expectativas, el 34% está totalmente de acuerdo, mientras que; el 20% está indiferente, el 4% está en desacuerdo, y el 3% está totalmente en desacuerdo. Se puede evidenciar que la atención al cliente recibido en el Comercial Danielito's si ha superado las expectativas de la mayoría de las personas equivalente al 73%.

Pregunta 7: ¿El tiempo de espera para la atención al cliente es el esperado?

Tabla 7 Tiempo de espera en la atención al cliente

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	46	32%
Acuerdo	58	40%
Indiferente	27	19%
Desacuerdo	9	6%
Totalmente en desacuerdo	5	3%
TOTAL	145	100%

Gráfico 7



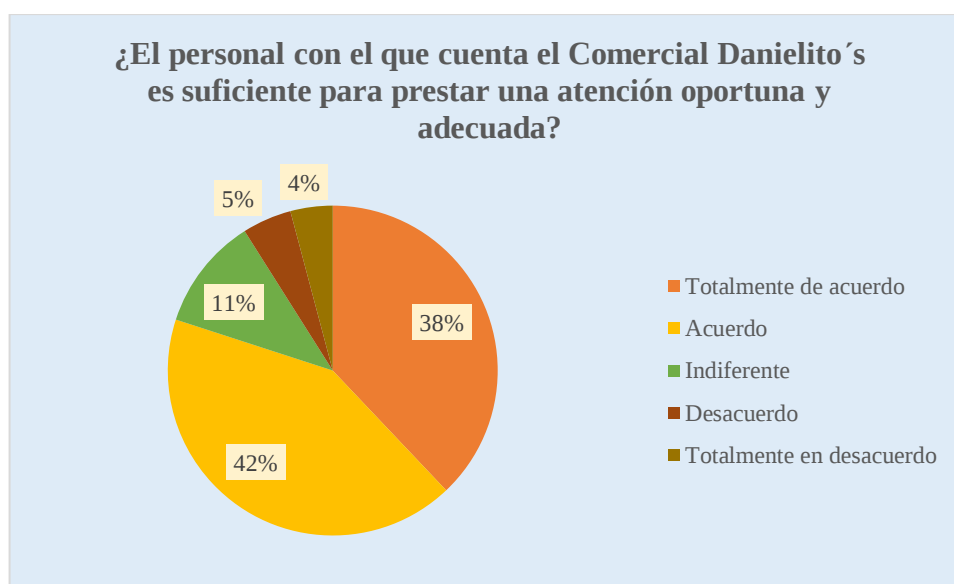
Interpretación: Como se muestra en la gráfica 7 se observa que, el 40% de los encuestados están de acuerdo que el tiempo de espera para hacer atendido es el deseado, el 32% está totalmente de acuerdo, mientras que; el 19% está indiferente, el 6% está en desacuerdo, y el 3% está totalmente en desacuerdo. Por ello, la mayoría de las personas si están de acuerdo que el tiempo de espera para la atención al cliente es el esperado.

Pregunta 8: ¿El personal con el que cuenta el Comercial Danielito's es suficiente para prestar una atención oportuna y adecuada?

Tabla 8 El personal con el que cuenta es suficiente

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	55	38%
Acuerdo	61	42%
Indiferente	16	11%
Desacuerdo	7	5%
Totalmente en desacuerdo	6	4%
TOTAL	145	100%

Gráfico 8



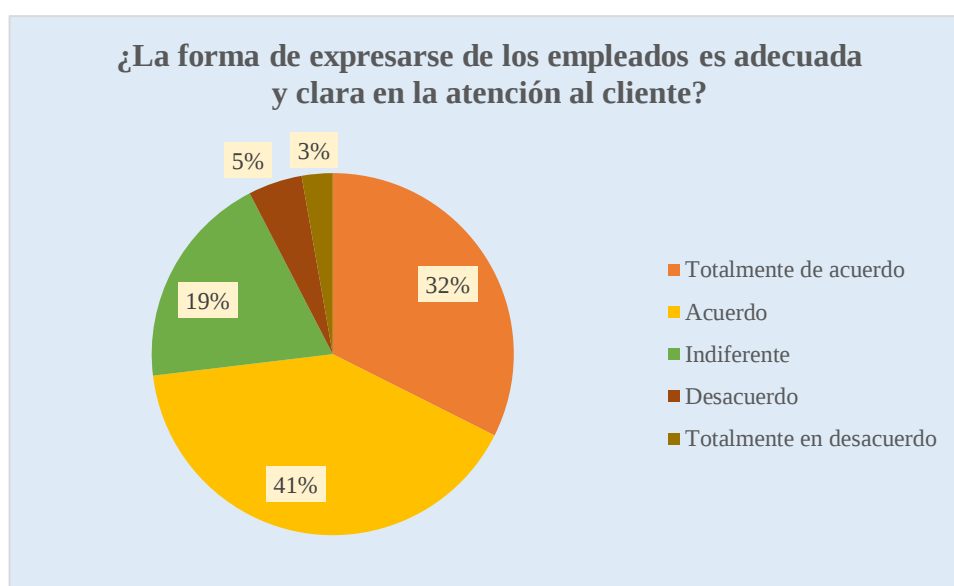
Interpretación: Con base en la gráfica 8 se observa que, el 42% sí está de acuerdo de que el personal con el que cuenta el Comercial Danielito's es suficiente, el 38% está totalmente de acuerdo, el 11% está indiferente, mientras que; el 5% está en desacuerdo, y el 4% está totalmente en desacuerdo. Con ello, se puede evidenciar de que el Comercial Danielito's si cuenta con suficiente personal para prestar una atención oportuna y adecuada.

Pregunta 9: ¿La forma de expresarse de los empleados es adecuada y clara en la atención al cliente?

Tabla 9 La forma de expresarse es adecuada y clara

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	47	32%
Acuerdo	59	41%
Indiferente	28	19%
Desacuerdo	7	5%
Totalmente en desacuerdo	4	3%
TOTAL	145	100%

Gráfico 9



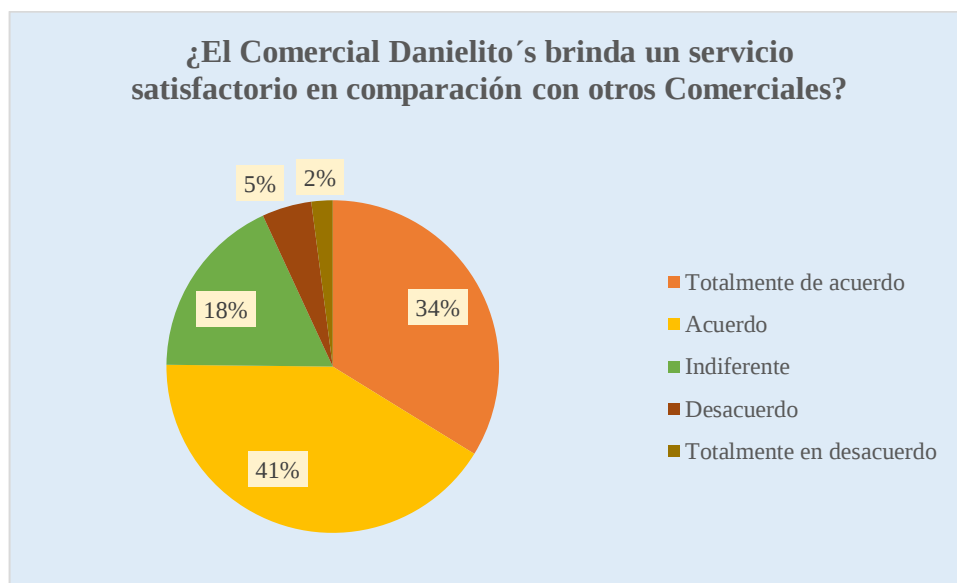
Interpretación: Con respecto a la gráfica 9 se menciona que, el 41% está de acuerdo de que la forma de expresarse de los empleados es adecuada y clara en la atención al cliente, el 32% está totalmente de acuerdo, mientras que; el 19% está indiferente, el 5% está en desacuerdo, y el 3% está totalmente en desacuerdo. Por ende, la mayoría de los encuestados sí están de acuerdo en la forma de cómo se expresan los empleados a la hora de ser atendido, mientras que, un 27% no está de acuerdo.

Pregunta 10: ¿El Comercial Danielito's brinda un servicio satisfactorio en comparación con otros Comerciales?

Tabla 10 Brinda un servicio satisfactorio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	49	34%
Acuerdo	60	41%
Indiferente	26	18%
Desacuerdo	7	5%
Totalmente en desacuerdo	3	2%
TOTAL	145	100%

Gráfico 10



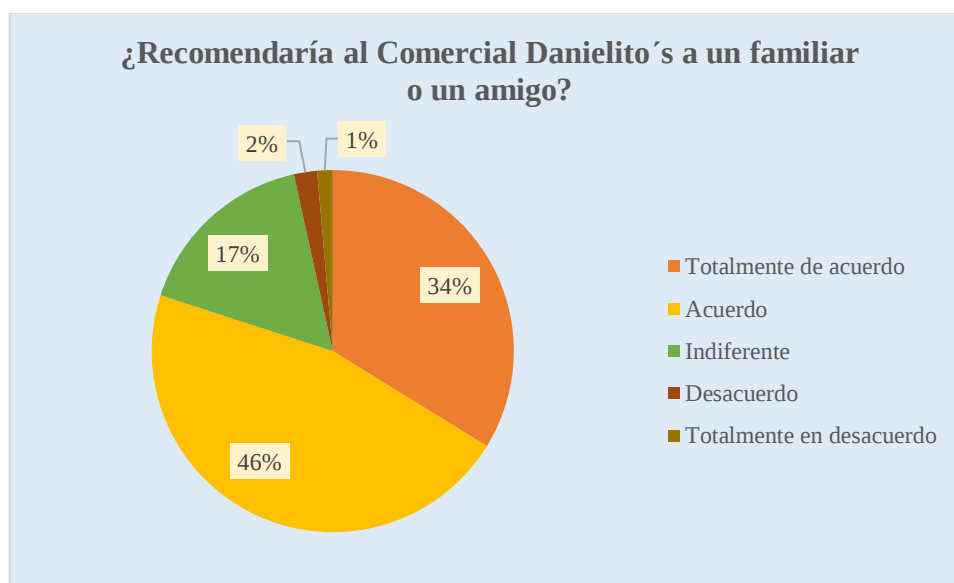
Interpretación: Según la gráfica 10 se observa que, el 41% de las personas encuestadas mencionaron que están de acuerdo de que el Comercial Danielito's brinda un servicio satisfactorio en comparación con otros Comerciales, el 34% están totalmente de acuerdo, mientras que; el 18% está indiferente, el 5% están en desacuerdo, y el 2% están totalmente en desacuerdo. Por lo cual, se evidencia que el Comercial si brinda un buen servicio en la atención al cliente a diferencia de las demás.

Pregunta 11: ¿Recomendaría al Comercial Danielito's a un familiar o un amigo?

Tabla 11 Recomendaría a un familiar o amigo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	49	34%
Acuerdo	67	46%
Indiferente	24	17%
Desacuerdo	3	2%
Totalmente en desacuerdo	2	1%
TOTAL	145	100%

Gráfico 11



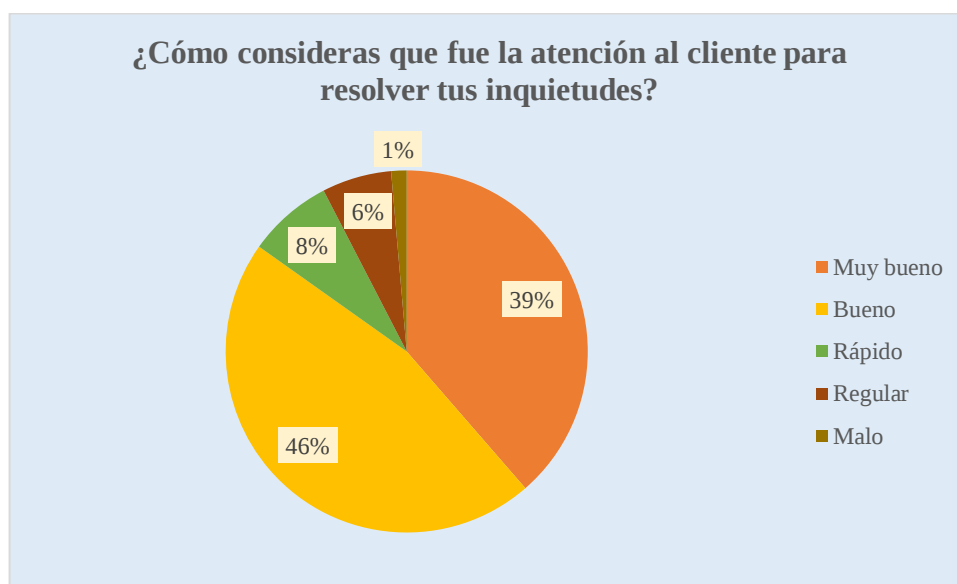
Interpretación: Como se observa en la gráfica 11 con base al estudio realizado, el 46% mencionaron que están de acuerdo, de que sí recomendarían al Comercial Danielito's, el 34% están totalmente de acuerdo, mientras que; el 17% están indiferente, el 2% están en desacuerdo, y el 1% restante mencionó que están totalmente en desacuerdo de no recomendarlo. Lo que se evidencia que un 80% de las personas encuestadas si recomendarían al Comercial y tan solo un 20% no lo recomendaría.

Pregunta 12: ¿Cómo consideras que fue la atención al cliente para resolver tus inquietudes?

Tabla 12 Resolver inquietudes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	56	39%
Bueno	67	46%
Rápido	11	8%
Regular	9	6%
Malo	2	1%
TOTAL	145	100%

Gráfico 12



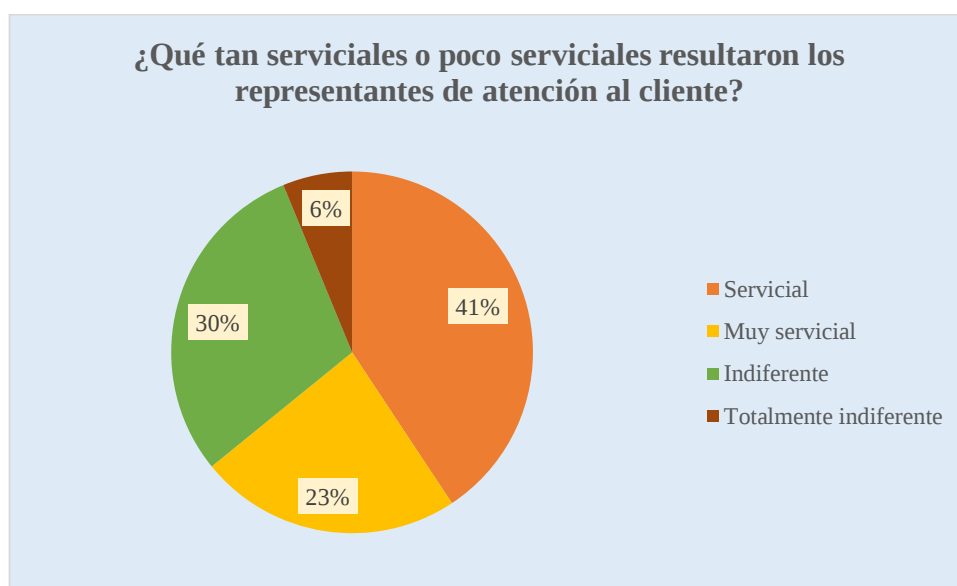
Interpretación: Con respecto a la gráfica 12 de acuerdo al estudio realizado, el 39% de los encuestados consideró que la atención al cliente para resolver inquietudes fue muy buena, el 46% fue bueno, el 8% fue rápido, mientras que; el 6% fue regular, y el 1% fue malo. Por eso se considera que el 85% de la mayoría de personas opinaron que la atención al cliente brindado en el Comercial Danielito's fue bueno.

Pregunta 13: ¿Qué tan serviciales o poco serviciales resultaron los representantes de atención al cliente?

Tabla 13 Representantes de atención al cliente

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Servicial	59	41%
Muy servicial	34	23%
Indiferente	43	30%
Totalmente indiferente	9	6%
TOTAL	145	100%

Gráfico 13



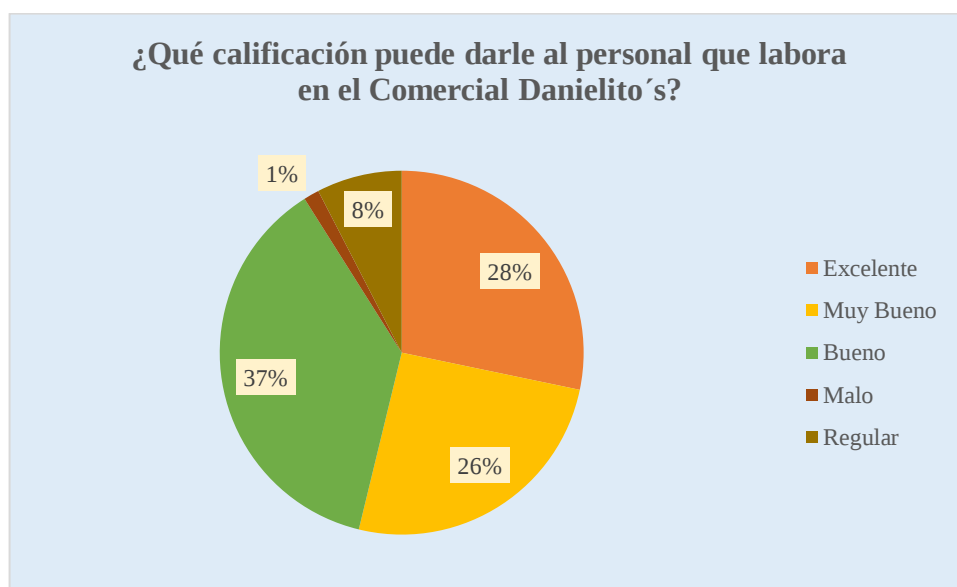
Interpretación: Según la gráfica 13 se identificó que, el 41% de los encuestados mencionaron que los representantes de atención al cliente del Comercial Danielito's son serviciales, el 30% está indiferente, mientras que; el 23% es muy servicial, y el 6% restante está totalmente indiferente.

Pregunta 14: ¿Qué calificación puede darle al personal que labora en el Comercial Danielito's?

Tabla 14 Calificación al personal del Comercial Danielito's

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	41	28%
Muy Bueno	37	26%
Bueno	54	37%
Malo	2	1%
Regular	11	8%
TOTAL	145	100%

Gráfico 14



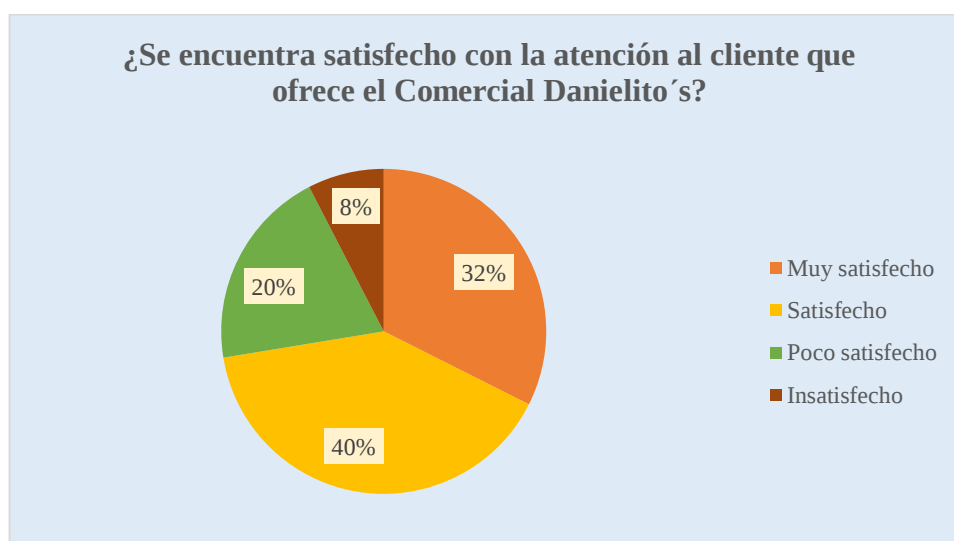
Interpretación: De acuerdo a la gráfica 14 se observa que, el 37% de los encuestados dieron una calificación de bueno, el 28% una calificación de excelente, el 26% una calificación de muy bueno, el 8% una calificación de regular, y el 1% una calificación de malo. Por lo cual, la mayoría de las personas opinaron que el personal que labora en el Comercial Danielito's si son idóneos para su cargo; mientras que un 9% no están de acuerdo.

Pregunta 15: ¿Se encuentra satisfecho con la atención al cliente que ofrece el Comercial Danielito's?

Tabla 15 Satisfacción en la atención al cliente

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	47	32%
Satisfecho	58	40%
Poco satisfecho	29	20%
Insatisfecho	11	8%
TOTAL	145	100%

Gráfico 15



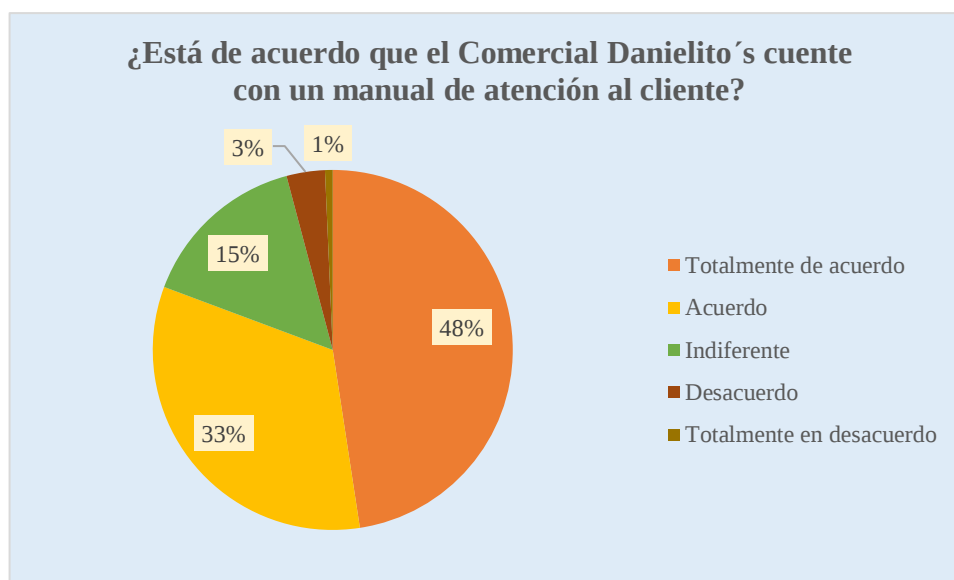
Interpretación: Con base a la gráfica 15, de acuerdo al estudio realizado se muestra que, el 40% respondieron que están satisfechos con la atención brindada, el 32% mencionó que están muy satisfechos, mientras que; el 20% están pocos satisfechos, y el 8% restante está insatisfecho. Con ello, se evidencia que un 72% de las personas encuestadas si se encuestan satisfechos con la atención al cliente que ofrece el Comercial Danielito's, mientras que un 28% no están satisfechos.

Pregunta 16: ¿Está de acuerdo que el Comercial Danielito's cuente con un manual de atención al cliente?

Tabla 16 Manual de atención al cliente para el Comercial Danielito's

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	69	48%
Acuerdo	48	33%
Indiferente	22	15%
Desacuerdo	5	3%
Totalmente en desacuerdo	1	1%
TOTAL	145	100%

Gráfico 16



Interpretación: Como se observa en la gráfica 16 se identifica que, el 48% de los encuestados mencionaron que están totalmente de acuerdo de que el Comercial Danielito's cuente con un manual de atención al cliente, el 33% está de acuerdo, mientras que; el 15% está indiferente, el 3% está en desacuerdo, y tan solo el 1% está totalmente en desacuerdo. Por lo cual, la mayoría de las personas encuestadas sí están de acuerdo de que el Comercial cuente con un manual de atención al cliente.

7.3 Resultados del objetivo 3: Diseñar un manual de atención al cliente para El Comercial Danielito's del Cantón Archidona.

Los resultados del objetivo 3, después de realizar el análisis situacional y de haber determinado el grado de satisfacción de atención al cliente, se procedió a elaborar la propuesta del manual de atención al cliente para el Comercial Danielito's, el cual se detalla a continuación:

MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE



2021

Elaborado por: Ana Grefa (2021).

ÍNDICE GENERAL

Contenido	Págs.
INTRODUCCIÓN.....	59
Objetivos del manual.....	60
Infraestructura.....,,.....	61
Actividad Comercial.....	62
Misión.....	62
Visión.....	62
Valores.....	63
Organigrama Estructural.....	65
El Cliente.....	66
Atención al Cliente.....	68
La comunicación con el cliente.....	73
Presentación Personal.....	74
Buzón de quejas.....	74
Presupuesto.....	75
Evaluación al personal.....	76

INTRODUCCIÓN

En el presente MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE se tiene como objetivo, captar nuevos clientes y fidelizar clientes antiguos para mejorar la atención al cliente y que se lleven una mejor experiencia dentro de la atención que brinda el Comercial Danielito's. Este manual por medio de elementos y factores servirán como base para que los clientes reciban una buena atención.

En este manual también se puede encontrar el organigrama estructural del Comercial Danielito's, en la cual se puede observar el orden jerárquico y las diferentes áreas que tiene la empresa.

OBJETIVOS DEL MANUAL

Objetivo general

Ofrecer al personal del Comercial Danielito's una guía de atención al cliente.

Objetivos específicos

- ✓ Identificar el manejo que se le da a la atención al cliente.
- ✓ Definir las estrategias más adecuadas de manejo de atención al cliente.
- ✓ Resaltar los componentes más relevantes de la atención al cliente.

INFRAESTRUCTURA

Comercial Danielito's en el último año ha realizado cambios notorios en su infraestructura y presentación, la cual se evidencia a través de las siguientes imágenes:

ANTES



DESPUÉS



ACTIVIDAD COMERCIAL

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.

MISIÓN

“Ser una empresa especializada en el suministro y oferta de una amplia gama de productos de excelente calidad; gracias a la buena atención y servicio, los mejores precios económicos y el trato familiar de quienes forman esta empresa”

VISIÓN

“Ser la primera opción del cliente al comprar suministros para su negocio, el hogar; las cuales permitan crear relaciones duraderas basadas en el compromiso, la confianza, el respeto y la honestidad”

VALORES

Honestidad

Trabajar de forma íntegra y con transparencia.

Compromiso

Estar comprometidos con los clientes.

Respeto

Ser siempre amable y cortés con el cliente dentro y fuera de la empresa.

Calidad

Comercial Danielito's es una empresa dedicada a ofrecer productos de excelencia.

Diversidad

Se preocupa por mostrar una extensa gama de diversos productos a precios accesibles para el consumidor.

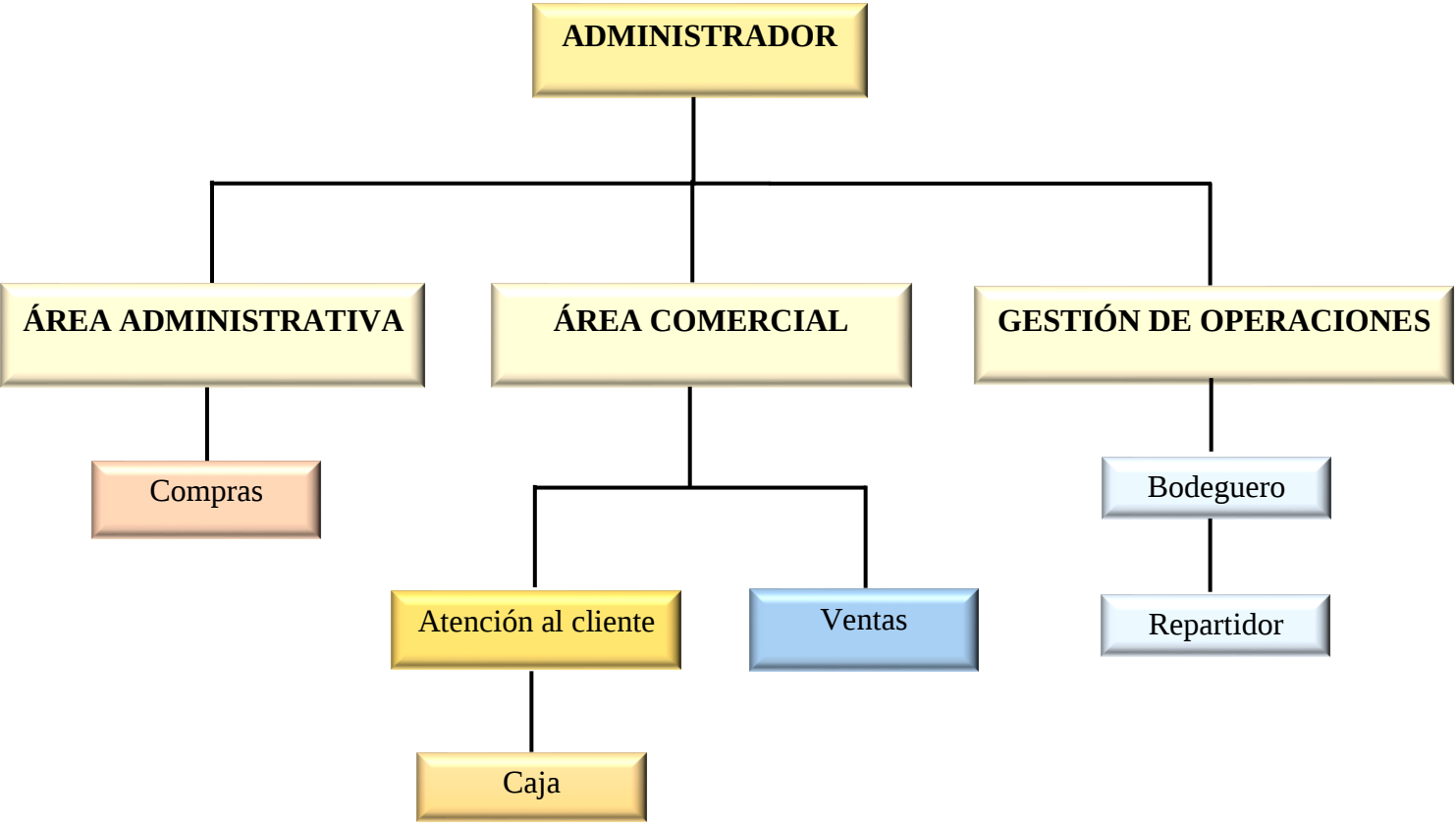
Pasión

Brindar un servicio de calidad y entender las necesidades del cliente.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

En el siguiente organigrama estructural del Comercial Danielito's en el cual se observa cómo está estructurado el orden jerárquico y las diferentes áreas de la empresa.

Organigrama del Comercial Danielito´s del Cantón Archidona



Elaborado por: Ana Grefa (2021).

EL CLIENTE



Es la persona más importante de la empresa u organización.

Tipos de clientes por su conducta a la hora de hacer la compra

Clientes difíciles

Suelen tener una idea preconcebida y a los que le es complicado cambiar de opinión.

Ante este perfil se debe considerar:

- Ser pacientes y escucharlos.
- Dar a conocer el punto de vista de manera asertiva

Cliente Tímido

Al que le suele costar expresar sus deseos.

Ante este perfil se debe considerar:

- Tratar con cuidado y paciencia para no invadirlo.
- Estimular para sacar más información de su intención de compra.

Cliente Desconfiado

Se caracteriza por poner en duda todo lo que decimos y que requerirá de mucha información.

Ante este perfil se debe considerar:

- Explicarle detenidamente y sin dudas las características positivas del servicio o producto.

Cliente Impaciente

Demandará todo de manera inmediata.

Ante este perfil se debe considerar:

- Atenderle de forma rápida y concisa.

Cliente Racional

Esta previamente informado y que sabe lo que quiere.

Ante este perfil se debe considerar:

- Demostrar profesionalidad y concreción en sus demandas.

Cliente Indeciso

Dudan a la hora de tomar una decisión de compra y necesitan más tiempo de lo habitual.

Ante este perfil se debe considerar:

- Dar tiempo para que tomen su propia decisión.
- Asesorar para ayudarlos en la toma de decisiones.

Cliente Hablador

Pueden hablar incluso de cuestiones fuera del tema la compra.

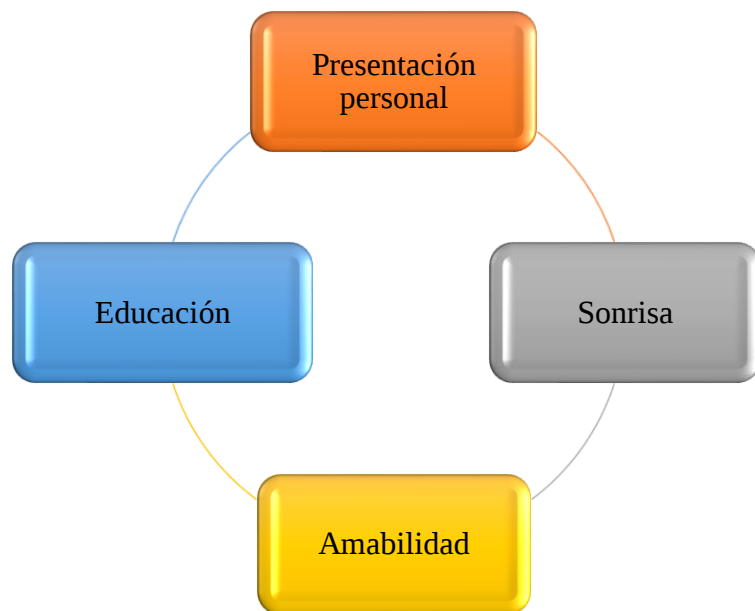
Ante este perfil se debe considerar:

- Hacer preguntas concretas y darles información concreta.

ATENCIÓN CLIENTE

Es el trato que le das al cliente al interactuar con él, y que se debe poner en práctica habilidades de comunicación, empatía y transparencia para lograr una experiencia de calidad.

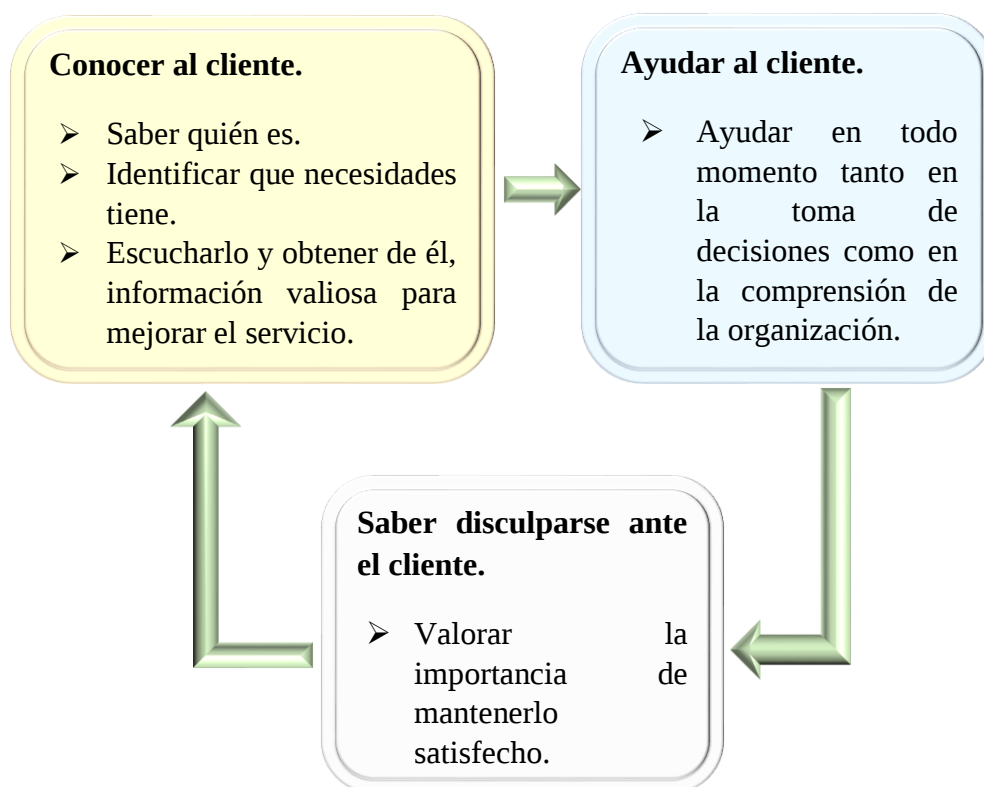
Los cuatro factores que se debe tener en cuenta para una buena atención al cliente son:



Etapas al iniciar la atención al cliente



Principios que se deben utilizar para llevar a cabo una buena atención al cliente



Atención personalizada

Que se debe hacer y decir para una buena atención al cliente

- ❖ Saludar de forma cordial al cliente.
- ❖ Estrechar la mano hacia la otra persona apretándolo de forma suave esto demuestra seguridad y carisma.
- ❖ Identificarse y presentar a la empresa.
- ❖ El cliente debe saber con quién está hablando en cada momento.

Lo que no se debe decir ni hacer en la atención al cliente

- ❖ Evitar recriminar al oyente (está equivocado...no me ha entendido...).
- ❖ No confrontarse ni interrumpir al cliente.
- ❖ No utilizar diferentes lenguajes que no estén acordes para relacionarse con el cliente.
- ❖ No demostrar timidez o indiferencia.
- ❖ No relacionar sentimientos, ni despedirse moviendo las

Errores en la atención al cliente que generan momentos de negatividad

Robotismo

- ✓ Dar el servicio sin transmitir emociones.
- ✓ Solo se mueven por órdenes generadas.

Apatía

- ✓ Se manifiesta cuando se le dedica poca o casi nula atención al cliente.

Frialdad

- ✓ Genera en el cliente una barrera que impide conocer sus necesidades.

Evasivas

- ✓ Cuando la información que se entrega, carece de criterios y veracidad.

Negación

- ✓ Evite usar palabras que condicionen o limiten las expectativas del cliente.

Desaire

- ✓ Se presenta cuando la atención dura menos de lo esperado.
- ✓ Transmitir al cliente la sensación de que su presencia no es tan importante.

Importancia de saber mirar, escuchar y preguntar al cliente

MIRE



- ✓ Cuando atienda al cliente, evite desviar la mirada de su oyente.
- ✓ Evite distracciones.

ESCUCHE

- ✓ Nunca interrumpa al/la cliente mientras habla.
- ✓ Espere hasta que el cliente haya terminado de hablar, para poder ayudarlo.



PREGUNTE



- ✓ Cuando usted hace preguntas bien pensadas, asegura que el/la cliente con quien habla piense que usted es capaz de ayudarlo en lo necesita.

La comunicación con el cliente

Comunicación verbal

Aspectos que debe cuidar:

Chillona	Denota descortesía
Quebradiza	Denota tristeza
Serena	Denota seguridad y comprensión
Fuerte	Denota autoridad

Comunicación no verbal

Los mensajes no verbales pueden cumplir varias funciones:

- ❖ Reemplazar las palabras.
- ❖ Repetir lo que se dice (adiós con palabras y adiós con la mano).

Aspectos que debe cuidar:

❖ Expresión facial
❖ Contacto ocular
❖ Gestos y movimientos con el cuerpo

Actitudes adecuadas en la atención al cliente

➤ Mentalidad triunfadora
➤ Poder de la actitud positiva
➤ Comprometerse con la excelencia
➤ Enfrentar la adversidad
➤ Haga sacrificios
➤ Adáptese, no se resista al cambio
➤ Nutra su imagen y cultive su autoconfianza.
➤ Confidencialidad
➤ Tener un propósito

Presentación personal

Sugerencias

- ❖ Portar el uniforme debidamente establecido y limpio en los días laborales, utilizar carnet de identificación con su nombre y cargo para que el cliente sienta más confianza.
- ❖ La mujer se debe vestir recatadamente, no tan maquillada solo lo normal para su rostro, un cabello limpio y cepillado.
- ❖ Los hombres deben estar peinados y con un corte de cabello adecuado.

Buzón de quejas

Sugerencias

- ❖ Recepción de la queja.
- ❖ Crear un clima que conduzca a la resolución de la queja.
- ❖ Escuchar con atención y entender lo que dice el cliente.
- ❖ Preguntar y pedir información de lo que hemos entendido al cliente.
- ❖ Tratar de dar la solución inmediata.
- ❖ Entender que nuestra empresa haya fallado, controlar y dar seguimiento.

Por eso es necesario implementar un buzón de quejas, misma que se sugiere ser revisada cada mes.

PRESUPUESTO GENERAL

De acuerdo a la propuesta del manual de atención al cliente para el Comercial Danielito's se realizó el siguiente presupuesto y cronograma:

Presupuesto

ÍTEM	DETALLE	C.	MEDIDA A UTILIZAR	P. U	ALCANCE	TOTAL (USD)
1	Socialización del manual al personal semestralmente	6	Horas presenciales	4,00	5 personas	24,00
2	Costo del manual (encuadernado e impresión)	1	Unidades	6,00	5 personas	6,00
3	Refrigerio	9	Unidades	2,00	5 personas	18,00
4	Implementación de un buzón de quejas	1	Unidad	20,00	Todo el público	20,00
					Subtotal	68,00
5	Imprevistos				10%	6,80
					Total	74,80

Elaborado por: Ana Grefa (2021)

Fuente: Servicio de Capacitación Profesional (SECAP)
(Tarifario de capacitación)

Cronograma de socialización del manual

PLAN DE SOCIALIZACIÓN													
Medio	Canal	Meses											
		EN	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
Capacitación	Presencial	X						X					
Evaluación a empleados (Cuestionario)					X								

Elaborado por: Ana Grefa (2021)

EVALUACIÓN AL PERSONAL

1.- Mencione cuáles son las etapas al iniciar la atención al cliente.

.....

.....

.....

.....

2.- Subraye cuál de las siguientes alternativas son los factores que se deben tener en cuenta para una buena atención al cliente:

Presentación personal	Sonrisa
Iniciar el contacto	Observar al cliente
Amabilidad	Educación

3.- En una escala del 1 al 4 ¿cómo te calificarías cuando brindas la atención al cliente?

- ☐ 1 -- Necesita mejorar
- ☐ 2 -- Bueno
- ☐ 3 -- Muy Bueno
- ☐ 4 -- Excelente

--Gracias por la colaboración--

H. CONCLUSIONES

- ❖ Se realizó un análisis situacional a través de un análisis Pest, análisis Porter, y análisis FODA, misma que permitió diagnosticar la situación actual de la empresa, para lo cual, se identificó que, no cuenta con una misión, visión, organigrama estructural bien definidos, además, se evidenció que el Comercial Danielito's del Cantón Archidona no posee un manual de atención al cliente que les ayude a mejorar un poco más en el tema de la atención al cliente.
- ❖ Mediante la investigación de campo que se llevó a cabo a través de la aplicación de la encuesta, para determinar el grado de satisfacción de la atención al cliente que ofrece el Comercial Danielito's, donde se obtuvo como resultado que, el 81% sí están conformes de que el comercial cuente con un manual de atención al cliente, mientras el 19% están indiferentes; por eso es tan importante implementar el manual de atención al cliente propuesto ya que permitirá a la empresa contar con una guía y pautas, sobre cómo brindar un buen trato al cliente a la hora de ser atendido; y posicionarse en relación a la competencia.
- ❖ Se diseñó la propuesta de un manual de Atención al Cliente; mismo que cuenta con elementos sencillos y prácticos al momento de su aplicación; permitiendo al empleado del Comercial Danielito's, desde identificar los tipos de clientes existentes; hasta como actuar ante ellos; estructurado por fases desde la comunicación; capacitación y evaluación del manual; permitiendo al dueño del negocio poder identificar como esta propuesta esta generando beneficios en la empresa.

I. RECOMENDACIONES

- ❖ Que, el Comercial Danielito's del Cantón Archidona cuente con una misión y visión, que permitan alcanzar los objetivos trazados y conocer la razón de ser de la empresa; además debe contar con un organigrama estructural con la finalidad de asignar responsables para cada uno de los procesos y procedimientos ya establecidos, y que debe mejorar en la atención al cliente brindado para dar una mejor impresión del Comercial entre los clientes.

- ❖ Que, el Comercial pueda aplicar la guía y pautas para que los clientes se encuentren satisfechos con la atención al cliente que se ofrece; y para seguir mejorando como empresa frente a la competencia.

- ❖ Que, el Comercial Danielito's del Cantón Archidona realice la aplicación del manual propuesto con el cual pueda mejorar su atención y servicio al cliente; mediante técnicas y mecanismos que se presentan en la propuesta; a más de que se mantenga en una constante actualización para permitir identificar los errores cometidos y poder solucionarlos a prontitud.

J. BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, P. D. (2012). *Imagen, etiqueta y protocolo - Relaciones Públicas*. Loja.
- Apaza, M. (2010). *Balanced Scorecard Gerencia Estratégica y del Valor*.
- Barraza, C. (2018). *Manual para la Presentación de Referencias Bibliográficas de Documentos Impresos y Electrónicos*. Obtenido de Recuperado http://www.utemvirtual.cl/manual_referencias.pdf
- Bernal, C. (2010). *“Metodología de la Investigación”*. tercera edición.
- Chauvin, S. (2016). *Mujeres de Empresa*. Obtenido de <http://www.mujeresdeempresa.com/foda-para-que-sirve-el-analisis-foda/>
- Constitución Política de la República del Ecuador. (s.f.).
- Enciclopedia Economica. (2018). *Enciclopedia Economica*. Grudemi. Obtenido de Enciclopedia Economica: <https://enciclopediaeconomica.com/analisis-situacional/>
- Escudero, & M. (2012). Madrid, España: Paraninfo.
- Fernández, D., & Fernández, E. (2010). *Comunicación Empresarial y atención al cliente*. Madrid.
- García, M. (2014). *Gestión de la atención al cliente/consumidor*. Madrod, España.
- Guevara, P., Pérez, M., & Quint, S. (2014). *El análisis PEST aplicado a un territorio. Caso del barrio Pisulí en Quito*. Obtenido de <http://udla.edu.ec/cie/wp-content/uploads/2015/06/ValorAgregado02-Art.-4-Guevara-Pisuli-1.pdf>
- Helmut , S. (2018). *Análisis situacional: en qué consiste, cómo se hace y ejemplo*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/analisis-situacional/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2016).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principios de marketing*. . Madrid.

- Ley Orgánica de Defensa al Consumidor. (2011).
- Ley Orgánica de Defensa al Consumidor. (2011).
- Lopez, & C. (2012). *Los 10 componentes basicos del buen servicio*. . Obtenido de <http://www.hestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/no13/10componentes.htm>.
- López, E. A. (2012). *Politica fiscal y estrategia como factor de desarrollo de la mediana empresa comercial sinaloense*. México.
- Manual de Atención al Cliente. (2013). Obtenido de <http://www.puromarketing.com/42/15939/importancia-contar-politica-atencion-cliente-redes-sociales.html>
- Riquelme, L., & Matías. (2015). *Las 5 fuerzas de Porter- Clave para el Éxito de la Empresa*. Santiago, Chile.
- Sánchez Galán, J. (02 de Diciembre de 2015). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/empresa.html>
- Santa, H., & Martins, G. (2010). *Estudios de campo. Una nueva perspectiva* (Ruiz. Colombo. ed.).
- Smith, P. (2013). *Modales y Etiqueta para el Éxito Personal y Profesional en 60 Segundos*. Mexico.
- Tamayo, M. (2012). *El Proceso de la Investigación Científica*. . México:Limusa.
- Villa, J. P. (2014). *Manual de Atención a Clientes y Usuarios*. Barcelona: Profit.

K. ANEXOS

Anexo 1 Solicitud dirigida al propietario del Comercial Danielito's

Tena 17 de julio de 2021

Señor

Franco Narváez

PROPIETARIO DEL COMERCIAL DANIELITOS CANTÓN ARCHIDONA

Presente. -

De mi consideración:

Yo, **GREFA ALVARADO ANA GABRIELA** con **C.I. 150106044-4**, estudiante del Instituto Superior Tecnológico Tena del Quinto Semestre de la Carrera de Administración, expreso a usted un cordial y atento saludo, a la vez me permito solicitar la debida autorización para realizar una investigación con el tema **MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA EL COMERCIAL DANIELITOS DEL CANTÓN ARCHIDONA**, el cual tendrá un tiempo de investigación a partir del mes de julio 2021 hasta el mes de octubre 2021.

Por la atención que se designe brindar al presente, hago llegar el debido agradecimiento.

Atentamente,



Srta. Ana Grefa

C.I. 150106044-4

ESTUDIANTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA



Anexo 2 Carta de autorización emitida por parte del Comercial Danielito's.

Tena 17 de julio de 2021

Señorita

Ana Grefa

ESTUDIANTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA

Presente. -

De mi consideración:

En respuesta a su oficio ingresado con fecha 17 de julio de 2021, por medio de la cual solicita la autorización para realizar un trabajo de investigación para efectos de titulación profesional, con el tema **MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA EL COMERCIAL DANIELITO'S DEL CANTÓN ARCHIDONA**, el cual tendrá un tiempo de investigación a partir del mes de julio 2021 hasta el mes de octubre 2021, a través del presente autorizo efectuar el trabajo requerido.

Aprovecho la oportunidad para expresarle mi consideración y estima personal.

Atentamente,



Sr. Franco Narváez

C.I. 040131418-2

PROPIETARIO DEL COMERCIAL DANIELITO'S CANTÓN ARCHIDONA

Anexo 3 Modelo de Encuesta



ENCUESTA

OBJETIVO: Diseñar un manual de atención al cliente para El Comercial Danielito's del Cantón Archidona.

Instructivo:

- Seleccione el ítem de su elección en cada pregunta
- La encuesta es anónima

1.- ¿Alguna vez ha comprado en el Comercial Danielito's, Cantón Archidona?

- ☐ Sí
- ☐ No

Observación: Si su respuesta fue no, de por finalizada la encuesta

2.- ¿Se siente satisfecho con la atención personalizada al cliente que brinda el Comercial Danielito's?

- ☐ Siempre
- ☐ Casi siempre
- ☐ A menudo
- ☐ Nunca

3.- ¿El personal demuestra sus habilidades con el trato hacia el cliente y el saber escuchar sus necesidades?

- ☐ Siempre
- ☐ Casi siempre
- ☐ A menudo
- ☐ Nunca

4.- ¿Los trabajadores muestran cortesía y amabilidad con la atención al cliente?

- ☐ Siempre
- ☐ Casi siempre
- ☐ A menudo
- ☐ Nunca

5.- ¿El personal del Comercial Danielito's muestra un sincero interés por satisfacer sus necesidades?

- ☐ Totalmente de acuerdo

- ☐ Acuerdo
- ☐ Indiferente
- ☐ Desacuerdo
- ☐ Totalmente en desacuerdo

6.- ¿La atención al cliente recibido en el Comercial Danielito's ha superado sus expectativas?

- ☐ Totalmente de acuerdo
- ☐ Acuerdo
- ☐ Indiferente
- ☐ Desacuerdo
- ☐ Totalmente en desacuerdo

7.- ¿El tiempo de espera para la atención al cliente es el esperado?

- ☐ Totalmente de acuerdo
- ☐ Acuerdo
- ☐ Indiferente
- ☐ Desacuerdo
- ☐ Totalmente en desacuerdo

8.- ¿El personal con el que cuenta el Comercial Danielito's es suficiente para prestar una atención oportuna y adecuada?

- ☐ Totalmente de acuerdo
- ☐ Acuerdo
- ☐ Indiferente
- ☐ Desacuerdo
- ☐ Totalmente en desacuerdo

9.- ¿La forma de expresarse de los empleados es adecuada y clara en la atención al cliente?

- ☐ Totalmente de acuerdo
- ☐ Acuerdo
- ☐ Indiferente
- ☐ Desacuerdo
- ☐ Totalmente en desacuerdo

10.- ¿El Comercial Danielito's brinda un servicio satisfactorio en comparación con otros Comerciales?

- ☐ Totalmente de acuerdo
- ☐ Acuerdo
- ☐ Indiferente
- ☐ Desacuerdo
- ☐ Totalmente en desacuerdo

11.- ¿Recomendaría al Comercial Danielito's a un familiar o un amigo?

- ☐ Totalmente de acuerdo
- ☐ Acuerdo
- ☐ Indiferente
- ☐ Desacuerdo
- ☐ Totalmente en desacuerdo

12.- ¿Cómo consideras que fue la atención al cliente para resolver tus inquietudes?

- ☐ Muy bueno
- ☐ Bueno
- ☐ Rápido
- ☐ Regular
- ☐ Malo

13.- ¿Qué tan serviciales o poco serviciales resultaron los representantes de atención al cliente?

- ☐ Servicial
- ☐ Muy servicial
- ☐ Indiferente
- ☐ Totalmente indiferente

14.- ¿Qué calificación puede darle al personal que labora en el Comercial Danielito's?

- ☐ Excelente
- ☐ Muy Bueno
- ☐ Bueno
- ☐ Malo
- ☐ Regular

15.- ¿Se encuentra satisfecho con la atención al cliente que ofrece el Comercial Danielito's?

- ☐ Muy satisfecho
- ☐ Satisfecho
- ☐ Poco satisfecho
- ☐ Insatisfecho

16.- ¿Está de acuerdo que el Comercial Danielito's cuente con un manual de atención al cliente?

- ☐ Totalmente de acuerdo
- ☐ Acuerdo
- ☐ Indiferente
- ☐ Desacuerdo
- ☐ Totalmente en desacuerdo



Firmado electrónicamente por:
**BETTY ALEXANDRA
JARAMILLO
TITUANA**

VALIDADO Y APROBADO POR:

Ing. Betty Jaramillo Mg.

DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR (TIC)

Anexo 4 Fotos

Foto 1 Encuesta Google Forms

The screenshot shows a Google Forms interface in a web browser. At the top, there's a header image of a storefront with a sign that says 'Danielito MAYORISTA'. Below the header, the form is titled 'ENCUESTA'. The objective is stated as 'OBJETIVO: Diseñar un manual de atención al cliente para El Comercial Danielito's del Cantón Archidona.' The instructions are: 'Instructivo: • Seleccione el ítem de su elección en cada pregunta • La encuesta es anónima'. The first question is '1.- ¿Alguna vez a comprado en El Comercial Danielito's, Cantón Archidona?' with a radio button for 'Sí'.

Sección 1 de 3

ENCUESTA

OBJETIVO: Diseñar un manual de atención al cliente para El Comercial Danielito's del Cantón Archidona.

Instructivo:

- Seleccione el ítem de su elección en cada pregunta
- La encuesta es anónima

1.- ¿Alguna vez a comprado en El Comercial Danielito's, Cantón Archidona?

☐ Sí

Encuesta Google Forms

Foto 2



Publicación en la red social

Análisis PEST

Factor Político

Foto 3

RUC
0401314182001

Razón social
NARVAEZ RODAS FRANCO DANILO

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
14/10/2005	11/06/2021		07/02/2018
Agente de retención		SI	

Ruc de la empresa



Permisos de funcionamiento de la Agencia ARGSA

Fuente: facebook.com

Foto 4



Factor económico

Foto 5



Factor tecnológico

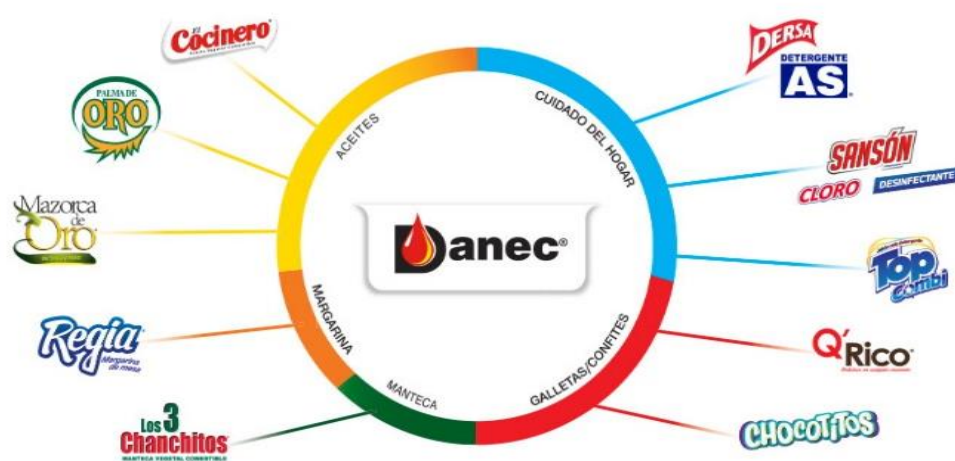
Análisis PORTER

Foto 6



Amenaza de nuevos competidores

Foto 7



- Fundación: 1976
- Datos de la empresa: Danec S.A.

Poder de negociación de los proveedores (Danec)
Fuente: marcas.ekosnegocios.com

Foto 8



Poder de negociación de los clientes

Rivalidad entre competidores existentes

Foto 9



Tía



Micromercado Mercadón



El Otavaleño



A.G. DISTRIBUCIONES

Amenaza de productos sustitutos

Foto 10



Productos de Abarrotes Isabel



Productos de la Tienda Joselito

Productos del Comercial Danielito's



Productos Higiénicos



Productos de limpieza



Productos de aseo personal

Matriz FODA

Foto 11



Fortaleza (Ubicación estratégica)

Foto 12



Oportunidad (Proveedores que entregan el producto en el lugar)

Foto 13



Amenaza (Competencia Agresiva)