



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

SEPTIEMBRE – MARZO 2023

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

PRUEBA PRÁCTICA

LICENCIADO EN COMERCIO

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
COMERCIO**

TEMA:

**SERVICIO AL CLIENTE EN LA EMPRESA LAVADORA Y LUBRICADORA
“SAN JUAN”, PERIODO 2022**

EGRESADO:

JOAN NAYIT MERELLO YÉPEZ

TUTOR:

ING. JOSÉ NIVELA ICAZA, PHD

AÑO 2023

ÍNDICE

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
JUSTIFICACION.....	4
OBJETIVOS	8
Objetivo General.....	8
Objetivos Específicos.....	8
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	9
MARCO CONCEPTUAL	10
MARCO METODOLÓGICO.....	17
Métodos de investigación	17
Técnicas	17
Instrumentos.....	17
RESULTADOS.....	18
DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	20
CONCLUSIÓN.....	23
RECOMENDACIÓN	24
BIBLIOGRAFÍA.....	25
ANEXOS.....	26

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Empresa de lavadora y lubricadora de Vehículos “San Juan”, se encuentra ubicada en la Parroquia San Juan, en la vía panamericana a lado de la gasolinera, dispone con numero de RUC 1900275841001, es un negocio que lleva alrededor de 30 años, la cual se dedica a la venta al por mayor de todo tipo de componentes, herramientas y accesorios para vehículos como: instalación de neumáticos (llantas), cámaras de aire, baterías, equipo de iluminación partes y piezas eléctricas, cambios de aceites, engrasadas pulverizadas y lavada de vehículos; se mantienen en constante movimiento dentro del mercado, bajo el cargo del Sr. José Sucunuta Regalado, encargado de la gestión del procedimiento del local, debido a los cambios constantes que se dan en el proceso de atención al personal, ha generado falencias por parte del personal, debido a no contar con procedimientos para generar la satisfacción de sus clientes, debido a los siguientes problemas que se presentan en este local:

En la lavadora y lubricadora “San Juan” se ha visualizado el desconocimiento de los productos que ofrece por parte del personal del área, al detallar la información no adecuada a los beneficios o consecuencias que se dan en el proceso del mantenimiento, debido a que existen diferentes marcas o modelos de vehículos que suelen dirigirse al establecimiento, al momento de insertar sus productos, tienden a equivocarse, debido a que no todos los vehículos, tienen la misma reacción al mecanismo, lo cual ocasiona fallas en el vehículo, ocasionando una molestia por parte de sus clientes.

A su vez este local, maneja un preámbulo diferente al llevar su servicio , debido a inconvenientes que parten por los clientes, dado a que no cuentan con la mayor comodidad de un área de espera, mantiene un espacio insuficiente al carecer de un techado, sillas y estacionamiento de sus vehículos por parte de la empresa, aquello genera largas horas de

espera, para que el servicio de lavado y mantenimiento que se le da al vehículo por parte del personal, sea accesible hacia lo que realmente requiere el cliente

Dentro del establecimiento la falta de coordinación por parte del propietario, ha generado la disminución del personal en el área de mantenimiento y lavado, debido a la falta de conocimiento o experiencia dentro del servicio que se da en el local; se conlleva una descoordinación, debido a la falta de atención hacia los clientes, dado a que no tienen días fijos en no laborar, aquello ha generado pérdida de sus clientes y falta de confianza, debido al trato y el tiempo impertinente que se le da al momento de retirar sus vehículos, aquello ha hecho que busquen el mercado competente que les brinde un trabajo rápido y eficaz.

La falta de contar con un servicio de vulcanizadora, ha generado un gran impacto en la competencia, esto se debe a la falta de recursos económicos en la que se encuentra el establecimiento, ya que busca la forma de fingir el proceso del mantenimiento del vehículo a sus clientes que acuden, debido a que busca a otros locales para que le realicen el proceso de la reparación de neumáticos dañados para sus vehículos, generando una desconfianza, al no hacerse responsable de los daños que se presenten al momento de finalizar el servicio, generando una pérdida de tiempo hacia los clientes.

Por parte de sus precios fijos, se consta que sobrepasan el valor indicado bajo la competencia del servicio que se les da al cliente, ha hecho que se vean perjudicados, debido a los cambios constantes del producto, por medio de sus proveedores, genera una serie de incidentes en el poder de la negociación, es ahí en donde la empresa incide en aplicar recargos en base al bien y servicio que destaca hacia el cliente, bajo las políticas empresariales, tomando

en cuenta la necesidad en poder llevar un proceso de manejo de sus vehículos de calidad dentro del establecimiento

El establecimiento al carecer de recursos económicos, no consta con una área de limpieza, debido a que no desea invertir por un personal que lleve este proceso, ya que prefiere que los demás empleados tomen este lugar al finalizar sus actividades y a su vez dejan de realizar sus funciones de mantenimiento de los vehículos y generen la limpieza, generando contratiempo en la realización de sus actividades, aquello hace que se manifieste una mala imagen para el local y se maneje una expresión insólita por parte de los usuarios al tomar este proceso.

Este local dada su trayectoria le hace falta promociones, campañas publicitarias, para llegar a sus clientes, ha generado que decaigan sus ventas y no se vea reflejado un crecimiento debido a falencias o cambios que se pueden dar en los productos o servicio que ofrece, además no cuenta con un personal confiable que le lleve el proceso de las redes sociales, como son Facebook, Instagram, Tik Tok, para solucionar sus problemas, dado a que el propietario por la mayoría de edad, pretende que se le generen comentarios fuera de lo particular por parte de los usuarios a través de estas apps para dañar la imagen de su local y se vea afectado.

2. JUSTIFICACIÓN

El presente Estudio de Caso se desarrolla con la finalidad de dar a conocer la insatisfacción del cliente que está afectando a la empresa, como brindar una inadecuada atención al cliente de la Lavadora y Lubricadora " San Juan", quiere sobresalir entre los demás negocios o competidores del sector por lo cual generará crecimiento y posicionamiento que es el primordial objetivo de la propuesta de investigación. Se detallará técnicas o estrategias que se sugieren implementar para poder incrementar el uso y ventas de los aditivos o accesorios para vehículos.

La importancia que tiene este estudio de caso es debido a que hoy en día el mercado competente ha tomado gran impacto en los grandes cambios en la innovación, ha permitido influir en el crecimiento constante de la persona, induciendo estrategias de marketing para impulsar grandes resultados en las ventas, lo cual ha demostrado a la empresa, que es importante para la mejora continua, en el crecimiento de sus ventas dado al bien y servicio que llevan a cabo, demostrando a través de sus inducciones que parten en el desarrollo corporativo, haciendo posible el análisis correspondiente para establecer sus objetivos, con la finalidad de que sus productos obtengan mayor beneficio en el mercado competente.

A través de la investigación se logrará obtener una participación atractiva en el mercado y generando una gran visión en la fomentación de ideas de negocios dentro del establecimiento, de esta manera se logrará un gran posicionamiento y conocimiento sobre los servicios que se brindará en el negocio para obtener mayores beneficios en base a la necesidad que posee los usuarios, hará que su imagen se vea diferente hacia las demás empresas, teniendo como referencia los aspectos importantes dotados en el sector, generando la toma de decisión en el mercado competente.

Este proyecto hará énfasis en los grandes impactos que se genera dentro de la sociedad, debido a tendencias que se dan en el mercado o factores negativos que inciden dentro de la atención al cliente, es por eso que dentro del establecimiento se genera la búsqueda de la solución a sus problemas con base a procesos de innovación, que generen gran impacto y carezca de confianza con base a las expectativas que se le brinda al usuario.

En el pertinente Estudio de Caso será beneficiado es el propietario de la Lavadora y Lubricadora “San Juan”, porque si los empleados les dan un buen servicio a los clientes, dan a conocer un buen stock y precios competitivos en el mercado, así de esta manera lograr la captación de los compradores de que el local siga surgiendo, también es necesario tanto para el empleador como para el trabajador, ya que si el establecimiento se mantiene en pie ambos van a tener empleos e ingresos para así poder mantener y solventar a sus hogares, recibiendo sus buenos ingresos para el personal.

Este estudio de caso es de manera significativa, debido a que se destacan conocimientos que estimulan la creatividad al desarrollar este proyecto, a pesar de diferentes problemas que se dan hoy en día en las organizaciones, mediante la competencia, ha generado que se busque la manera de incrementar estrategias que facilite el proceso de sus ventas, generalizando sus productos de manera local que se propicia por intermediarios dando caridad de beneficios a comerciales mayoristas bajo relatividades que emana los proveedores y se plasme procurar siempre por el bienestar y satisfacción de manera contingente hacia sus clientes.

3. OBJETIVOS

Objetivo General

- Analizar la situación actual de los clientes dentro de la empresa Lavadora y Lubricadora de vehículos livianos y pesados en la parroquia San Juan, mediante un análisis de encuesta del establecimiento, para que se genere un gran impacto dentro del entorno competitivo.

Objetivos Específicos

- Conocer los factores que inciden en el proceso de satisfacción al cliente mediante una encuesta a los consumidores de la empresa Lavadora y Lubricadora “San Juan”, para que generen un gran crecimiento económico, a través del análisis de información de sus clientes.
- Identificar como afectan los factores en el proceso de ventas de la empresa Lavadora y Lubricadora “San Juan”, mediante un FODA, para que se determine la solución a los problemas que ejecuta la empresa y conseguir el éxito en el negocio.
- Determinar estrategias que faciliten en la satisfacción a los clientes en la empresa Lavadora y Lubricadora “San Juan”, mediante un análisis de información.

4. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

El estudio de caso titulado “Servicio al cliente en la empresa Lavadora y Lubricadora San Juan” de la parroquia San Juan, se da a través de procesos y datos que han sido generalizados por parte del medio social, debido a los límites que se efectúan en el negocio, la insuficiente atención a los clientes, provocando una inadecuada insatisfacción al cliente, al momento de adquirir su lavado y engrasado de sus vehículos, esta labor debido al manejo de sus actividades del negocio se relaciona con la línea de investigación: Gestión Financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control.

Existe una relación directa entre las actividades propias del Servicio al cliente en la empresa Lavadora y Lubricadora “San Juan” de la parroquia San Juan y la línea de investigación: Gestión Financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control, debido a que los funcionarios llevan a cabo la responsabilidad de las actividades dentro del establecimiento, que se dedica a la ventas y cambios de aceite, filtros, lavadas, engrasadas pulverizadas, etc., bajo el control de las actividades de manera pertinentes dando a cabo una atención adecuada al personal.

Este caso de estudio se enmarca dentro de la sublínea de investigación parte del Marketing y Comercialización, debido al proceso de innovación o estrategias que se generan para satisfacer las necesidades de sus clientes, añadiendo valor agregado, precios accesibles y de alta calidad, logrando que sus productos se comercialicen de una mejor manera dentro y fuera de la ciudad, a través de este proceso se posee generar un crecimiento de las ventas, y buscando estrategias que generen impacto en el mercado y que logre mantenerse como centro en la mente del consumidor, determinando sus actividades, logrando de llevar un buen servicio a su localidad y proceder a que logren un mayor objetivo.

5. MARCO CONCEPTUAL

La Empresa de lavadora y lubricadora de Vehículos “San Juan”, dedicada a la venta de productos de mayor y menor de accesorios y todo tipo de componentes y suministros, para sus vehículos, se mantiene en constante movimiento dentro del mercado bajo el cargo del Sr, José Sucunuta Regalado, encargado de llevar la gestión del procedimiento den local. La idea de negocio de la Empresa de un servicio de lavado para los vehículos, en el sector ha generado brindar un servicio con mayor comunidad, para llegar a su público.

El servicio está enfocado para todas las personas que hacen uso de sus vehículos, permitiendo generar una atención de buena calidad hacia sus clientes, buscando la forma de verse diferente ante el mercado competente, buscando la forma de implementar estrategias para generar un gran impacto hacia la población, manejando una serie de información en base a los modelos y marcas de vehículos que acuden a diario a la realización de mantenimiento y limpieza, brindando una buena expectativa para que el cliente genere confianza hacia el bien y servicio que proyecta.

El servicio de lavadora y lubricadora genera gran ventaja en el mercado competente, ya que posee estrategias que tiene como finalidad atraer clientes nuevos y potenciales, en llevar un estilo diferente con precios de calidad, en base a la gestión que requiera el cliente dentro o por fuera de la ciudad y cantones de la provincia de Los Ríos, manejando este proceso para que sea de auto reflejo para los futuros emprendimientos de este segmento de mercado, tomando en base las estrategias, que permitan verse diferente hacia las demás empresas, añadiendo un plus en el servicio y proceso del bien y servicio que se ejecuta.

Servicio

Según el autor Sánchez & Coll (2020) define un servicio, en el ámbito económico, es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes, brindando un producto inmaterial y personalizado.

El servicio es aquel acto intangible del cual las personas físicas o jurídicas disfrutan en un momento determinado y que no se puede almacenar (Salas, 2020).

Cliente

Según el autor Sergio López (2020), define al cliente como la persona física o jurídica que compra en tiendas o establecimientos, o utiliza con asiduidad los servicios de profesionales o empresas a cambio de una transacción monetaria. También puede realizarlo con intención de utilizar el producto o servicio para realizar una posterior actividad empresarial o comercial

Para una organización o una empresa, un cliente es una persona física o jurídica que adquiere sus productos o servicio (Martin, Ormeño, & Sumelzo, 2019).

Servicio al cliente

El servicio de atención al cliente es aquel en el que se informa, resuelve cualquier duda, o se facilita información al cliente que lo requiere (Peiro & Arias, 2019).

Importancia del servicio al cliente

La importancia del servicio al cliente es poder llegar a nuestra clientela con una poderosa venta promocional, los descuentos, la oferta y el apoyo al cliente en el desarrollo de nuevas estrategias para reducir los costos de inventario y prever contingencias para no perjudicar más adelante nuestra empresa y de nuestro cliente (Neyra, 2006).

Tipos de clientes

De acuerdo con el autor Sergio López (2020) una vez delimitadas las ocasiones en las que se puede utilizar uno u otro concepto, conviene clasificarlos de la siguiente manera:

- **Cientes particulares:** Aquellas personas que adquieren o hacen uso de servicios de forma personal o para algún allegado, sin pretender realizar una actividad económica-lucrativa posterior que les de rentabilidad.

- **Cientes industriales:** Aquellas personas (ya sean físicas, como un autónomo; o jurídicas, como las empresas), que adquieren productos o hacen uso de servicios con intención lucrativa. Estos los realizaran actos de compraventa con el objetivo de llevar a cabo una actividad económica.

- **Cientes actuales:** Son aquellos que, al menos en una ocasión, han disfrutado de un servicio o han adquirido un producto a una empresa en concreto. A su vez se pueden distinguir dos tipos más:
 - a) **Cientes habituales o leales:** Si esto se produce con cierta frecuencia
 - b) **Cientes esporádicos:** Si lo es de forma discontinua en el tiempo

- **Cientes potenciales:** Aquellos que aún no han disfrutado de un servicio o han adquirido un producto a una empresa, pero que son susceptibles de hacerlo próximamente.

- **Cientes seguros:** Aquellos que, antes de iniciar el contacto, tienen una decisión u opinión formada o están en disposición de hacerlo. Suele ser personas que buscan

y analizan información con anterioridad p que son conocedores del producto o servicio por el que están interesados.

- **Clientes indecisos:** Los que no tienen una decisión, ni opinión formada. Su proceso de conocimiento y elección se encuentra en fases iniciales, por lo que buscaran ayuda para obtener información (Salas, 2020).

Mejora de Calidad en el Servicio al Cliente de la Empresa

La empresa requiere prioritariamente que los recursos con los que cuenta sean utilizados eficientemente y por lo tanto adoptar un enfoque de procesos con certeza ayudará a mejorar.

La empresa cuenta con una gran ventaja: el tamaño. Se trata de una empresa con pocos trabajadores y con pocos niveles de autoridad, lo cual es muy útil cuando se trata de transmitir información. Por lo tanto, será de alguna manera más sencilla que los cambios se establezcan dentro de toda la organización. También este factor deberá ayudar a lograr la sistematización de procesos.

Educar al cliente.

Debido al tipo de servicios que ofrece la empresa es crucial que el cliente entienda correctamente qué debe de comprar. Si bien este puede ser un proceso difícil de realizar, es completamente necesario dedicar parte de los esfuerzos a educar al cliente.

Los clientes deben de entender el paquete de bienes y servicios que se le oferta cada vez que se le entrega una propuesta. Actualmente uno de los problemas de la empresa es que

los clientes no entienden correctamente la diferencia de los términos en la logística internacional.

Elementos del servicio al cliente

Según el autor Miguel Blanco (2019) nos menciona los elementos que generan la satisfacción del cliente son múltiples y afectan a diferentes aspectos. Las cuales son:

- Cortesía y amabilidad de los empleados
- Dedicación del tiempo oportuno para cada cliente
- Eficacia en la resolución de conflictos
- Amabilidad y trato recibido
- Rapidez en la entrega de servicios (Blanco, 2019)

Factores Internos que influyen en el cliente

Según los autores Escriva, Martinz, & Savall (2013), mencionan los siguientes factores:

- **Demográfico:** Se asocia a los factores demográficos como la edad de la población, los niveles de renta por grupos de población, los cambios en la composición étnica o la distribución geográfica de la población. El impacto de este segmento sobre la empresa dependerá del sector en la que se encuentre.
- **Sociocultural:** Recoge aquellos aspectos referentes a la tradición de una sociedad, a las costumbres, al estilo de vida, así como el número de habitantes que residen en la zona, la edad de los mismos, el sexo, la procedencia, etc.
- **Político-legal:** Se refiere a los poderes públicos, como el Estado, las comunidades autónomas y los ayuntamientos, por lo que tanto el sistema político establecido

como la ideología de los mandatarios, la estabilidad política y las leyes que emanen de esos poderes influyen en la empresa. Económico: Lo componen la política fiscal, la política monetaria y el ciclo económico. se asocia principalmente a los indicadores económicos que muestran la evolución de la economía en la que se encuentra la empresa (Escriva, Martinez, & Savall, 2013).

Factores Externos del servicio al cliente:

Según el autor Ricardo Garcia (2019) menciona los siguientes factores:

- **Coyuntura Económica:** Es necesario mantener un análisis de la situación económica y política del país, para que se puedan tomar decisiones en este campo, en este caso el estratega debe tomar en cuenta el análisis de situación a las necesidades del cliente.

- **La Competencia:** A través de los cambios favorables, dispersa y concentra fuerza y cambia la situación al entrar en una batalla, sé rápido, y al conquistar tierras o mercados, mantén un punto estratégico. Todas las guerras se basan en el engaño, el enemigo nunca debe saber dónde voy a luchar, por lo que debe dividir sus tropas para cubrir cada frente, por lo que solo necesito luchar contra algunos de ellos. "El secreto del éxito con un número menor de tropas es el que tiene un ejército más grande que el enemigo donde será atacado o defendido".

- **El Cliente:** el cliente es el terreno a conquistar, en ventas se trata de que todos los productos que lleguen a este cumplan en satisfacer sus necesidades. (Garcia, 2019)

LAVADORA Y LUBRICADORA

Lavadora

Los establecimientos comerciales para el lavado de automóviles son espacios dedicados a la limpieza de automóviles, ya sea como un servicio brindado por empleados del lugar o bien por los propios usuarios, operando los equipos ellos mismos y con arranque de los medios de lavado por prepago ya sea mediante monedero, ficha o tarjeta.

Equipamientos

El equipamiento puede incluir:

- Lavado automático
- Lavado automático con puente
- Lavado automático con túnel
- Lavado manual
- Aspiradores
- Otros periféricos de lavado (lavado, 2019).

Lavado automático

El lavado automático consiste en una máquina que lava el automóvil ya sea por fricción, con cepillos o trapos o bien sin fricción, por chorros de agua a alta presión.

Lubricadora

Las lubricadoras están destinadas a servir a sus clientes de la mejor manera satisfaciendo constantemente las necesidades con productos de más alta calidad con un mejoramiento continuo para servir de una forma óptima (Idalberto., 2008).

6. MARCO METODOLÓGICO

Método

En el presente estudio de caso se aplicó el método de experiencia del usuario, debido a que permite centrarse en las necesidades de los clientes a través de la recopilación de información, caracterizando el bien, el servicio y la seguridad que se maneja dentro del negocio, aquello tendrá como objetivo la toma de información de manera pertinente dados a los resultados, generando un crecimiento económico en sus ventas, ante la competencia.

Técnicas

- **Encuestas:** Dirigida al propietario del establecimiento, bajo el problema que se está enfrentando ante la situación económica, el entorno competente y a su vez la falta de control y conocimiento en el manejo de sus actividades, aquello permitirá tomar en cuenta el diagnóstico del problema, a través de la información generada, permitiendo dar solución a sus proyectos.
- **FODA:** Se desarrolla una matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, para el establecimiento, para llevar un análisis dentro del proyecto.

Instrumentos

- **Ficha de encuestas:** Se manejó ante los usuarios y al propietario del establecimiento para dar a conocer el criterio que inciden ante la falta de atención que se les da ante los clientes, manejando procedimientos que den solución al problema.
- **Entrevista:** se aplica al dueño del establecimiento para identificar los factores que inciden ante el proceso de venta, con la finalidad de brindar resultados bajo su proceso en la toma de decisión.

7. RESULTADOS

Tabla 1: *Resultados de la entrevista*

Orden	Preguntas	Datos relevantes encontrados
1)	¿Qué factores afectan en el proceso de ventas en la empresa?	La competencia hace que busquen la manera de inculcar fundamentos en el local, el factor económico y social afecta al momento de interactuar con sus clientes
2)	¿De qué manera lleva el constante control de las ventas en el local?	Mediante un sistema interno del local, se maneja los procesos de ventas
3)	¿Qué tipo de estrategias implementaría para sus clientes en el comercial?	Llevar a cabo el proceso de publicidades y promociones para poder incentivar a sus clientes y generar gran rentabilidad dentro del mercado competente.
4)	¿Cuál cree usted que son las amenazas más importantes que influyen para la empresa?	La competencia, las nuevas tendencias en el mercado, los desastres naturales permitiendo al establecimiento la búsqueda de solución al problema
5)	¿Cuál cree usted que son las debilidades más importantes que influyen para la empresa?	La falta de publicidad, promociones y a su vez capacitar a sus trabajadores generando faltas de tendencias en el mercado competente
6)	Cuál cree usted que son las oportunidades y fortalezas importantes en el comercial en el proceso de las ventas?	Se maneja firme bajo las normas legales para no generar ningún tipo de cláusula que perjudique su local, buscando de esta manera la facilidad en la compra de sus clientes y a sus vez tendrá oportunidades en las nuevas tendencias del mercado

Fuente: *Entrevista aplicada a la gerente del comercial*
Elaborado por: *Joan Merrello Yopez*

Se aplica la encuesta a los clientes de la localidad, y se obtienen los siguientes datos

Tabla 2: *Resultados Encuestas*

¿A la hora de ir a Lubricadora y Lavadora San Juan, que aspectos usted considera son importantes?

Opciones	Frecuencia	%
Personal	102	27%
Precios	115	30.50%
Servicio	97	25%
Ambiente seguro	22	5.83%
Facilidad de pago	6	1.59%
Ubicación	45	10.58%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes

Elaborado por: Joan Merello Yopez

Tabla 3

¿Cómo considera usted los beneficios en la Lubricadora y Lavadora San Juan?

Opciones	Frecuencia	%
Excelente	100	26.53%
Muy bueno	51	13.53%
Bueno	140	37.14%
Regular	83	22.02%
Deficiente	4	1.06%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes

Elaborado por: Joan Merello Yopez

Tabla 4

¿Le gustaría que en una lavadora de autos también den el servicio de mantenimiento vehicular?

Opciones	Frecuencia	%
Si	182	48.28%
No	19	5.04%
Tal vez	119	31.57%
Regularmente nunca	57	15.11%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes

Elaborado por: Joan Merello Yopez

Tabla 5: Matriz FODA

	Fortalezas	Oportunidades
	<ul style="list-style-type: none"> - Precios cómodos - Facilidad de compra - Cumplimiento de pagos - Ubicación 	<ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento de mercado - Ofrecer servicios a domicilio - Abrir sucursales
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Falta de publicidad y promoción - Falta de personal capacitado - Espacios reducidos - Falta de materiales 	<ul style="list-style-type: none"> - Ofrecer productos de calidad a precios accesibles para los usuarios. - Implementar estrategias publicitarias, para captar clientes y promocionar sus productos generando un gran crecimiento en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inculcar estrategias de satisfacción para los clientes, para generar gran facilidad de negociación y buscar la facilidad para sus empleados y clientes - Mejorar la estructura de ubicación de sus vehículos, para generar confianza a sus usuarios
<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aumento de la competencia - Desastres Naturales - Falta de seguridad 	<ul style="list-style-type: none"> - Buscar herramientas innovadoras que permitan, buscar confianza entre los clientes a través del servicio que ofrece viéndose diferente al mercado competente - Aprovechar los productos y servicios que ofrece el comercial para incrementar sus ventas, añadiendo promociones, sorteos, entre otros. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ofrecer capacitaciones al personal, para que desarrollen sus actividades de una mejor manera. - Buscar entidades Bancarias que les facilite invertir en aspectos del local - Cumplir con las normativas políticas para no generar ningún tipo de inflación en el comercial..

8. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas dentro de la Empresa lubricadora y lavadora San Juan, destinada a los clientes de dicho sector, se ha identificado semejantes problemas que se enfrenta dentro del mercado competente, se toma en cuenta el servicio o la atención que se le brinda al cliente, permitiendo a través de esta variable centrarse en dar solución al estudio de caso, a través de análisis de información obtenida. Es por eso que se pudo determinar una matriz FODA, que destaca las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que se centran cada establecimiento, para encontrar respuesta con base a los conocimientos, que se correlaciona a la necesidad que destaca con base al bien y servicio, tomando en consideración generar gran impacto a la sociedad, satisfaciendo sus necesidades de manera correcta.

Los resultados que se dieron a conocer, dentro de la pregunta N°1: *¿A la hora de ir a Lubricadora y Lavadora San Juan, que aspectos usted considera son importantes?*, se obtuvo respuestas favorables considerando un 30.5% a los precios, dado a que la sociedad busca invertir menos para generar gran resultado hacia el servicio que desea implementar, seguido de un 27% el personal, parte dentro de este servicio para considerar una atención a sus clientes de manera favorable, continuando con un 25% el servicio, ya que tomara una gran apertura con base a las manifestaciones anteriores, el 10.58% se basa en la ubicación, dado a que esta estratégicamente en lugar bien recorrido donde llega la visibilidad a los usuarios, seguido de un 5.83% con base al ambiente y el 1.59% en la facilidad de pago, consideran como punto debido a cambios en el manejo de su actividad, otorgando parte de confiabilidad en generar respuestas del servicio de manera favorable.

En la tabla N°2: *¿Cómo considera usted los beneficios en la Lubricadora y Lavadora San Juan?*, los usuarios manifiestan que es Buena otorgándole un 37.14% debido a que la gente no se asegura de llevar su vehículo a un establecimiento, sin saber si cubrirá alguna garantía,

en darle solución si se reparara de nuevo el vehículo, tomando en cuenta estos aspectos hará que el propietario tome en estrategias que harán que el cliente retome sin cubrir otros gastos de intermedio, seguido de un 26.53 de manera excelente y 13.53% de manera Muy bueno, dando positivismo en el proceso de la actividad que manejan, pero un 22.02% se da de manera regular, con un 1.06% de manera deficiente, debido a usuarios que han obviado del servicio y han quedado insatisfecho, todo esto se basó bajo el análisis de información con el entorno, perdiendo al establecimiento darse cuenta en que está fallado y añadir solución al problema a sus actividades.

En la tabla N° 3: *¿Le gustaría que en una lavadora de autos también den el servicio de mantenimiento vehicular?* El 48.28% de los usuarios manifiestan que si es considerable llevar este procedimiento, debido a que no existe un lugar cercano en donde acudir a llevar esta actividad, les permitirá tener gran facilidad y confianza a los clientes que recorren por dicha ubicación, tomando en cuenta que un 31.57% manifiestan que tal vez, dada la información de los clientes, se darán buenos resultados, para tomar grandes decisiones, y no solamente centrarse en dicho cantón, sino en toda la localidad de la provincia de los Ríos, mientras que basada a esa metodología de estrategia dándole un 15.11% manifiestan que de manera regular se haría el incentivo de mantenimiento, ya sea por caso de estabilidad económica, esto hará tomar en consideración al propietario del establecimiento, buscar la forma de darle solución al problema, generando garantía o proceso de interés hasta cuando puedan hacer la cancelación con totalidad, mientras que un 5.04% manifiestan que no, debido a que la falta de seguridad que se percata en dicha localidad, no se arriesgan en ser asaltados o caer en una estafa, es por eso que basado a las opiniones de los usuarios, permitirán, estrategias que permitan ligar una atención con sus clientes y genera respuestas de manera oportuna.

9. CONCLUSIONES

Dentro del establecimiento los factores más importantes que inciden en el proceso de Satisfacción al cliente son: calidad percibida y atención al cliente. Las características más valoradas del modelo de valor de marca son: tiempo de entrega, confianza relacionada con calidad y claridad ya que estos son de excelentes productos ya que estos son de buena calidad ante los clientes y vendedores, por esta razón se necesita tener una buena imagen de la empresa, en estos casos el cliente siempre vendrá a comprar sus productos de excelente calidad, aquello ha generado gran impacto ante la sociedad, dado al diagnóstico se ha dado a proceder a la búsqueda de herramientas para captar la atención de los clientes y lograr permanecer en el mercado competente, manteniendo su objetivo de crecer y vender más, afrontando la competencia..

El propósito de esta investigación fue señalar el nivel de satisfacción que tienen los clientes sobre la empresa Lavadora y Lubricadora San Juan, mediante ese proceso se efectuó una mediante la matriz FODA, hará posible hacer un análisis dentro del mercado y lograr generar la satisfacción a los clientes, con base al bien y servicio que dentro del establecimiento, buscando generar un aspecto diferente y satisfacer las necesidades de los clientes, viendo siempre el futuro y el presente del local

Las alternativas que permiten el fortalecimiento de la Lavadora y Lubricadora están en la búsqueda de impulsar y maximizar el crecimiento de sus ingresos como fórmula para crear un negocio sustentable en el tiempo, dado a las fuentes de información obtenidas por los usuarios generando constatar sus expectativas en base al caso de estudio, facilitando generar gran impacto a la población, a través de esa propuesta de valor que generan al establecimiento, permite generar gran ventajas en el mercado, basado en el bien y servicio que destacan

10. RECOMENDACIÓN

Dentro del establecimiento se toma en consideración que, para generar un gran impacto ante los clientes, se deberá realizar un estudio de mercado con base al servicio que desempeña, para buscar las soluciones a los problemas y poder incrementar las ventas durante este año. A su vez que se les brinde a los clientes facilidades de pago debido a la situación económica que actualmente atraviesan todos los ecuatorianos para que así el cliente se sienta satisfecho y pueda cancelar sin ningún problema sobre algún valor de los productos, por ende mejorar la imagen de la empresa implementando rótulos, vallas publicitarias de esta manera para que los consumidores se sientan atraídos visualmente, mejorar la relación entre empleado y empleador mediante una conversación donde puedan sugerir y dar opiniones para mantener una relación adecuada.

Se sugiere que se implemente más locales dentro de la Ciudad de Babahoyo, y también en centros comerciales para poder tener una mayor participación en el mercado, por ende que haya más variedades de prendas de vestir, porque llegan pocos modelos limitado por lo que hay pocas opciones a los clientes actuales y potenciales, y los clientes sugieren que los precios de ventas al público sean un poco más bajo para ser atractivo para ellos ya que esto le permitirá seguir manteniendo su nivel de compra.

Se recomienda al propietario de la Lavadora y Lubricadora “SAN JUAN”, aplicar la propuesta del Plan de Marketing que se propone, ya que el mismo ha sido elaborado en base a la información real y oportuna, la misma que le ofrecerá mejorar las condiciones empresariales y obtener mejor rentabilidad a su negocio. Realizar estudios como el presente, ya que, de no hacerlo, estará perdiendo oportunidades y posiblemente la desaparición del negocio y finalmente se recomienda hacer uso de las estrategias propuesta en el plan de marketing para que se pueda obtener beneficios económicos para la lavadora.

BIBLIOGRAFÍA

- Albrecht, K. y. (2008). *LA EXCELENCIA EN EL SERVICIO*. Colombia: Diseño del Servicio al cliente. 3R EDITORES LTDA.
- Arrobo, M. A. (s.f.). *dspace.unl.edu.ec*. Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/20351/1/MARCOS%20ALMID%20ARROBO%20AGILA-ilovepdf-compressed.pdf>
- Blanco, M. A. (2019). *Innovación y Cualificación, Atención al cliente y calidad en el servicio. COMM002PO*. España: IC Editorial.
- como-dar-buen-servicio-al-cliente-sector-logistico*. (s.f.). Obtenido de <https://www.beetrack.com/es/blog/como-dar-buen-servicio-al-cliente-sector-logistico>
- Equipo editorial, E. (2021). *concepto de servicio al cliente*. Argentina: Equipo editorial, Etecé.
- Escriva, J., Martinez, A., & Savall, V. (2013). *Administracion y gestion de un pequeño establecimiento comercial*. España: McGraw-Hill.
- Garcia, R. B. (2019). *Estrategias de Ventas*. Paris: emplenud.com.
- Garmendia, A. S. (2005). *Evaluación de impacto ambiental. Madrid, España: Pearson-Prentice Hall*. . ESPAÑA - MADRID.
- Gil Saura, I. S. (2005). *Encuentro de servicio, valor percibido y satisfacción del cliente en la relación entre empresas*. Cuadernos de Estudios Empresariales.
- Hidrolimpiadoras y Autolavado. (2018).
- Idalberto., C. (2008). *Administración de los nuevos tiempos*.
- Kloter. (2017). Fundamentos de marketing. En G. PHILIP y ARMSTRONG, *Administración y economía* (pág. 648). México,: Decimo primera edición.
- lavado, p. d. (2019). Obtenido de <https://www.washtec.es/puentes-de-lavado/>
- Library, R. (2017). *The Steps of the Reference Interview*. Obtenido de [http://www.statelibraryofiowa.org/ld/i-j/infolit/toolkit/geninfo/refinter view](http://www.statelibraryofiowa.org/ld/i-j/infolit/toolkit/geninfo/refinter%20view)

- Martin, L. C., Ormeño, J., & Sumelzo, L. S. (2019). *Atencion al cliente*. Editex Archivo, Images Getty, Limited 123 REF.
- Naranjo, J. (2018). *Plan de manejo para desechos peligrosos generados por lubricadoras de Guayaquil*.
- Neyra, C. (18 de Abril de 2006). *Gestiopolis*. Obtenido de Elementos del servicio al cliente: <https://www.gestiopolis.com/elementos-del-servicio-al-cliente/>
- Peiro, R., & Arias, A. S. (11 de Diciembre de 2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/servicio-de-atencion-al-cliente.html>
- Pita, A. (2019). *Diseño de un sistema de optimización de los desechos líquidos y sólidos generados por las lubricadoras y lavadoras de autos para minimizar*.
- Salas, S. L. (2020). *Atencion al clientes, consumidor y Usuarios*. España: Ediciones Paraninfo, S.A.
- Sánchez, J. (2013). *Plan de negocios previo a la creación de una lavadora*.
- Sanchez, J., & Coll, F. (1 de Abril de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>
- Silva, D. d. (2021). *atencion al cliente*. Web Content & SEO Associate, LATAM.
- Terreros, D. (2021). *diferencia servicio al cliente y atencion al cliente*.

ANEXO N° 1: Consulta del Registro Único del Contribuyente

Consulta de RUC

RUC
1900275841001

Razón social
SUCUNUTA REGALADO JOSE WUILLAN

Estado contribuyente en el RUC

ACTIVO

Actividad económica principal

VENTA AL POR MENOR DE TODO TIPO DE PARTES, COMPONENTES, SUMINISTROS, HERRAMIENTAS Y ACCESORIOS PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES COMO: NEUMÁTICOS (LLANTAS), CÁMARAS DE AIRE PARA NEUMÁTICOS (TUBOS). INCLUYE BUJÍAS, BATERÍAS, EQUIPO DE ILUMINACIÓN PARTES Y PIEZAS ELÉCTRICAS.

Contribuyente fantasma

NO

Contribuyente con transacciones inexistentes

NO

Tipo contribuyente	Régimen	Categoría	
PERSONA NATURAL	RIMPE	EMPRENDEDOR	
Obligado a llevar contabilidad	Agente de retención	Contribuyente especial	
SI	SI	NO	
Fecha inicio actividades	Fecha actualización	Fecha cese actividades	Fecha reinicio actividades
1998-03-24	2018-05-11		

Ocultar establecimientos

Establecimiento matriz:

Lista de establecimientos - 1 registro

No. establecimiento	Nombre comercial	Ubicación de establecimiento	Estado del establecimiento
001	LUBRICADORA SAN JUAN	LOS RIOS / PUEBLO VIEJO / SAN JUAN / Y	ABIERTO

Establecimientos adicionales:

Lista de establecimientos - 6 registros

No. establecimiento	Nombre comercial	Ubicación de establecimiento	Estado del establecimiento
002	LUBRICANTES GENESIS	LOS RIOS / PUEBLO VIEJO / SAN JUAN /	CERRADO
003	FERRETERIA SAN JUAN	LOS RIOS / PUEBLO VIEJO / SAN JUAN /	CERRADO
004	LUBRICADORA GENESIS	LOS RIOS / BABA / BABA / AV. PRINCIPAL	CERRADO
005	MARKET GENESIS	LOS RIOS / PUEBLO VIEJO / SAN JUAN / Y	CERRADO
006	CABINAS TELEFONICAS JENNY	LOS RIOS / PUEBLO VIEJO / SAN JUAN / Y	CERRADO
007	LAVADORA JORDINS	LOS RIOS / PUEBLO VIEJO / SAN JUAN / Y	CERRADO

1 10

Nueva consulta

ANEXO N° 2: Matriz FODA

<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Precios cómodos - Facilidad de compra - Cumplimiento de pagos - Ubicación estratégica 	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento de mercado - Ofrecer servicios a domicilio - Abrir sucursales
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Falta de publicidad y promoción - Falta de personal capacitado - Espacios reducidos - Falta de materiales - Escases de materia prima 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aumento de la competencia - Desastres Naturales - Falta de seguridad



UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO
Facultad de Administración, Finanzas e Informática
SERVICIO AL CLIENTE EN LA EMPRESA LAVADORA Y
LUBRICADORA “SAN JUAN”



Objetivo: Conocer los factores que inciden en el proceso de satisfacción al cliente mediante una encuesta a los consumidores de la empresa Lavadora y Lubricadora “San Juan”, para que generen un gran crecimiento económico, a través del análisis de información de sus clientes

1. ¿Con que frecuencia usted cambia el aceite de su vehículo?

- a) Siempre
- b) Frecuentemente
- c) A veces
- d) Rara vez
- e) Nunca

2. ¿A la hora de ir a Lubricadora y Lavadora San Juan, que aspectos usted considera son importantes?

- a) Personal Idóneo
- b) Precios
- c) Calidad de servicio
- d) Ambiente seguro
- e) Facilidad de pago
- f) Ubicación

- 3. ¿Cómo considera usted los beneficios en la Lubricadora y Lavadora San Juan?**
- a) Excelente
 - b) Muy bueno
 - c) Bueno
 - d) Regular
 - e) Deficiente
- 4. ¿Le gustaría que en una lavadora de autos también den el servicio de mantenimiento vehicular?**
- a) Si
 - b) No
 - c) Tal vez
 - d) Nunca
 - e) Regularmente
- 5. ¿El local da a conocer las características de sus actividades con base al bien y servicio que le da a los clientes?**
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Regularmente
 - e) Nunca
- 6. ¿Cómo considera Usted la atención brindada por parte del personal que labora en la Lavadora y Lubricadora San Juan?**
- a) Excelente
 - b) Muy buena.
 - c) Buena

- d) Regular
- 7. ¿Qué canal de comunicación cree necesario para generar un crecimiento económico en el local de sus productos en el comercial?**
- a) Facebook
 - b) Instagram
 - c) WhatsApp
 - d) Correo electrónico
 - e) Otros
- 8. ¿Cómo considera usted la publicidad que emplea esta empresa para atraer clientes?**
- a) Excelente
 - b) Muy bueno
 - c) Bueno
 - d) Regular
- 9. ¿Qué es lo que más se percata al realizar el lavado de su vehículo?**
- a) Precio
 - b) Calidad
 - c) Promociones
 - d) Marca
- 10. ¿Recomendaría usted a la Lavandería y lubricadora San Juan a sus familiares y conocidos?**
- a) Si
 - b) No
 - c) Tal vez
 - d) Nunca

ANEXO N° 4: Entrevista



UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO
Facultad de Administración, Finanzas e Informática
SERVICIO AL CLIENTE EN LA EMPRESA LAVADORA Y
LUBRICADORA “SAN JUAN”



Objetivo: Determinar cómo afectan los factores en el proceso de ventas de la empresa Lavadora y Lubricadora “San Juan”, mediante un FODA, para que se determine la solución a los problemas que ejecuta la empresa y conseguir el éxito en el negocio

1. ¿Qué factores afectan en el proceso de ventas en la empresa?
2. ¿De qué manera lleva el constante control de las ventas en el comercial?
3. ¿Qué tipo de estrategias implementaría para sus clientes en el comercial?
4. ¿Cuál cree usted que son las amenazas más importantes que influyen para la empresa?
5. ¿Cuál cree usted que son las debilidades más importantes que influyen para la empresa?
6. ¿Cuál cree usted que son las oportunidades y fortalezas importantes en el comercial en el proceso de las ventas?

ANEXO N° 5: Tabulación de Datos

Tabla 1: ¿Con que frecuencia usted cambia el aceite de su vehículo?

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	206	55%
Frecuentemente	44	12%
A veces	68	18%
Rara vez	59	16%
Nunca	0	0%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes

Elaborado por: Joan Merello Yopez

Tabla 2: ¿A la hora de ir a Lubricadora y Lavadora San Juan, que aspectos usted considera son importantes?

Opciones	Frecuencia	%
Personal	102	27%
Precios	115	30.50%
Servicio	97	25%
Ambiente seguro	22	5.83%
Facilidad de pago	6	1.59%
Ubicación	45	10.58%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes

Elaborado por: Joan Merello Yopez

Tabla 3: ¿Cómo considera usted los beneficios en la Lubricadora y Lavadora San Juan?

Opciones	Frecuencia	%
Excelente	100	26.53%
Muy bueno	51	13.53%
Bueno	140	37.14%
Regular	82	22.02%
Deficiente	4	1.06%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes

Elaborado por: Joan Merello Yopez

Tabla 4: ¿Le gustaría que en una lavadora de autos también den el servicio de mantenimiento vehicular?

Opciones	Frecuencia	%
Si	182	48.28%
No	19	5.04%
Tal vez	119	31.57%
Regularmente nunca	57	15.11%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes

Elaborado por: Joan Merello Yopez

Tabla 5: ¿El local da a conocer las características de sus actividades con base al bien y servicio que le da a los clientes?

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	210	56%
Casi siempre	64	17%
A veces	88	23%
Regularmente	5	1%
Nunca	10	3%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes

Elaborado por: Joan Merello Yopez

Tabla 6: ¿Cómo considera Usted la atención brindada por parte del personal que labora en la Lavadora y Lubricadora San Juan?

Opciones	Frecuencia	%
Excelente	81	21%
Muy bueno	167	44%
Bueno	75	20%
Regular	54	14%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes

Elaborado por: Joan Merello Yopez

Tabla 7: ¿Qué canal de comunicación cree necesario para generar un crecimiento económico en el local de sus productos en el comercial?

Opciones	Frecuencia	%
Facebook	194	58%
Instagram	121	30%
WhatsApp	61	9%
Correo electrónico	6	3%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes

Elaborado por: Joan Merello Yopez

Tabla 8: ¿Cómo considera usted la publicidad que emplea esta empresa para atraer clientes?

Opciones	Frecuencia	%
Excelente	55	15%
Muy bueno	146	39%
Bueno	81	21%
Regular	95	25%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes

Elaborado por: Joan Merello Yopez

Tabla 9: ¿Qué es lo que más se percata al realizar el lavado de su vehículo?

Opciones	Frecuencia	%
Precio	155	41%
Calidad	93	25 %
Promociones	104	28%
Marcas	25	7 %
Total	377	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes

Elaborado por: Joan Merello Yopez

Tabla 10: ¿Recomendaría usted a la Lavandería y lubricadora San Juan a sus familiares y conocidos?

Opciones	Frecuencia	%
Si	220	58%
No	109	29%
Tal vez	45	12%
Nunca	3	1%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes

Elaborado por: Joan Merello Yopez

ANEXO N° 6: MATRIZ DE CONSISTENCIA METODOLÓGICA

OBJETIVOS ESPECIFICOS	PROCEDIMIENTO	TÉCNICA	INSTRUMENTO	EVIDENCIA
<p>➤ Determinar los factores que inciden en el proceso de satisfacción al cliente mediante una encuesta a los consumidores de la empresa Lavadora y Lubricadora “San Juan”, para que generen un gran crecimiento económico, a través del análisis de información de sus clientes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Describir los problemas más comunes de la empresa - Desarrollar ideas motivadoras al personal para la resolución de problemas - Recopilar información - Inculcar estrategias innovadoras, para generar mayor ventaja competitiva 	<p>Encuesta</p>	<p>Formulario de preguntas</p>	<p>Reporte de Encuestas</p>
<p>➤ Identificar como afectan los factores en el proceso de ventas de la empresa Lavadora y Lubricadora “San Juan”, mediante un FODA, para que se determine la solución a los problemas que ejecuta la empresa y conseguir el éxito en el negocio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de los competidores - Analizar el impacto económico en el establecimiento - Identificar las amenazas y debilidades que tienen en el mercado - Resaltar las fortalezas y debilidades del estudio de caso. 	<p>Entrevista</p>	<p>Cuestionario de preguntas</p>	<p>Matriz FODA</p>
<p>➤ Recomendar estrategias que faciliten en la satisfacción a los clientes en la empresa Lavadora y Lubricadora “San Juan”, mediante un análisis de información.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Conocer la necesidad del cliente - Identificar a los clientes frecuentes y potenciales - Programas o sistemas de innovación - Satisfacción al cliente 	<p>Entrevista</p>	<p>Ficha de Entrevista</p>	<p>Propuesta de estrategias de satisfacción al cliente</p>

ANEXO N° 7

“TAXONOMIA DE BLOOM”

NIVELES COGNOSCITIVOS					
CONOCIMIENTO Recordar información	COMPRESIÓN Interpretar información poniéndola en sus propias palabras	APLICACIÓN Usar el conocimiento o la generalización en una nueva situación	ANÁLISIS Dividir el conocimiento en partes y mostrar relaciones entre ellas	SÍNTESIS Juntar o unir, partes o fragmentos de conocimiento para formar un todo y contruir relaciones para situaciones nuevas.	EVALUACIÓN Hacer juicios en base a criterios dados.
Anunciar	Clasificar*	Aplicar	Analizar	Adaptar	Aceptar
Bosquejar	Comparar*	Calcular	Asociar	Arreglar	Aportar
Citar	Contrastar*	Cambiar*	Asumir	Cambiar*	Apreciar
Contar	Convertir*	Comprobar	Calcular	Coleccionar	Aprobar
Copiar	Dar ejemplo	Computar	Categorizar*	Combinar	Argumentar
Definir	Describir	Contrastar*	Clasificar*	Compilar	Avaluar
Deletrear	Discutir	Construir*	Comparar*	Componer	Categorizar*
Decir	Distinguir*	Convertir*	Componer	Concluir	Clasificar*
Encontrar	Explicar*	Demostrar	Concluir*	Construir*	Calificar
Enlistar	Expresar	Desarrollar*	Contrastar*	Crear	Comparar*
Escoger*	Identificar*	Dibujar*	Cuestionar	Deducir	Concluir*
Escribir	Ilustrar*	Dramatizar	Criticar*	Definir	Considerar
Etiquetar	Informar	Ejemplificar	Descubrir*	Desarrollar*	Criticar*
Hacer una lista	Interpretar*	Emplear	Desmenuzar	Desenvolver	Debatir
Identificar*	Ordenar	Ensamblar*	Destacar	Dirigir	Decidir
Indicar	Parafrasear	Entrevistar	Dibujar*	Diseñar	Defender*
Leer	Poner en orden	Escoger*	Diagramar	Elaborar	Determinar
Listar	Reafirmar	Estimar*	Diferenciar	Eliminar	Descubrir
Localizar	Reconocer	Extrapolar*	Discutir	Ensamblar*	Disputar
Nombrar	Resumir	Fabricar*	Discriminar	Escribir	Dar importancia
Nominar	Traducir	Ilustrar*	Disecar	Escoger*	Deducir
Mostrar	Revisar	Interpolar	Distinguir*	Establecer	Emitir un juicio
Recitar	Seleccionar*	Interpretar*	Dividir	Especificar	Estimar
Recordar		Hacer uso de	Elegir	Examinar*	Evaluar
Registrar		Manipular	Encuestar	Fabricar*	Escoger
Relatar		Modelar	Ensamblar*	Formular	Explicar*
Repetir		Modificar	Estimar*	Gestionar	Establecer criterio
Reportar		Mostrar	Examinar	Generalizar	Influenciar
Reproducir		Operar	Experimentar*	Hacer	Influir
Rotular		Organizar*	Explicar*	Hipotetizar	Interpretar*
					Juzgar

Parear		Planear*	Extrapolar*	Idear	Justificar
Seleccionar		Practicar	Funcionar	Imaginar	Lograr
Subrayar		Preparar	Inducir	Implementa	Marcar
Organizar*		Producir*	Inferir	Inventar	Medir
Duplicar		Programar	Inspeccionar	Integrar	Opinar
Enumerar		Realizar	Subdividir	Interpretar*	Percibir
Memorizar		Redactar*		Maximizar	Premiar
Ordenar		Relatar		Minimizar	Priorizar
Reconocer		Resolver*		Modificar	Probar
Relacionar		Traducir		Organizar*	Recomendar
		Transformar		Originar	Reglamentar
		Trazar*		Planear*	Reprobar
		Usar		Preparar*	Seleccionar*
		Utilizar		Prescribir	Significar
		Esbozar		Proponer	Valorar
		Solucionar		Producir*	Valuar
				Reconstruir	Atacar
				Resolver*	Elegir
				Reunir	Predecir
				Suceder	Otorgar puntaje
				Suponer	Apoyar
				Teorizar	
				Trazar*	
				Recopilar	
				Redactar*	
				Sintetizar	

ANEXO N° 8: Carta de Autorización

Babahoyo, lunes 6 de febrero del 2023

Magister

Eduardo Gáleas Guijarro

**DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E
INFORMÁTICA**

En su despacho.

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos la **EMPRESA LAVADORA Y LUBRICADORA “SAN JUAN”**, perteneciente a la parroquia San Juan.

Por medio de la presente me dirijo a usted para comunicarle que se ha **AUTORIZADO**, al estudiante **JOAN NAYIT MERELLO YEPEZ**, de la carrera de comercio de la Facultad de Administración, Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo, para que realice el estudio de caso con el tema **SERVICIO AL CLIENTE EN LA EMPRESA LAVADORA Y LUBRICADORA “SAN JUAN”, PERIODO 2022**, el cual es requisito indispensable para poder graduarse.

Sin otro particular me suscribo de usted. –

Atentamente

Ing. José Sucunuta Regalado

C.I: 190027584-1



Babahoyo, 30 de marzo del 2023

CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO

En mi calidad de Tutor del Trabajo de la Investigación de: la Señorita: MERELO YEPEZ JOAN NAYIT, cuyo tema es: **“Servicio al cliente de la empresa Lavadora y Lubricadora San Juan, periodo 2022**, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio Compilatio, obteniendo como porcentaje de similitud de [**5%**], resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución y Facultad.

Considerando que, en el Informe Final el porcentaje máximo permitido es el 10% de similitud, queda aprobado para su publicación.

ESTUDIO DE CASO JOAN MERELLO_ACTUALIZADO (1)

Similitudes: 5%
 Texto entre comillas: < 1%
 Idioma no reconocido: < 1%

Nombre del documento: ESTUDIO DE CASO JOAN MERELLO_ACTUALIZADO (1).docx
 ID del documento: d5816cf89947471a1aaa33c16b5cc23c602a4e9
 Tamaño del documento original: 48,46 kb

Depositante: undefined JOAN NAYIT MERELO YEPEZ
 Fecha de depósito: 29/3/2023
 Tipo de carga: email_submission
 Fecha de fin de análisis: 30/3/2023

Número de palabras: 5691
 Número de caracteres: 35.872

Ubicación de las similitudes en el documento:

Fuentes principales detectadas				
Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	CASO DE ESTUDIO FINAL- ATENCIÓN AL CLIENTE FASHION CENTER.docx El documento proviene de mi grupo 2 Fuentes similares	1%		Palabras idénticas: 1% (50 palabras)
2	www.gestiopeña.com Elementos del servicio al cliente - gestiopeña https://www.gestiopeña.com/elementos-del-servicio-al-cliente/	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (52 palabras)
3	www.gestiopeña.com Un centro de atención al cliente - Gestiopeña https://www.gestiopeña.com/tecnologia/centro-de-serveicio-empleados/1487621.html	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (56 palabras)
4	ca.sagparta.edu.ec https://ca.sagparta.edu.ec/archivos/JORDI DARELY ZEYNA MEDRANDA.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (67 palabras)
5	economiapeña.com Servicio - Qué es, definición y significado 2023 Economiapeña https://economiapeña.com/definicion/servicio.html	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (28 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas				
Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	CARRIEL VELASQUEZ JOSE DAVID.docx Redacción de los clientes en el co... El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (28 palabras)
2	Documento de otro usuario El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (19 palabras)
3	bdigital.zamorano.edu https://bdigital.zamorano.edu/bitstream/handle/11036/6672/1/AGN-2019-T025.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (14 palabras)
4	dfpacc.upsp.edu.ec Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana... https://repositorio.upsp.edu.ec/handle/123456789/931/1/oculomero	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (14 palabras)

Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado.

Ing. José Nivelá Icaza, Ph.D.
DOCENTE DE LA FAFI

ESTUDIO DE CASO JOAN MERELLO_ACTUALIZADO (1)

5% Similitudes
2% Texto entre comillas
 < 1% similitudes entre comillas
 < 1% Idioma no reconocido

Nombre del documento: ESTUDIO DE CASO JOAN MERELLO_ACTUALIZADO (1).docx
 ID del documento: dfd16cf89947471a1aaa33c16b5ccc23c602e4e9
 Tamaño del documento original: 48,46 ko

Depositante: undefined JOAN NAYIT MERELLO YEPEZ
 Fecha de depósito: 29/3/2023
 Tipo de carga: email_submission
 fecha de fin de análisis: 30/3/2023

Número de palabras: 5691
 Número de caracteres: 35.872

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes

Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	CASO DE ESTUDIO FINAL- ATENCION AL CLIENTE FASHION CENTER.docx ... #f6ca5b El documento proviene de mi grupo 2 fuentes similares	1%		Palabras idénticas : 1% (53 palabras)
2	www.gestiopolis.com Elementos del servicio al cliente · gestiopolis https://www.gestiopolis.com/elementos-del-servicio-al-cliente/	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (52 palabras)
3	www.clubensayos.com Un centro de lavado en autoservicio - Tesis - fernandok https://www.clubensayos.com/Tecnología/Un-centro-de-lavado-en-autoservicio/1497031.html 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (56 palabras)
4	cia.uagraria.edu.ec https://cia.uagraria.edu.ec/Archivos/JORDI DARLEY REYNA MEDRANDA.pdf	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (47 palabras)
5	economipedia.com Servicio - Qué es, definición y significado 2023 Economipedia https://economipedia.com/definiciones/servicio.html 3 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (28 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	CARRIEL VELASQUEZ JOSE DAVID.docx Fidelización de los clientes en el co... #19adb7 El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (24 palabras)
2	Documento de otro usuario #3bf115 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (19 palabras)
3	bdigital.zamorano.edu https://bdigital.zamorano.edu/bitstream/11036/6612/1/AGN-2019-T025.pdf	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (14 palabras)
4	dspace.ups.edu.ec Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana... https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/4931?locale=es	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (11 palabras)
5	repositorio.ug.edu.ec http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/35159/6/ANEXO 15 Presidente.pdf	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (10 palabras)

Fuentes ignoradas Estas fuentes han sido retiradas del cálculo del porcentaje de similitud por el propietario del documento.

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	dspace.utb.edu.ec http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/12469/E-UTB-FAFI-COM-000094.pdf?sequence=1	6%		Palabras idénticas : 6% (339 palabras)
2	es.wikipedia.org Centro de lavado de automóviles - Wikipedia https://es.wikipedia.org/wiki/Centro_de_lavado_de_automóviles	1%		Palabras idénticas : 1% (84 palabras)
3	CASO DE ESTUDIO FINAL- ATENCION AL CLIENTE FASHION CENTER.docx ... #adf92e El documento proviene de mi grupo	1%		Palabras idénticas : 1% (53 palabras)
4	CASO DE ESTUDIO FINAL- ATENCION AL CLIENTE FASHION CENTER.docx ... #d66058 El documento proviene de mi grupo	1%		Palabras idénticas : 1% (53 palabras)
5	www.wikiwand.com Centro de lavado de automóviles - Wikiwand https://www.wikiwand.com/es/Lavado_autoservicio	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (54 palabras)

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

- <https://www.beetrack.com/es/blog/como-dar-buen-servicio-al-cliente-sector-logistico>