



**UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACION, FINANZAS E INFORMATICA**

**PROCESO DE TITULACION**

**ABRIL 2024 - AGOSTO 2024**

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

**PRUEBA PRÁCTICA**

**PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE:**

**LICENCIADA EN COMERCIO**

**TEMA:**

**SATISFACCION DEL CLIENTE EN EL SERVICIO TECNICO GHOST**

**SOLUTIONS DEL CANTON BABAHOYO PERIODO 2023**

**ESTUDIANTE:**

**RAMIREZ MILLAN LILIBETH MARIELA**

**TUTOR:**

**ING. SANDOYA VALERO ELSY CARLOTA**

**AÑO**

**2024**

## ÍNDICE

### Contenido

<b>RESUMEN</b> .....	1
<b>ABSTRACT</b> .....	2
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	3
<b>JUSTIFICACION</b> .....	5
<b>OBJETIVOS</b> .....	6
<b>LÍNEA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	7
<b>MARCO TEORICO</b> .....	8
<b>MARCO METODOLOGICO</b> .....	19
<b>RESULTADOS</b> .....	20
<b>DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS</b> .....	25
<b>CONCLUSIONES</b> .....	26
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	27
<b>REFERENCIAS</b> .....	28
<b>ANEXOS</b> .....	30

## RESUMEN

El presente caso de estudio se basa en el análisis de la satisfacción del cliente en el servicio Técnico Ghost Solutions, empresa dedicada a la venta de accesorios para teléfonos y servicios técnicos de reparación y mantenimiento de dispositivos electrónicos, mediante técnicas de investigación, para impulsar la fidelidad y mejorar la reputación. Como punto importante para la ejecución de este caso de estudio se tomó en cuenta la poca atención brindada a la satisfacción de los clientes por parte de los empleados de esta empresa, por lo que se busca analizar cuáles son los aspectos fundamentales que están afectando la empresa y a la vez su valoración.

Para la ejecución de este caso de estudio se aplicó métodos de investigación analítico causa-raíz, este enfoque facilitó la determinación de los factores que afectan el proceso de satisfacción de los clientes, permitiendo comprender a la vez el origen de las dificultades, por medio de la realización de una técnica base como la encuesta dirigida a los clientes, tomando en referencia puntos clave de valoración que se valoraron mediante un cuestionario, con el fin de efectuar un análisis claro de la satisfacción del cliente luego de su compra o adquisición de algún servicio de reparación y a la vez fomentar la implementación de estrategias que mejoren esas falencias.

**Palabras claves:** satisfacción del cliente, factores claves, estrategias

## ABSTRACT

This case study is based on the analysis of customer satisfaction in the Ghost Solutions Technical Service, a company dedicated to the sale of phone accessories and technical services for the repair and maintenance of electronic devices, through research techniques, to promote loyalty and improve reputation. As an important point for the execution of this case study, the little attention given to customer satisfaction by the employees of this company was taken into account, which is why we seek to analyze what are the fundamental aspects that are affecting the company. and at the same time its evaluation.

To carry out this case study, root-cause analytical research methods were applied. This approach facilitated the determination of the factors that affect the customer satisfaction process, allowing us to understand at the same time the origin of the difficulties, through carrying out a basic technique such as a survey directed at customers, taking into account key assessment points that were evaluated through a questionnaire, in order to carry out a clear analysis of customer satisfaction after their purchase or acquisition of a service of repair and at the same time promote the implementation of strategies that improve these shortcomings.

**Keywords:** customer satisfaction, key factors, strategies

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Ghost Solutions es una empresa dedicada a la venta de accesorios para teléfonos y a la vez ofrece servicios técnicos de reparación y mantenimiento para dispositivos electrónicos, se encuentra situada en la ciudad de Babahoyo en la calle 4 entre la J y la K, pertenece al Ing. José Manuel Cabezas Torres el mismo que se encuentra registrado con el RUC 1206870931001, esta empresa tiene en el mercado local más de 5 años de funcionalidad.

La satisfacción del cliente es un indicador crucial que mide como los productos o servicios que ofrece una empresa cumplen o superan las expectativas de los clientes. Es vital para el éxito de una empresa es necesario mantener contento a los clientes, con el fin de obtener su fidelidad. Esto no solo puede generar nuevas oportunidades de ventas, sino que también mejora la reputación de la empresa y esto conlleva a fortalecer la confianza de los clientes.

Como inconveniente principal se ha presentado la poca atención a la satisfacción de los clientes, por lo que se busca analizar cuáles son los aspectos fundamentales que están afectando la empresa y a la vez su valoración. Al no presentar atención en la satisfacción puede presentarse casos en que los clientes se vayan de la empresa o negocio insatisfechos ya sea de la atención brindada o del producto o servicio ofrecido afectando de manera directa la reputación de la empresa.

Actualmente existe una gran competencia en el mercado dedicado a la venta de accesorios y reparaciones de smartphones. Por esta razón es crucial diferenciarse de los competidores, por lo que para lograrlo es fundamental el análisis consecutivo sobre los precios de productos y servicios que ofrece este negocio y la satisfacción de los clientes sobre estos precios establecidos.

Con el objetivo de mantener y aumentar las ventas en Ghost Solutions, la empresa ha puesto en marcha estrategias internas por medio de incentivos que otorgan bonificaciones o comisiones

adicionales a los empleados. A pesar que la ejecución de esta técnica tiene el fin de fomentar competencia saludable entre los empleados motivándolos a aumentar sus ingresos, ha ocasionado realmente esta competencia es la rivalidad entre empleados, originando la poca atención a la satisfacción del cliente y sus necesidades y solo concentrándose en sus propias bonificaciones.

Según el propietario de este negocio menciono que uno de los inconvenientes que sucede con mucha frecuencia en Ghost Solutions es la presencia de comunicación inefectiva, los empleados no ofrecen una comunicación clara y abierta, por ejemplo, no ofrecen respuestas a interrogantes de sus clientes ni resuelven problemas de manera eficiente ocasionando que los clientes se retiren del negocio sin realizar la compra y esto a la vez conlleva a la búsqueda de la competencia.

### **Delimitación del Problema**

**Tema:** satisfacción al cliente en el servicio técnico Ghost Solutions

**Problemática:** Insatisfacción al cliente en el servicio Técnico Ghost Solutions

**Contenido:** Satisfacción al cliente

**Espacial:** La ejecución de este proyecto se realizará en la ciudad de Babahoyo, perteneciente a la provincia de los Ríos.

**Temporal:** El desarrollo del proyecto se realiza desde abril hasta agosto de 2024.

## JUSTIFICACION

La satisfacción del cliente es un elemento crucial para el éxito y la sostenibilidad a largo plazo de Ghost Solutions en el competitivo mercado de accesorios y reparación de smartphones, esta investigación tiene el fin de obtener una satisfacción óptima de los clientes, teniendo en cuenta varios factores clave.

Ofrecer un servicio de calidad, por medio de un equipo bien capacitado y preparado para responder inquietudes de los clientes hasta satisfacer sus necesidades es fundamental, porque una buena atención no solo anima a los clientes a realizar sus compras, sino que también los deja satisfechos, fomentando su fidelidad hacia la empresa y asegurando futuras compras. Las recomendaciones de la empresa solo se obtienen a través de satisfacciones de clientes aumentando así las posibilidades de ventas.

Evaluar la calidad del servicio al cliente analizando la efectividad y eficiencia del servicio de atención ofrecido en la empresa, durante esta evaluación se incluirá la atención brindada antes, durante y después de la realización de la venta, esta con el objetivo de reconocer, analizar y a la vez ofrecer estrategias claves que corrijan falencias existentes durante ese proceso.

La realización del proyecto de investigación sobre la satisfacción del cliente en el servicio técnico de Ghost Solutions es fundamental para el crecimiento y mejora continua del negocio. No solo nos permitirá identificar y solucionar problemas si no que también proporcionara una ventaja competitiva significativa en el mercado, asegurando la lealtad de los clientes y a la vez mejora la reputación de la empresa

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Analizar la satisfacción del cliente en el servicio técnico de Ghost Solutions del cantón Babahoyo mediante técnicas de investigación, para impulsar la fidelidad y mejorar la reputación.

### **Objetivos Específicos**

- Identificar los problemas recurrentes que afectan negativamente la experiencia del cliente en Ghost Solutions.
- Analizar la efectividad y eficiencia del servicio al cliente incluyendo la atención antes, durante y después de la venta, mediante una encuesta dirigida a los clientes.
- Establecer estrategias claves que garanticen la experiencia del cliente, como la aplicación continua de CSAT.



## LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

El estudio de caso titulado “satisfacción del cliente en el servicio técnico Ghost Solutions”, es un diagnóstico dedicado a la exploración y comprensión de los factores que afectan la satisfacción del cliente en este negocio. Este análisis investigativo dada su naturaleza se relaciona con los siguientes lineamientos de investigación:

**Línea de investigación:** Gestión administrativa, financiera, auditora y de control

**Sublínea de investigación:** Comercio y marketing.

Se relaciona de manera directa las actividades que realiza el Servicio técnico Ghost Solutions de la ciudad de Babahoyo con la línea de Investigación, por qué este es un negocio dedicado a la venta de accesorios y a la vez de reparación de smartphones por lo que se necesita de una adecuada gestión en áreas financieras y de control, con el objetivo de satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes y evitar que estos busquen de la competencia para realizar sus compras.

Este caso de estudio se enmarca directamente con la sublínea de comercio y marketing, debido que la variable en estudio es la adecuada atención al cliente y está involucra algunos procesos, entre ellos se encuentra la planificación y ejecución de estrategias específicas para mejorar la satisfacción del cliente y esto conllevara su medición e impacto a través de estudios concurrentes.

## MARCO CONCEPTUAL

Los clientes juegan un papel fundamental en toda entidad empresarial muy aparte que esta sea una gran empresa o tan solo un pequeño negocio. Por esta razón, es importante que cualquier entidad dedicada a la venta de productos u ofrece algún servicio cuente con un conjunto detallado de información, que le permita comprender los intereses y necesidades de los consumidores al querer realizar una compra.

La etimología de la palabra “cliente” descende del latín “cliens”, que significa “protegido”. Basado en esto, también se define como una persona que está bajo la protección de una acción legal o tutela, en este caso, es el contexto de un intercambio comercial (Martínez, 2023).

Para Tinajero Marlon se define como cliente a un individuo o persona que realiza una actividad comercial en la búsqueda de compensar una necesidad mediante la adquisición de un producto o servicio, además este se caracteriza por formar parte fundamental del desarrollo organizacional. Por otro lado, la perspectiva del servicio se desarrolla en base a los requerimientos y necesidades establecidas dentro del mercado (Jiménez T, 2021).

Según (Atonal N), define al cliente como aquel individuo, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o adquisición de un servicio que necesita o desea para su uso, para otra persona o para el uso de una empresa u organización, por lo cual, es el motivo principal por el que se crean producen o fabrican productos.

Es crucial distinguir entre los conceptos de cliente y consumidor. El consumidor es quien realmente usa el producto o disfruta los beneficios del servicio obtenido, mientras que el cliente es quien efectúa la compra o adquisición del producto, independientemente de si lo usara o no.

### **Servicio al cliente.**

Es un proceso empresarial que integra herramientas tecnológicas y estrategias de marketing para optimizar la experiencia del consumidor. Este proceso abarca la interacción de la empresa con los clientes, tanto durante el acto de compra como en la postventa, especialmente cuando surgen inconvenientes relacionados con el producto adquirido. (Azkue, 2022)

Los consumidores buscan un trato personalizado, en el que se les atienda de manera fácil, intuitiva y ágil. Cuando un cliente solicita servicio, demuestra su confianza en la empresa y su expectativa de recibir ayuda en cualquier situación. Si esta expectativa no se cumple, el cliente puede optar por cambiar a otra empresa o marca que ofrezca mejor servicio y relaciones.

Una empresa que prioriza la excelencia en el servicio al cliente puede reducir significativamente los costos operativos y mejora el flujo de operaciones, permitiendo un mayor enfoque en otros aspectos del negocio (Cardozo, 2024).

Podemos determinar que el servicio al cliente es el soporte y la asistencia que una empresa ofrece a su cliente antes, durante y después de la compra de sus productos o servicios. Un buen servicio al cliente puede marcar la diferencia en la percepción de la marca y en la fidelidad del cliente. Los componentes principales durante este servicio es la accesibilidad, la rapidez y eficiencia, el ofrecer personalización durante su proceso, la competencia, la cortesía y profesionalismo de los vendedores, por último, ofrecer un seguimiento o conocido como retroalimentación después de la realización de la compra.

### **Satisfacción a los clientes.**

La satisfacción de los clientes es crucial para cualquier empresa, esta no solo impacta de

manera directa en las ventas y la rentabilidad, está a la vez juega un papel fundamental en la construcción de una reputación sólida, en la eficiencia operativa de la empresa y en la creación de una ventaja competitiva sostenible. Es decir, la satisfacción de un cliente no solo es un indicador de éxito si no que también un predictor de su éxito futuro. Mantener a los clientes satisfechos fomenta la lealtad, impulsa reputación y genera un sostenible crecimiento.

Según (CEJIDO, 2022), la satisfacción de los clientes es la búsqueda de la complacencia para las empresas, en el cual los factores económicos y sociales intervienen en la información y los requerimientos de los clientes. La satisfacción de los clientes es el beneficio de ofrecer los servicios y bienes que se ajustan o desbordan a sus necesidades o perspectivas las mismas que se conocen como “calidad esperada”. El cliente que adquiere un producto revisa y toma en consideración sus apreciaciones para compararlas con lo deseado y valorar este a la vez.

Según (Pozo, 2022) el objetivo de la satisfacción del cliente es asegurar que los clientes estén contentos y satisfecho con los productos o servicios proporcionados por una determinada empresa o marca. Conseguir altos niveles de satisfacción promete grandes recompensas, desde fomentar la lealtad del cliente hasta establecer una reputación sólida. Todo esto contribuye al éxito a largo plazo y a obtener una ventaja competitiva en el mercado.

### **Beneficio de la satisfacción al cliente.**

Existen varios beneficios que toda empresa puede obtener al lograr la satisfacción de sus clientes, éstos pueden ser divididos en tres grandiosos beneficios que ofrecen una idea clara acerca

de la importancia de alcanzar la satisfacción del cliente cualquier empresa y estos son:

**Lealtad de sus clientes:** El cliente satisfecho, por lo frecuente, vuelve a adquirir otro servicio o producto. Por tanto, la empresa consigue como beneficio su lealtad y por ende, la posibilidad de venderle otros o el mismo productos en el futuro.

**Embajadores de la marca:** Los clientes satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con el servicio o producto. Por tal razón, la empresa adquiere como beneficio una difusión gratuita o también podemos determinar esto como ganar embajadores de marcas, es decir que el cliente satisfecho comunica su satisfacción a sus seres queridos y amistades cercanas como lejanas.

**Participación en el mercado:** obtenemos a un cliente satisfecho que deja a un lado a la competencia. Por consiguiente, la empresa u organización obtiene como beneficio un determinado lugar en el mercado. (Thompson, 2018)

### **Dimensiones de satisfacción del cliente.**

El logro de la satisfacción del cliente se compone de varias dimensiones clave que trabajan en conjunto con la percepción y experiencia del cliente con una empresa, producto o servicio. Las empresas que logran equilibrar y optimizar estas dimensiones tienden a obtener niveles más altos de satisfacción y lealtad del cliente.

Según (Morocho R, 2018) determina que las dimensiones de una empresa para lograr la satisfacción de los clientes son:

- a) **Calidad funcional percibida:** La brecha que existe entre el valor de las expectativas previas a recibir un servicio o producto y la percepción tras haberlo recibido es fundamental para entender sobre la satisfacción del cliente. Teniendo

referencia a como se presta el servicio o como el cliente percibe el trato, lo que permite tomar medidas adecuadas, como capacitaciones o premios al personal, siempre teniendo la orientación a mejorar la satisfacción.

**b) Calidad técnica percibida:** Se fundamenta en las características inherentes del servicio, cuales se cumple con el desarrollo necesario para escoger el producto o servicio.

**c) Calidad valor percibido:** la percepción que el precio pagado justifica el valor recibido en términos de calidad y beneficios de los productos o servicio adquirido.

(pág. 23)

### **Niveles de satisfacción del cliente.**

Su evaluación se ejecuta en el proceso post venta, una vez que los clientes adquieren el producto o servicio, su nivel de satisfacción se puede revelar en una de estas categorías:

**Muy Insatisfecho:** El cliente observa que el beneficio recibido del producto no cubre sus expectativas, es decir los clientes están profundamente descontentos con el producto o servicio, es muy probable que esto cuente como una experiencia negativa la cual va a difundirse, disuadiendo a otros potenciales clientes.

**Insatisfecho:** Los clientes están decepcionados por que el producto o servicio adquirido no cumplió con sus expectativas, en este nivel las quejas y devoluciones son muy comunes. Estos clientes se caracterizan porque pueden tolerar un servicio si no tienen otra opción inmediata, pero buscaran alternativas.

**Neutral:** en este nivel se caracterizan los clientes por mostrar aceptabilidad a un producto o servicio, pero este no es excepcional, estos pueden considerar la búsqueda de la competencia

para satisfacción total de sus necesidades.

**Satisfecho:** Cuando el cometido descubierto del producto coincide con las expectativas, se habla de la Satisfacción, más sin embargo estos clientes pueden estar contentos con el producto o servicio adquirido que piensan en realizar una siguiente compra, pero su lealtad no es segura.

**Totalmente satisfecho:** Se origina cuando el desempeño percibido excede a las expectativas. Es decir, los clientes están extremadamente contentos con los productos o servicio adquirido, presentando un alto grado de lealtad convirtiéndose en defensores cruciales de la marca y a menudo están dispuestos a pagar por la misma experiencia repitiendo sus compras (Efimpera, 2021)

Dicho esto, se puede deducir el cliente complacido será leal a su proveedor porque siente una afinidad emocional que supera ampliamente a una simple preferencia racional. Por esta razón las empresas deben esforzarse en obtener que sus clientes obtengan una experiencia satisfactoria es decir ese momento debe ser de complacencia, y para ello los vendedores de una empresa deben ofrecer solamente lo que pueda entregar, y luego si está a su alcance entregar un poco más de lo prometido.

### **Calidad de servicio.**

Es un aspecto crítico en la satisfacción del cliente y a la vez en el éxito general de una empresa, este implica una evaluación de cuán bien se entrega un servicio en comparación con las expectativas y requerimientos de los clientes.

Para (Castro, 2022) “la calidad de servicio es un modelo desarrollado para crear estrategias que comprendan la satisfacción del cliente a lo largo de todo su viaje de compra, mediante el análisis de la brecha entre la experiencia del cliente y sus expectativas con respecto a los productos

o servicios prestados”.

Según (Camara, 2020) declara que es necesario la:

**Identificación de necesidades del cliente.** El negocio exitoso es aquel que obtiene beneficio de satisfacción a las necesidades del cliente y tomando en cuenta las oportunidades del mercado. A veces, a pesar de buscar intensamente, no encontramos ese producto específico que teníamos en mente y en el que habíamos depositado muchas expectativas. Es necesario realizar numerosos estudios, para tener una idea clara de lo que el usuario necesita. Sus “peticiones” deben ser analizados en el contexto de una investigación de mercado global.

Según (Ortega, 2020), expone que es necesario la:

**Medición de la satisfacción al cliente.** Medir la satisfacción del cliente es un proceso que las organizaciones llevan a cabo para justar sus productos o mejorar el servicio que ofrecen a sus clientes, con el objetivo de lograr su satisfacción y fidelización a la empresa. Se puede distribuir encuestas y cuestionarios para obtener informaciones relevantes que puedan ser analizados con el fin de tomar buenas decisiones.

Según, (Cruz, 2021) determina que los componentes de la calidad de servicio son elementos esenciales que determinan como los clientes perciben y evalúan el servicio percibido y estos son:

**Fiabilidad:** capacidad de la empresa para entregar el producto o servicio prometido de manera consistente y preciso.

**Capacidad de respuesta:** rapidez y disposición con la que los empleados de una empresa



atienden las necesidades o requerimientos de los clientes. Es decir, responde de manera rápida a las consultas al igual que el solucionar cuestionamiento de manera eficiente.

**Seguridad:** el brindar confianza y seguridad en los clientes es crucial y se brinda mediante la cortesía, empatía y capacidad del personal de una empresa.

**Accesibilidad:** brindar facilidad a los clientes para poder acceder a los servicios y obtener ayuda inmediata cuando la necesitan.

**Personalización:** la capacidad de adaptar el servicio a las necesidades y preferencias individuales de los clientes. (pág. 17)

En resumen, enfocarse en estos componentes ayuda a la empresa a ofrecer un servicio de alta calidad y este a la vez contribuye en la experiencia de los clientes, en la diferenciación de la empresa con la competencia, reducción de costos el mismo que colabora en el éxito empresarial.

### **Metodologías**

Según (Muguirra, 2023), determina que para la ejecución de un correcto evaluó y análisis de la satisfacción del cliente es necesario el uso de metodologías que tienen el objetivo de brindar información clara y precisa del servicio y a la vez de la experiencia de los clientes antes, durante y después de la compra de un producto o adquisición de servicio. Estas metodologías son:

#### **Encuesta de satisfacción al cliente**

Esta metodología se caracteriza por la ejecución de un cuestionario diseñado con preguntas dirigidas al evaluó de diversos aspectos de la experiencia de un cliente, durante y después de la realización de una compra de producto o adquisición de un servicio. Esta permite a los clientes calificar su nivel de satisfacción en una escala es decir de 1 a 5 o en ocasiones de 1 a 10 esto dependerá abiertamente de la empresa.

### **Net Promoter Score (NPS)**

Durante esta metodología se mide la probabilidad de que un cliente recomiende o no una empresa. Por lo general se mide mediante una escala de 0 a 10 donde de 0 a 6 se consideran detractores, de 7 a 8 clientes pasivos mientras que de 9 a 10 se consideran clientes promotores.

### **Customer Satisfaction Score (CSAT)**

Metodología caracterizada por medir la satisfacción inmediata con un producto o servicio específico, es decir este se evalúa consecutivo a una compra o adquisición de un servicio en una empresa.

Se ejecuta por medio de un cuestionario claro y conciso muchas veces con el uso de una sola pregunta, la misma que es evaluada en una escala de calificación simple de 1 a 5.

### **Análisis de FEEDBACK**

Análisis de los comentarios recibidos luego de la ejecución de encuestas abiertas que se efectúan a través del uso de diversos canales, como redes sociales, reseñas en línea y formularios de retroalimentación.

### **Herramientas tecnológicas para la aplicación de Metodologías**

Según (Zea y otros, 2022), determina que para la ejecución de las diferentes metodologías de análisis de Satisfacción del cliente es necesario el uso de diversas herramientas entre ellas encontramos las siguientes:

#### **Software de Gestión de Relaciones con Clientes (CRM):**

Su función principal es la Integración de encuestas y seguimiento de interacciones con clientes.

#### **Plataformas de Encuestas Online:**

Su objetivo es la Creación y distribución de encuestas, análisis de resultados. Como el uso de Google Forms.

**Herramientas de Análisis de Sentimientos:**

Determinado como un Análisis de comentarios en redes sociales y reseñas en línea para evaluar el sentimiento general hacia la marca.

**Sistemas de Feedback en Tiempo Real:**

Su función es la recopilación de retroalimentación inmediata durante la interacción del cliente con la empresa. (pág. 27)

Varios departamentos de una empresa juegan un papel importante en la satisfacción del cliente, cada uno contribuyendo de diferentes maneras para asegurar la fidelidad de los clientes por medio de una experiencia positiva. Entre ellos se destacan.

**Departamento de servicio al cliente:** encargado de proporcionar un soporte directo a los clientes, respondiendo consultas o interrogantes y resolviendo problemas, su responsabilidad es ofrecer una experiencia fluida y satisfactoria brindando soluciones rápidas y eficaces.

**Departamento de ventas:** responsable de interactuar con los clientes durante el proceso de compra, proporcionando información clara y precisa de los productos o servicios que ofrece la empresa contribuyendo en la toma de decisiones de los clientes para la ejecución de la compra o adquisición de servicio.

**Marketing:** responsable de alinear las expectativas del cliente con la oferta real, a la vez es el encargado de proporcionar descuentos, promociones durante el proceso de ventas hasta lograr la ejecución de la compra.

**Departamento de logística:** encargado de gestionar el almacenamiento, el manejo y la

distribución de los productos, con el fin de asegurar la entrega puntual y eficiente de pedidos, evitando malas experiencias en los clientes.

Departamento de RRHH: Encargado de reclutar, capacitar y gestionar al personal encargado de interactuar con el cliente, esta capacitación se concentra en el conocimiento de los productos y servicios que ofrece la empresa. Al igual de los valores responsables para proporcionar un excelente servicio al cliente. (Coello, 2019)

## MARCO METODOLOGICO

### METODO

Se empleó el método analítico causa-raíz en el presente estudio de satisfacción del cliente para analizar los factores que influyen en este proceso en el servicio Técnico Ghost Solutions. Este enfoque facilitó la determinación de los factores que afectan el proceso de satisfacción de los clientes, permitiendo comprender a la vez el origen de las dificultades.

### TECNICAS

**Encuestas:** Dirigidas a los clientes, con el objetivo de identificar los aspectos o factores que influyen en la satisfacción de las necesidades por la cual han acudido al negocio. Esta exploración facilitará efectuar un análisis profundo el mismo que favorecerá en la implementación de estrategias que sean soluciones a los problemas identificados durante el estudio. Se ejecuto por medio del uso de un índice de satisfacción del cliente (CSAT), en la misma que se utilizó la escala de Likert que consiste en una valoración de 1 a 5 donde 1 es muy insatisfecho y 5 es totalmente satisfecho.

### INSTRUMENTOS

**Cuestionario:** se implementó la estrategia de la encuesta por medio del uso de un cuestionario de 5 preguntas fundamentales aplicadas a los clientes que asisten al negocio. Esta herramienta servirá como fundamento y orientación para el desarrollo de este caso de estudio.

### Población

Se considero una población muestra, de 120 clientes que asistieron al local en una determinada fecha.

## RESULTADOS

### 1. ¿Qué tan satisfecho esta con la calidad de los productos que ofrecemos en nuestro almacén?

Valoraciones	Clientes
1.- muy insatisfecho	33
2. Insatisfecho	25
3. indiferente	25
4. satisfecho	20
5. muy satisfecho	17
TOTAL	120

$$\text{CSAT} = (20+17) / 120$$

$$\text{CSAT} = 37 / 120$$

$$\text{CSAT} = 0,308$$

$$\text{CSAT} = 31\%$$

El nivel de satisfacción del cliente sobre la calidad de los productos es de 31%

#### **Análisis:**

Según los resultados de la primera pregunta de la encuesta de índice de satisfacción al cliente se obtuvo un total porcentual de 31% de clientes satisfechos, este se encuentra por debajo del 50%, valor por el cual se recomienda establecer estrategias o un plan de acción sobre este factor.

**2. ¿Qué tan satisfecho está con los precios de los productos y servicios en comparación con otros almacenes?**

Valoraciones	Clientes
1.- muy insatisfecho	30
2. Insatisfecho	20
3. indiferente	10
4. satisfecho	32
5. muy satisfecho	28
TOTAL	120

$$\text{CSAT} = (32+28) / 120$$

$$\text{CSAT} = 60 / 120$$

$$\text{CSAT} = 0,50$$

$$\text{CSAT} = 50\%$$

El nivel de satisfacción del cliente sobre los precios de los productos y servicios es de 50%

**Análisis:**

Según los resultados de la segunda pregunta de la encuesta de índice de satisfacción al cliente se obtuvo un total porcentual de 50% de clientes satisfechos, este se encuentra en un porcentaje normal por lo que se cree que es una base fundamental que cuenta este negocio para mantenerse en el mercado local por más tiempo.

**3. ¿Qué tan satisfecho está con el conocimiento de los vendedores sobre los productos y servicios que ofrecemos en nuestro almacén?**

valoraciones	Clientes
1.- muy insatisfecho	35
2. Insatisfecho	32
3. indiferente	9
4. satisfecho	21
5. muy satisfecho	23
TOTAL	120

$$\text{CSAT} = (21+23) / 120$$

$$\text{CSAT} = 44 / 120$$

$$\text{CSAT} = 0,36$$

$$\text{CSAT} = 36\%$$

El nivel de satisfacción del cliente sobre el conocimiento de los vendedores sobre los productos y servicios es de 36%.

**Análisis:**

Según los resultados de la tercera pregunta de la encuesta de índice de satisfacción al cliente se obtuvo un total porcentual de 36% de clientes satisfechos, este se encuentra por debajo del 50%, valor por el cual se recomienda establecer estrategias o un plan de acción sobre este factor.



**4. ¿Qué tan satisfecho esta con la variedad de productos disponibles en nuestro almacén?**

valoraciones	Clientes
1.- muy insatisfecho	26
2. Insatisfecho	22
3. indiferente	10
4. satisfecho	32
5. muy satisfecho	30
TOTAL	120

$$\text{CSAT} = (32+30) / 120$$

$$\text{CSAT} = 62 / 120$$

$$\text{CSAT} = 0,51$$

$$\text{CSAT} = 51\%$$

El nivel de satisfacción del cliente sobre la variedad de los productos es de 51%.

**Análisis:**

Según los resultados de la segunda pregunta de la encuesta de índice de satisfacción al cliente se obtuvo un total porcentual de 51% de clientes satisfechos, este se encuentra en un porcentaje normal por lo que se cree que es una base fundamental que cuenta este negocio para mantenerse en el mercado local por más tiempo.

**5. ¿Qué tan satisfecho está con la atención al cliente que recibió en nuestro almacén**

valoraciones	Clientes
1.- muy insatisfecho	33
2. Insatisfecho	30
3. indiferente	17
4. satisfecho	18
5. muy satisfecho	22
TOTAL	120

$$\text{CSAT} = (18+22) / 120$$

$$\text{CSAT} = 40 / 120$$

$$\text{CSAT} = 0,3333$$

$$\text{CSAT} = 33\%$$

El nivel de satisfacción del cliente sobre la atención recibida es de 33%

**Análisis:**

Según los resultados de la tercera pregunta (pregunta base) de la encuesta de índice de satisfacción al cliente se obtuvo un total porcentual de 33% de clientes satisfechos, este se encuentra por debajo del 50%, valor por el cual se recomienda establecer estrategias o un plan de acción.

## **DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS**

De acuerdo a los resultados y análisis de la encuesta aplicada a los clientes del servicio técnico Ghost Solutions por medio del método de CSAT (Índice de satisfacción al cliente) la misma que fue aplicada con el objetivo de medir la satisfacción de los clientes con los productos y los servicios de reparación de smartphones que ofrecen en su negocio, se pudo deducir que los factores que influyen en la satisfacción de los clientes es la calidad de los productos que ofrecen, y a la vez la poca capacitación de los empleados sobre sus productos y servicios que ofrecen, por lo que se recomienda la implementación de estrategias o un plan de acción sobre estos factores con el fin de que estos sean mejorados.

Por otro lado, se obtuvo resultados favorables sobre los precios establecidos y la variedad en los productos y los servicios que ofrecen, se conoce que los precios razonables contribuyen a que los clientes perciban que están obteniendo un buen valor por su dinero, y esta percepción a la vez es fundamental para satisfacer al cliente. Además, el ofrecer variedad y precios justos y razonables permite a una empresa o negocio competir eficazmente en el mercado y mantenerse mayor tiempo.

Se obtuvo un valor muy considerable de satisfacción del cliente, por lo que se toma en consideración la implementación de estrategias o un plan de acción para crear un éxito empresarial sostenible, entre estos la ejecución del tercer objetivo específico de este estudio, que es el monitoreo continuo de satisfacción del cliente

## CONCLUSIONES

Considerando los resultados y el análisis de la encuesta de satisfacción del cliente (CSAT) aplicada a los clientes en el Servicio Técnico Ghost Solutions, se pueden extraer las siguientes conclusiones:

- Los clientes valoran positivamente la calidad tanto en los productos como en los servicios que se les ofrece, es decir este es un factor determinante en la satisfacción al cliente.
- Debido a la carencia de conocimientos de los vendedores sobre los productos y servicios que ofrecen, se ha visto en la necesidad de implementar un plan de acción para mejorar la formación del personal, esto podría ayudar en la satisfacción de las necesidades de los clientes.
- El mantener precios competitivos y una oferta variada es esencial para un negocio esto es esencial para la sostenibilidad en el mercado a largo plazo.
- Los clientes tienen una percepción favorable sobre los precios establecidos, considerándolos razonables, esto contribuye en la satisfacción del cliente por crear una idea de ofrecer un buen valor por su dinero.

## RECOMENDACIONES

Para mejorar la satisfacción del cliente y asegurar el éxito empresarial de Servicio Técnico Ghost Solutions, se proponen el estudio e implementación de las siguientes recomendaciones:

- Implementar un sistema riguroso de auditoria y control de calidad con la finalidad cumplir con estándares de calidad altos.
- Desarrollar y ejecutar un programa de capacitaciones continuas para los empleados, enfocado en el conocimiento de los productos y servicios que ofrecen.
- Implementar un sistema de gestión de inventario con el fin de mantener una variedad adecuada de productos y servicios, sin incurrir en costos excesivos.
- Implementar practicas eficientes de gestión de costos con el fin de mantener precios competitivos, pero sin afectar la calidad.

## REFERENCIAS

- Atonal N, J. C. (s.f.). *Definición de Cliente* . Scribd . Obtenido de <https://es.scribd.com/document/67594325/Definicion-de-Cliente>
- Azkue, I. d. (2022). *Concepto.de* . Recuperado el 24 de Julio de 2024, de <https://concepto.de/servicio-al-cliente/>
- Camara. (2020). *Un negocio de éxito es aquel que obtiene beneficios mediante las necesidades del cliente y lo que le está ofreciendo el mercado. En ocasiones, por más que buscamos, no localizamos ese producto que tenemos en la cabeza y sobre el que nos habíamos hecho muc.* Obtenido de <https://www.mba-madrid.com/marketing/como-identificar-necesidades-cliente-en-el-mercado/>
- Cardozo, L. (2024). *TODO sobre el servicio al cliente: qué es, la importancia y los principios.* Obtenido de <https://www.zenvia.com/es/blog/todo-sobre-el-servicio-al-cliente-que-es-la-importancia-y-los-principios/>
- Castro, J. (2022). *Calidad del servicio: Qué es, tipos y cómo medirlo.* Obtenido de <https://blog.corponet.com/calidad-del-servicio-que-es-tipos-y-como-medirlo>
- CEJIDO, K. L. (21 de 10 de 2022). *SATISFACCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA "JEHOVÁ ES MI DUEÑO" EN.* Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/12980/E-UTB-FAFI-COM-000156.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Coello, J. (2019). Análisis de la percepción y satisfacción del cliente de una empresa pública ecuatoriana. *ESPACIOS* , 40(32). <https://doi.org/ISSN 0798 1015>
- Cruz, M. (2021). La calidad de los servicios y la satisfacción de los clientes. *Dialnet*, 7(4), 17. <https://doi.org/2477-8818>

- Efimpersa. (2021). *Calidad de servicio y Satisfacción del cliente*. Obtenido de <https://efiempersa.com/es/blog/efimpersa-satisfaccion-del-cliente/>
- Jiménez T, M. (31 de 01 de 2021). *LA TÉCNICA DE IADOV. NIVELES DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN RM LATACUNGA*. Obtenido de <http://190.15.139.149/index.php/prospectivasutc/article/view/317/270>
- Martínez, A. (2023). *Definición del Cliente* . Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/cliente/>
- Morocho R, C. T. (2018). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa Alpercorp S.A.* Obtenido de [https://riva.upeu.edu.pe/index.php/ri\\_va/article/view/1279/1622](https://riva.upeu.edu.pe/index.php/ri_va/article/view/1279/1622)
- Muguira, A. (2023). *Elementos que conforman la satisfacción al cliente*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/elementos-de-la-satisfaccion-al-cliente/>
- Ortega, C. (2020). *Atención al cliente: Qué es y cómo mejorarla*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/atencion-al-cliente-que-es/>
- Pozo, J. (2022). *Satisfacción del cliente ¿Qué es y cómo medirla?* Obtenido de <https://elviajedelcliente.com/satisfaccion-del-cliente/>
- Thompson, I. (31 de 03 de 2018). *La Satisfacción del Cliente* . Obtenido de [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/44275060/Satisfaccion\\_del\\_Cliente-libre.pdf?1459466051=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa\\_Satisfaccion\\_del\\_Cliente.pdf&Expires=1721696972&Signature=Q-ykkDAJqczfjAvc3P~TxnfnDSW4-M1wXFoO2vOJ-winARZvXP](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/44275060/Satisfaccion_del_Cliente-libre.pdf?1459466051=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa_Satisfaccion_del_Cliente.pdf&Expires=1721696972&Signature=Q-ykkDAJqczfjAvc3P~TxnfnDSW4-M1wXFoO2vOJ-winARZvXP)
- Zea, M., Morán Ch, D., Vergara R, A., & Jimber del Río, J. (2022). Modelos de satisfacción al cliente: Un análisis de los índices más relevantes. *Revista Científica RES NON VERBA* , 12(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.21855/resnonverba.v12i2.735>.

## ANEXOS

### ANEXO 1. CUESTIONARIO PARA LA ENCUESTA A LOS CLIENTES EN EL SERVICIO TÉCNICO GHOST SOLUTIONS

**Objetivo:** Evaluar y analizar la satisfacción del cliente luego de la compra de algún producto o servicio de reparación.

**1. ¿Qué tan satisfecho está con la calidad de los productos ofrecemos en nuestro almacén?**

1 muy insatisfecho

2 insatisfecho

3 indiferente

4 satisfecho

5 muy satisfecho

**2. ¿Qué tan satisfecho está con los precios de los productos en comparación con otros almacenes?**

1 muy insatisfecho

2 insatisfecho

3 indiferente

4 satisfecho

5 muy satisfecho

**3. ¿Qué tan satisfecho está con el conocimiento de los vendedores sobre los productos y servicios que ofrecemos en nuestro almacén?**



1 muy insatisfecho

2 insatisfecho

3 indiferente

4 satisfecho

5 muy satisfecho

**4. ¿Qué tan satisfecho está con la variedad de productos disponibles en nuestro almacén?**

1 muy insatisfecho

2 insatisfecho

3 indiferente

4 satisfecho

5 muy satisfecho

**5. ¿Qué tan satisfecho está con la atención al cliente que recibió en nuestro almacén?**

1 muy insatisfecho

2 insatisfecho

3 indiferente

4 satisfecho

5 muy satisfecho

**Comentarios:**

**ANEXO 2. SOLICITUD AL DECANATO DE LA FACULTAD**

Babahoyo, 13 de Mayo del 2024

Magister

Eduardo Galeas Guijarro

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

En su despacho.

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos **GHOST SOLUTIONS** de la ciudad de Babahoyo del cantón Babahoyo, provincia de Los Ríos.

Por medio de la presente me dirijo a usted para comunicarle que se ha **AUTORIZADO** al estudiante **RAMIREZ MILLAN LILIBETH MARIELA** 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: **SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SERVICIO TÉCNICO GHOST SOLUTIONS DEL CANTÓN BABAHOYO, PERIODO 2023** el cual es requisito indispensable para poder titularse.

Sin otro particular me suscribo de usted

Atentamente

Jose Manuel Cabezas Torres

1206870931

[jcabezas881@gmail.com](mailto:jcabezas881@gmail.com) 0960737309

### ANEXO 3. RUC DE SERVICIO TECNICO GHOST SOLUTIONS

## Consulta de RUC

RUC  
1206870931001

Razón social  
CABEZAS TORRES JOSE MANUEL

Estado contribuyente en el RUC

**ACTIVO**

**Actividad económica principal**

VENTA AL POR MENOR DE EQUIPOS DE TELECOMUNICACIONES: CELULARES, TUBOS ELECTRÓNICOS, ETCÉTERA. INCLUYE PARTES Y PIEZAS EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS.

Contribuyente fantasma

NO

Contribuyente con transacciones inexistentes

NO

Tipo contribuyente	Régimen	Categoría
PERSONA NATURAL	RIMPE	NEGOCIO POPULAR

Obligado a llevar contabilidad	Agente de retención	Contribuyente especial
NO	NO	NO

Fecha inicio actividades	Fecha actualización	Fecha cese actividades	Fecha reinicio actividades
2018-04-16	2022-02-21	2020-07-14	2022-02-21

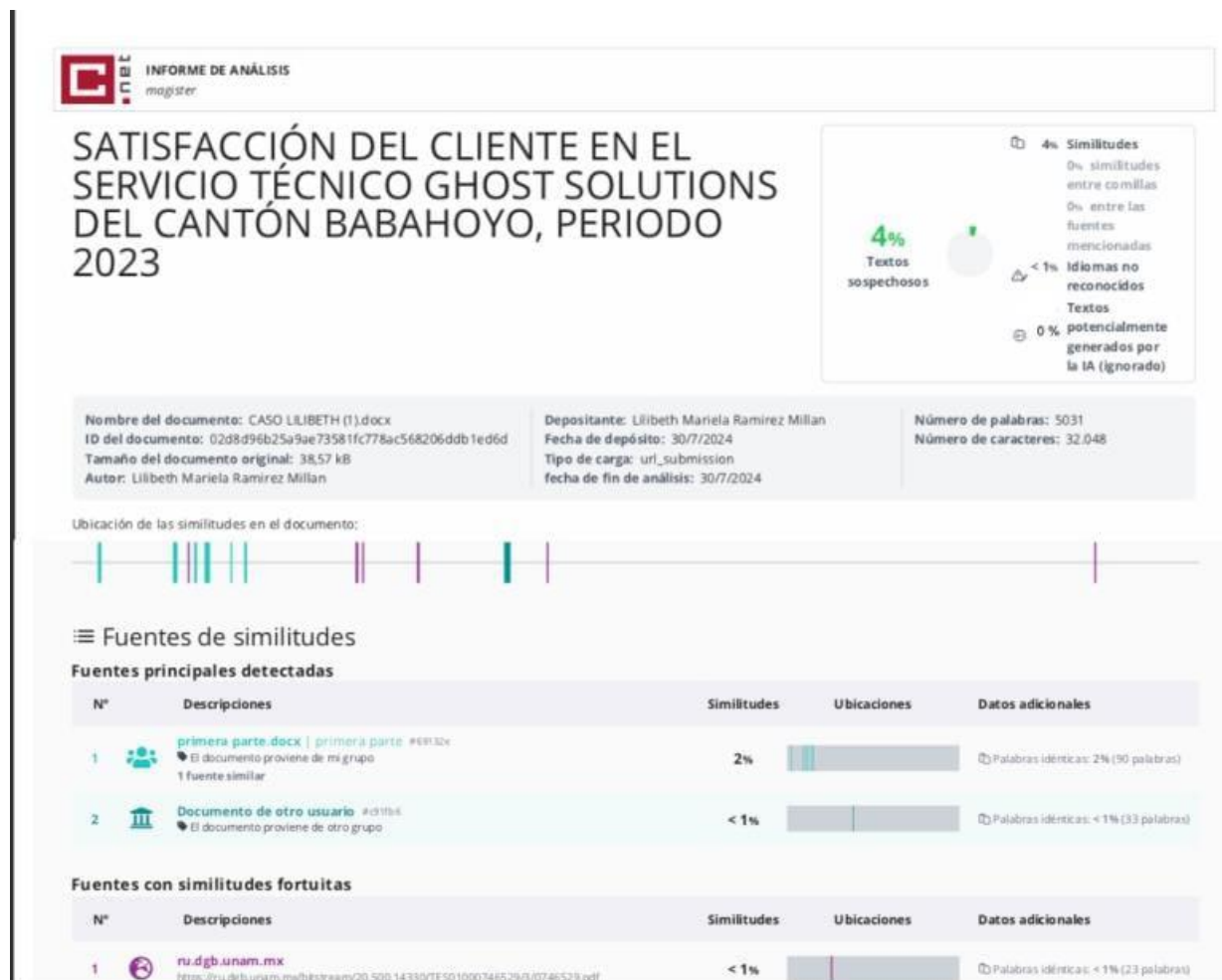
Ocultar establecimientos

### Establecimiento matriz:

#### Lista de establecimientos - 1 registro

Nº establecimiento	Nombre comercial	Dirección de establecimiento	Estado del establecimiento
001	SERVICIO TECNICO GHOST SOLUTIONS	LOS ROS / BABA-HOVO / CIMENTOS BAQUER 20 / 27 DT. MAYO S/N Y CUARTA	ABIERTO

## ANEXO 4. INFORME ANTI-PLAGIO



## ANEXO 5 INFORME FIRMADO POR EL DOCENTE



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA  
CARRERA DE COMERCIO

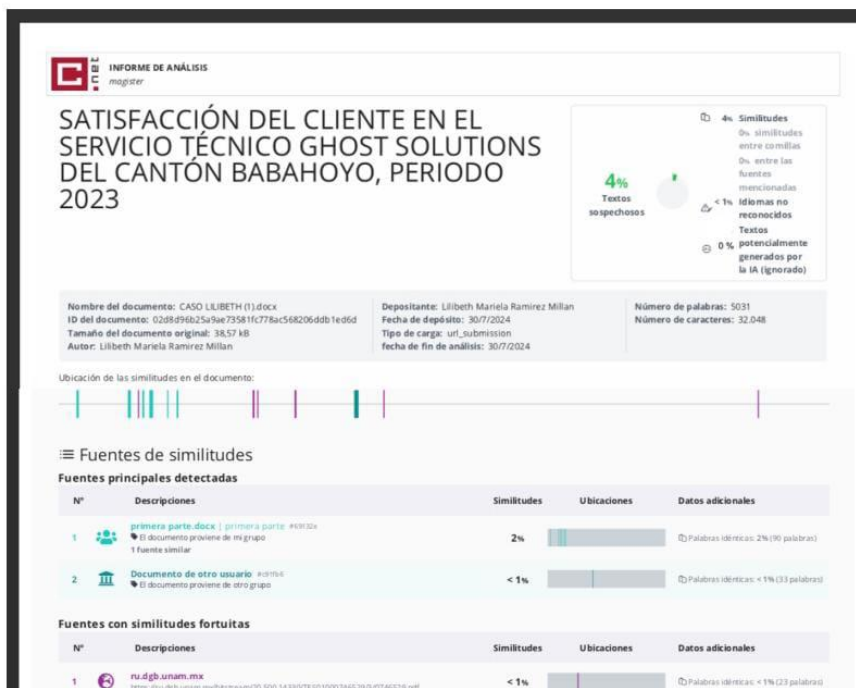


Babahoyo, 01 de agosto del 2024

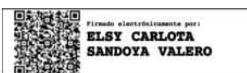
### CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO

En mi calidad de Tutor del Trabajo de la Investigación de la Srta.: **RAMIREZ MILLAN LILIBETH MARIELA**, cuyo tema es: **SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SERVICIO TÉCNICO GHOST SOLUTIONS DEL CANTÓN BABAHOYO, PERIODO 2023**, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio Compilatio, obteniendo como porcentaje de similitud de [ **4%** ], 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 4% de similitud, queda aprobado para su publicación.



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



Ing. Elsy Sandoya Valero, MAE  
DOCENTE TUTOR - FAFI

