



**Intituto Superior
Tecnológico
Bolivariano
de Tecnología**

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**Propuesta de mejoras al servicio de mantenimiento vehicular
para elevar la satisfacción del cliente de la empresa
“TECNICENTRO” del Cantón Balzar**

Autor:

Mario Iván Coello Palacios

Tutora:

Ph. D. Beatriz Rodríguez Herkt

Balzar, Ecuador

2017



Instituto Superior
**Tecnológico
Bolivariano**
de Tecnología

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de tesis a Dios por ser la luz y guía en cada paso que doy en mi vida, a mis padres y hermano por haberme apoyado durante toda mi carrera Universitaria, a mis amigos y compañeros con los que compartí gratos momentos en las aulas de clases, a mis Maestros por enseñarnos que cada día más podemos ser mejores personas y excelentes Profesionales.

Mario Iván Coello Palacios



AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por iluminar mi mente y dar la fortaleza para llegar a esta meta de graduarme, a mis Padres por su apoyo incondicional día a día, a mis Profesores por el apoyo otorgado en la elaboración de este proyecto de grado final.

Mario Iván Coello Palacios

INSTITUTO SUPERIOR DE TECNOLÓGICO

BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTORA

En mi calidad de Tutora del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **Propuesta de mejoras al servicio de mantenimiento vehicular para elevar la satisfacción del cliente de la empresa “TECNICENTRO” del Cantón Balzar**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo mejorar el servicio de mantenimiento vehicular para elevar la satisfacción del cliente de la empresa “TECNICENTRO”, ubicada en el Cantón Balzar periodo 2017?, mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:**

Mario Coello P.

Mario Coello Palacios

Egresado:

Beatriz Rodríguez

Ph. D. Beatriz Rodríguez Herkt

Tutora:

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Mario Iván Coello Palacios en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación Tecnólogo en Administración de Empresas, de la modalidad de Semipresencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Administración de Empresas, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Mario Coello Palacios

Nombre y Apellidos del Autor

No. de cedula: 0921391884

Mario Coello P.

Firma





Factura: 001-001-000005571



20170901018D00415

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20170901018D00415

Ante mí, NOTARIO(A) JUAN CARLOS SANTANA VILLACRESES de la NOTARÍA DÉCIMA OCTAVA , comparece(n) MARIO IVAN COELLO PALACIOS portador(a) de CÉDULA 0921391884 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 6 DE DICIEMBRE DEL 2017, (11:52).



Mario Coello P.
MARIO IVAN COELLO PALACIOS
CÉDULA: 0921391884

Juan Carlos Santana Villacreses

NOTARIO(A) JUAN CARLOS SANTANA VILLACRESES
NOTARÍA DÉCIMA OCTAVA DEL CANTÓN GUAYAQUIL



CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Número único de identificación: 0921391884

Nombres del ciudadano: COELLO PALACIOS MARIO IVAN

Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/BALZAR/BALZAR

Fecha de nacimiento: 25 DE MAYO DE 1995

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: HOMBRE

Instrucción: SUPERIOR

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: COELLO MONTES MARIANO TEMISTOCLES

Nombres de la madre: PALACIOS ESPINOZA EMMA PATRICIA

Fecha de expedición: 14 DE JUNIO DE 2013

Información certificada a la fecha: 6 DE DICIEMBRE DE 2017

Emisor: JUAN CARLOS SANTANA VILLACRESES - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 18 - GUAYAS - GUAYAQUIL



N° de certificado: 179-075-61598



179-075-61598

Ing. Jorge Troya Fuertes

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación
Documento firmado electrónicamente



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.**

Noemi Delgado Quana

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT



[Handwritten signature]

Firma



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Proyecto previo a la obtención del título de Tecnólogo en Administración de Empresas.

TEMA:

Propuesta de mejoras al servicio de mantenimiento vehicular para elevar la satisfacción del cliente de la empresa "TECNICENTRO" del Cantón Balzar

Autor: Mario Iván Coello Palacios

Tutora: Ph.D. Beatriz Rodríguez Herkt

RESUMEN.

La investigación se realizó en la empresa "TECNICENTRO" del Cantón Balzar en el periodo 2017, de cómo mejorar el servicio de mantenimiento vehicular para elevar la satisfacción del cliente, el mismo que se ve amenazado por la creciente competencia que hay en el lugar para dar mantenimiento vehicular. Se aplicó la investigación descriptiva, explicativa y correlaciones, así como los métodos a nivel teórico y empírico para identificar el origen del problema. Resultados de los métodos aplicados se pudo establecer los lineamientos para Diseñar un plan de mejoras orientado al servicio de mantenimiento vehicular para lograr la satisfacción del cliente.

Mantenimiento vehicular

Servicio

Cliente

Satisfacción

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Proyecto previo a la obtención del título de Tecnólogo en Administración de Empresas.

TEMA:

Propuesta de mejoras al servicio de mantenimiento vehicular para elevar la satisfacción del cliente de la empresa "TECNICENTRO" del Cantón Balzar

Autor: Mario Iván Coello Palacios

Tutora: Ph.D. Beatriz Rodríguez Herkt

ABSTRACT

The investigation was carried out in the company "TECNICENTRO" of Cantón Balzar in the period 2017, of how to improve the service of vehicular maintenance to elevate the satisfaction of the client, the same one that is threatened by the increasing competition that there is in the place to give vehicular maintenance. The descriptive, explanatory and correlation research was applied, as well as the theoretical and empirical methods to identify the origin of the problem. Results of the applied methods could be established the guidelines for designing an improvement plan oriented to vehicle maintenance service to achieve customer satisfaction.

Vehicular maintenance

Service

Client

Satisfaction

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:	Páginas:
Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Certificación de la aceptación del tutor.....	iv
Resumen.....	v
Abstract.....	vi
Índice general.....	vii
Índice de gráficos.....	xi
Índice de cuadros.....	xii

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del problema.....	1
Ubicación del problema en un contexto.....	1
Situación conflicto.....	2
Formulación del problema.....	3
Delimitación del problema.....	3
Variables de investigación.....	3
Evaluación del problema.....	4
Objetivos de la investigación.....	5
Objetivos generales.....	5
Objetivos específicos.....	5
Justificación e importancia.....	5

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Fundamentación teórica.....	6
Antecedentes históricos.....	6
Antecedentes referenciales.....	6
Fundamentación legal.....	13
Variables de la investigación.....	16
Glosario de términos.....	16

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Presentación de la empresa.....	18
Diseño de la investigación	20
Tipo y diseño de investigación.....	21
Investigación descriptiva.....	21
Investigación explicativa.....	21
Investigación correlacional... ..	21
Población y muestra.....	22
Procedimientos de la investigación.....	22
Técnicas e instrumentos aplicados a la investigación.....	22

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Aplicación a las técnicas de instrumentos.....	27
Plan de mejoras.....	37
Matriz Plan de mejoras.....	38
Conclusiones.....	41
Recomendaciones.....	42
Bibliografía.....	43

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Contenidos:	Páginas:
Figura 1 Organigrama general.....	44
Figura 2 Espina de Isihikawa.....	45

ÍNDICE DE CUADROS

Contenidos:	Páginas:
Cuadro 1 Listado de personal.....	20
Cuadro 2 Población.....	24
Cuadro 3 Muestra.....	25
Cuadro 4 Cuadros y gráficos.....	27
Cuadro 5 Plan de mejoras.....	39

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Cómo mejorar el servicio de mantenimiento vehicular para elevar la satisfacción del cliente de la empresa “TECNICENTRO”, ubicada en el Cantón Balzar periodo 2017?

1.1.1 Ubicación del problema en un contexto.

En el Ecuador las lubricadoras, lavadoras y centros de servicios de mantenimiento vehicular son muy comunes debido al incremento del parque automotor, lo que ha incurrido en que exista una lucha constante en cuanto a la competencia ya que existen grandes empresas distribuidoras como Texaco, Chevron entre otras.

En el Cantón Balzar existen pocas empresas dedicadas a ofrecer este servicio, por lo que, deciden trasladan a otros cantones vecinos a recibir el beneficio producto de contar con poco personal que no permite cubrir la demanda, además de un mal servicio al cliente la mayoría de las ocasiones.

En esta investigación se fundamentará teóricamente algunos aspectos que implican la satisfacción del cliente que muchas veces no se sienten seguros al dejar su vehículo por desconfianza.

Según el autor Humberto Serna, define que “el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos”. (Serna G., Humberto, 2006). De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa.

Desde la antigüedad el hombre ha buscado siempre satisfacer sus necesidades para el mantenimiento de su vehículo ya que en cantón Balzar son pocos los centros de mantenimiento lo cual hemos decidido lo siguiente diseñar mejoras de mantenimiento vehicular para la satisfacción del cliente.

El servicio al cliente es un enfoque dirigido a mejorar e innovar los procesos para proporcionar servicio diferenciados, así como para desarrollar una organización que propicie la creación de valor para el cliente y como resultado logre ventajas competitivas.

El servicio al cliente también implica actividades orientadas a una tarea, que incluyan interacciones con los clientes en persona por medio de telecomunicaciones o por correo. Esta función se debe diseñar y comunicar teniendo en mente dos objetivos: la satisfacción del cliente y la eficiencia operacional.

1.1.2 Situación conflicto.

Nadie está exento a este hecho actualmente “TECNICENTRO” se ve amenazado por la creciente competencia que hay en este mercado los clientes se han dado cuenta que hay muchos lugares para el mantenimiento de su vehículo.

- Competencia con precios bajos.
- Demora en atender a los clientes, por lo que el cliente termina esperando mucho tiempo para que le revisen el vehículo.
- Poco personal de trabajo, lo que impide entregar el vehículo en buenas condiciones a tiempo.
- La organización de las herramientas y equipos no es adecuada.
- El personal no tiene claras sus responsabilidades según el organigrama administrativo y no se encuentra organizados adecuadamente los sitios de trabajo.
- No se cuenta con muchas herramientas de trabajo, lo que afecta a la producción.
- No se lleva un registro de órdenes de trabajo.

- No realizan seguimiento a las órdenes de mantenimiento.
- La falta de fiabilidad en el servicio de mantenimiento vehicular.
- Falta de conocimiento de publicidad.
- Las instalaciones por dentro no están en buenas condiciones, lo que crea una no tan buena impresión.
- No poder brindar todo lo que el cliente necesita.
- Poca fidelidad por parte de los clientes.

1.1.3 Delimitación del problema.

Campo: Servicio al cliente

Área: Servicio de mantenimiento

Provincia: Guayas

Cantón: Balzar

1.1.4 Formulación del problema.

¿Cómo mejorar el servicio de mantenimiento vehicular para elevar la satisfacción del cliente de la empresa “TECNICENTRO”, ubicada en el Cantón Balzar periodo 2017?

1.2 VARIABLE DE INVESTIGACIÓN.

Variable independiente:

- Mejorar el servicio de mantenimiento vehicular

Variable dependiente:

- Satisfacción del cliente

1.2.1 Evaluación del problema.

A continuación encontraremos los aspectos de la evaluación del problema:

Delimitado.- Esta investigación se desarrolló en empresa “TECNICENTRO”, ubicada en el Cantón Balzar en el periodo 2017.

Claro.- Por qué aporta al personal a que adquiera los conocimientos necesarios para el mejoramiento en el servicio del mantenimiento vehicular

Evidente.- Porque se observa en la situación financiera las bajas ventas y la poca frecuencia de los clientes al taller de servicio de mantenimiento vehicular.

Concreto.- Se analiza la problemática y se busca dar solución de acuerdo a las necesidades que el cliente requiere a través de estrategias promocionales.

Relevante.- Porque permitirá mejorar la satisfacción de los clientes y aumentar la rentabilidad de la empresa.

Original.- el plan de mejoras que se propone tiene pertinencia con la realidad de la empresa TECNICENTRO que brinda servicio de mantenimiento vehicular.

Factible.- Porque se cuenta con la iniciativa del gerente propietario para realizar las acciones estratégicas, dando inicio al plan de mejoras.

1.2.2 Determinación del tema.

Propuesta de mejoras al servicio de mantenimiento vehicular para elevar la satisfacción del cliente de la empresa “TECNICENTRO” del Cantón Balzar

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

Objetivo general

- Diseñar un plan de mejoras orientado al servicio de mantenimiento vehicular para lograr la satisfacción del cliente en la empresa “TECNICENTRO”.

Objetivos específicos:

1. Fundamentar teóricamente aspectos que implican la satisfacción del cliente en el sector de mantenimiento vehicular.
2. Diagnosticar la situación actual del servicio de mantenimiento vehicular
3. Proponer acciones de mejoras al servicio de mantenimiento vehicular la empresa TECNICENTRO.

1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Conveniencia.- Con esta investigación se pretende arrojar recomendaciones para la satisfacción de los clientes de la empresa TECNICENTRO.

La **relevancia social.-** Tiene pertinencia con la Ley del Consumidor, en cuanto a cumplir con los derechos de los clientes.

Las **implicaciones prácticas.-** Se originan directamente con la implementación del plan de mejorar para lograr la satisfacción del cliente en el sector de mantenimiento vehicular.

El **Valor teórico.-** Se obtiene de los referentes teóricos que han permitido enriquecer esta investigación que implica la satisfacción del cliente en el sector de mantenimiento vehicular.

La **utilidad metodológica,** basa su estudio en la investigación cualitativa, por lo que, hace referencia a las técnicas en atención y servicio al cliente.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Evolución del mantenimiento

Desde que el hombre empezó a trabajar con maquinaria empezó a detectar problemas que reducían la productividad y empezó a preocuparse por su rendimiento y durabilidad para reducir las pérdidas, es así que en el año de 1925 hasta fines de los años 40 solamente se dedicaba al mantenimiento de reparación es decir un mantenimiento correctivo que estaba basado solamente en averías, ante este problema se empieza a implantar las bases del mantenimiento preventivo que era el encargado de anticiparse a las fallas del equipo, esto se dio en la década de los 50 este sistema buscaba mejorar la rentabilidad económica ayudándose de los historiales de la maquinaria, en la década de los 60 se empieza a implantar las bases del mantenimiento productivo, el mismo que encerraba en su evolución los sistemas anteriores y exponía un plan de mantenimiento para toda la vida útil de las unidades sin descuidar la fiabilidad y la mantenibilidad.

Con el aumento del tamaño de la empresas y viendo la importancia que supone el mantenimiento de los equipos, los talleres se integran dentro de las organizaciones y se empiezan a diferenciar entre personal de producción y personal de mantenimiento.

2.1.1 Antecedente histórico:

Es así como llega a nuestros días como el mantenimiento es un conjunto de acciones con el propósito de prolongar el funcionamiento continuo de las máquinas y equipos, reducir los costes, alargar la vida útil haciendo más rentable su inversión.

Toda nueva tendencia desea incrementar su eficiencia y calidad lo cual se logra con una adecuada gestión del mantenimiento, el TPM (TPM o Total Productive Maintenance), nace de la evolución de otros sistemas de gestión básicamente del mantenimiento productivo desarrollado en

Norteamérica y que posteriormente se aplicó en las industrias Japonesas, convirtiéndose actualmente en empresas líderes a nivel mundial, trabajando en equipo e involucrando al personal de forma directa con la producción, el TPM no es un método que sustituye a los sistemas tradicionales y conocidos de mantenimiento sino que los integra con un nuevo enfoque productivo.

El TPM es un nuevo concepto de gestión del mantenimiento que pretende la colaboración y participación de todo el personal sea directivo u operativo para lograr mejorar la rentabilidad, eficacia de gestión y calidad, dando como resultado una reducción notable de las pérdidas para cumplir con mayor facilidad los objetivos.

2.1.2 Antecedentes referenciales

Las empresas de servicios automotores

Es aquella que no comercia con artículos tangibles, ya que tiene como fin conseguir un beneficio para sus dueños mediante la satisfacción de necesidades personales o de los derivados de la industria y el comercio. La unión de capital, trabajo o dirección permite lograr una producción en beneficio de los que demandan servicios automotrices.

Podemos indicar que la pequeña empresa automotriz se caracteriza por:

1. El dueño o gerente pueden conocer a todos sus trabajadores; están en la posibilidad de identificarlos, los tratan con frecuencia y tan de cerca que podrían calificar su actuación y resolver sus problemas.
2. Los problemas técnicos son de tal manera elementales y reducidos en número que de hecho el dueño puede resolver todo.
3. Existe centralización, es decir las decisiones de importancia se toman el más alto nivel.
4. No se requieren grandes previsiones o planeaciones, si no que por lo menos en la práctica suela trabajarse más bien sobre la base de ir resolviendo los problemas que se vayan presentando.

Tendencias del sector automotriz en el Ecuador.

Las principales variables que intervienen alrededor del sector automotriz ecuatoriano son: Producción nacional, exportación, importación y ventas de los rubros principales que forman parte de esta industria, como son los vehículos, llantas, motos y repuestos.

El sector automotor en Ecuador tiene una participación muy importante en la economía del país por los ingresos que genera, se estima que el aporte al fisco del sector por los impuestos aplicados a esta industria bordea los \$ 400 millones. Además, es fuente de numerosas plazas de trabajo, llegando alcanzar en el 2010 cerca de 25,000 puestos de trabajo en las actividades directas e indirectas relacionadas a este sector; cerca del 30% del empleo generado se concentra en el área de ensamblaje y el 70% en el área de comercialización.

La satisfacción del cliente

Es un campo de estudio amplio e incluye distintas disciplinas y enfoques. Este concepto ha sido enfocado desde perspectivas muy distintas y por autores pertenecientes a campos científicos diversos.

Entre los que podemos mencionar como los autores Kotler y Keller (2006) que definen la satisfacción de cliente como “Una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previas. (p.144)

Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado (p.144)

Siguiendo el mismo orden de ideas, el autor Grande (2000) señala que “la satisfacción de un consumidor es el resultado de comparar su percepción de los beneficios que obtiene, con las expectativas que tenía de recibirlos”. (p. 345)

Si este concepto se expresara de forma matemática se tendría lo siguiente:

$$\text{Satisfacción} = \text{Percepciones} - \text{Expectativas}$$

Importancia de la satisfacción del cliente.

En el mundo empresarial reside en que un cliente satisfecho será un activo para la compañía debido a que probablemente volverá a usar sus servicios o productos, volverá a comprar el producto o servicio o dará una buena opinión al respecto de la compañía, lo que conllevará un incremento de los ingresos para la empresa.

Por el contrario, un cliente insatisfecho comentará a un número mayor de personas su insatisfacción, en mayor o menor medida se quejará a la compañía y si su insatisfacción alcanza un determinado grado optará por cambiar de compañía para comprar dicho producto o servicio o en último caso, incluso abandonar el mercado.

Aunque la satisfacción del cliente es un objetivo importante, no es el objetivo final de las sociedades en sí mismo, es un camino para llegar a este fin que es la obtención de unos buenos resultados económicos. Estos resultados serán mayores si los clientes son fieles, ya que existe una gran correlación entre la retención de los clientes

Alguien que llega y desea nuestro servicio y espera calidad de servicio y buena atención en recompensa de su inversión.

Lo que los clientes esperan de un servicio es ser tratados con amabilidad:

Cortesía.- recibir al cliente con entusiasmo, hacer que se sienta importante y serle útil

Atención rápida.- atender al cliente a su llegada

Confiabilidad.- ellos desean saber que cuando entran a un negocio encontrarán lo que buscan u obtendrán respuestas a sus preguntas.

Percepción de la satisfacción del cliente

Los estudios al respecto de la satisfacción del cliente suelen enfocarse desde dos ópticas bien diferenciadas, o bien desde la perspectiva del cliente o bien desde la perspectiva de la organización que realiza el estudio.

Por supuesto, existen entre estos dos extremos infinitas posibilidades para abarcar el modelado de la satisfacción del cliente. Pueden desprenderse las características de una organización del modelo de la satisfacción del cliente que haya seleccionado está a la hora de realizar su estudio.

Por ejemplo, las sociedades que operan en régimen de monopolio tienden a modelar la satisfacción del cliente enfocándola desde su perspectiva, generando su modelo sin tener en cuenta la visión del cliente. Podemos concluir, que el modelo elegido tiene consecuencias a la hora de definir qué es la satisfacción del cliente.

Otro ejemplo sería, si la organización posee una visión donde el cliente se entiende como una entidad que tiene sus propias necesidades, motivaciones y creencias, entonces la satisfacción del cliente se interpretará basándose en los pensamientos del cliente al respecto de estos aspectos.

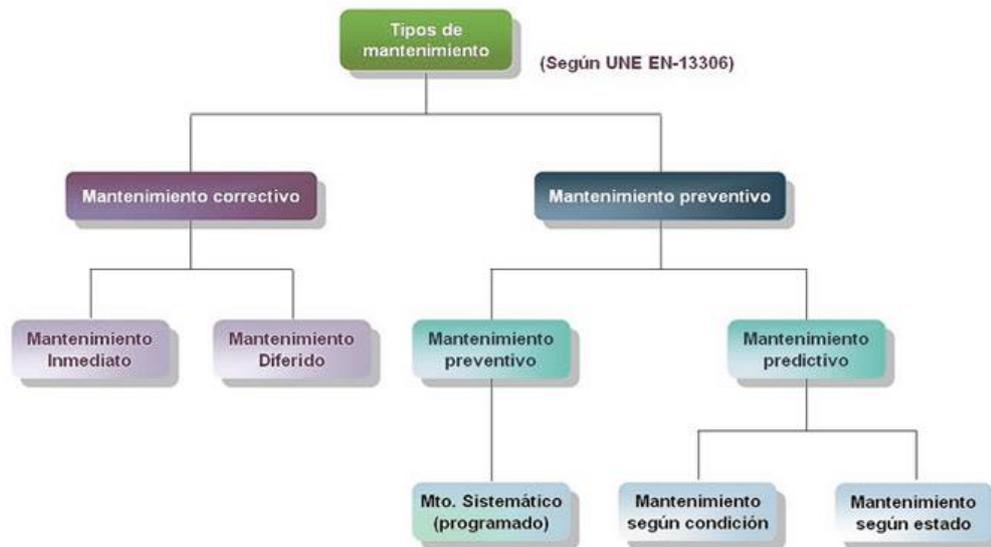
Mantenimiento vehicular

Se define al mantenimiento como el conjunto de actividades a mantener o reestablecer un bien o un estado de condiciones dadas de buen funcionamiento.

Toda nueva tendencia desea incrementar su eficiencia y calidad lo cual se logra con una adecuada gestión del mantenimiento, el TPM nace de la evolución de otros sistemas de gestión básicamente del mantenimiento productivo desarrollado en Norteamérica y que posteriormente se aplicó en las industrias Japonesas, convirtiéndose actualmente en empresas líderes a nivel mundial, trabajando en equipo e involucrando al personal de forma directa con la producción, el TPM no es un método que sustituye

a los sistemas tradicionales y conocidos de mantenimiento sino que los integra con un nuevo enfoque productivo.

Gráfico 1



Fuente: <http://www.lostipos.com/wp-content/uploads/Tipos-de-mantenimientos.jpg>

El Mantenimiento Autónomo.- Es básicamente la prevención del deterioro de los equipos y componentes de los mismos, en esta etapa el operario asume tareas de mantenimiento preventivo ya que ellos interactúan todo el tiempo con el equipo.

El operario incluye en sus funciones, una limpieza diaria, así como tareas de mantenimiento preventivo y como consecuencia de la inspección de los puntos claves del estado de su propio equipo propiciada por estas actividades podrá advertir de las necesidades de mantenimiento preventivo a cargo del departamento correspondiente

Mantenimiento preventivo.- Este tipo de mantenimiento puede ser ejecutado normalmente por un taller debidamente equipado, el mantenimiento se lo realizará una vez transcurrido el periodo establecido o de trabajo del vehículo; estas actividades de mantenimiento deben cumplir con el recambio de ciertas piezas, es necesario realizar esta actividad periódicamente para asegurar un funcionamiento seguro del vehículo ya que se deterioran con el paso del tiempo, deben cambiarse de acuerdo al programa sin importar si aparecen o no estar en buenas condiciones; La característica principal de este tipo de mantenimiento es la de inspeccionar los equipos y detectar las fallas en su fase inicial, para corregirlas en el momento oportuno, así como definir puntos débiles de instalaciones, maquinas entre otros.

Ventajas del mantenimiento preventivo:

- Confiabilidad, los equipos operan en mejores condiciones de seguridad, ya que se conoce su estado, y sus condiciones de funcionamiento.
- Disminución del tiempo muerto, tiempo de parada de equipos/ máquinas.

Mayor duración de los equipos e instalaciones.

- Disminución de existencias en almacén y por lo tanto sus costos, puesto que se ajustan los repuestos de mayor y menor consumo.
- Uniformidad en la carga de trabajo para el personal de mantenimiento debido a una programación de actividades.

La competitividad.

La competitividad es parte primordial en una empresa, permite generar una posición para poder competir. Si la empresa logra crear o mantener una ventaja competitiva en el entorno donde está ubicada por un largo plazo podríamos decir que esa una empresa exitosa.

Como estimular la competitividad Según Michael Porter (2008) manifiesta que: “La estimulación es necesaria para que una empresa sea más competitiva” Pag.206.

Según lo mencionado en el párrafo de Michael Porter el taller de servicios de mantenimiento vehicular no ha logrado estimular la competitividad brindando muy buenos servicios, además de que su personal nunca ha sido capacitado lo que impide un mejor desempeño actualmente.

2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

La presente investigación tiene su fundamento en la **Ley del Consumidor y la Constitución de Ecuador 2008**, en la sección de Personas usuarias y consumidoras.

LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

CAPITULO I

PRINCIPIOS GENERALES

Art. 1.- Ámbito y Objeto.- Las disposiciones de la presente Ley son de orden público de interés social, sus normas por tratarse de una Ley de carácter orgánico, prevalecerán sobre las disposiciones contenidas en leyes ordinarias. En caso de duda en la interpretación de esta Ley, se la aplicará en el sentido más favorable al consumidor.

LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR - Página 1
Profesional - www.lexis.com.ec

El objeto de esta Ley es normar las relaciones entre proveedores y consumidores, promoviendo el conocimiento y protegiendo los derechos de los consumidores y procurando la equidad y la seguridad jurídica en dichas relaciones entre las partes.

Plan Nacional del Buen Vivir “El Plan fue elaborado por la SENPLADES en su condición de Secretaría Técnica del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación participativa conforme el Decreto Ejecutivo 1577 de 26 de febrero de 2009 y presentado por el Presidente” Rafael Correa para conocimiento y aprobación en el Consejo Nacional de Planificación.

El Plan Nacional de Desarrollo, denominado para este período de Gobierno “Plan Nacional para el Buen Vivir fue aprobado en sesión de 05 de noviembre de 2009, mediante Resolución No. CNP-001-2009.” Fuente: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – SENPLADES, 2009.

El Plan Nacional del Buen Vivir considera como estrategia para la microeconomía del país lo siguiente: 29 Inversión para el Buen Vivir en el marco de una macroeconomía sostenible Esta estrategia tiene por objetivo general construir tres condiciones fundamentales para el Buen Vivir.

La primera es la sostenibilidad económica a través de la canalización del ahorro a la inversión productiva, pública y privada, de manera eficiente.

La segunda es el desarrollo de capacidades humanas y oportunidades sociales, que hagan posible una organización económica más equitativa y una convivencia social más justa.

La tercera es la acumulación de capital productivo necesario para cambiar el patrón de especialización de la economía y el modo de acumulación.

A partir de la línea de política de la Revolución Ciudadana y con la entrada en vigencia de la nueva Constitución, la inversión pública cobra relevancia como variable instrumental de la intervención del Estado y se definirá en función de las necesidades para alcanzar el Buen Vivir. Las metas fiscales de resultado y endeudamiento son

CÓDIGO DEL TRABAJO

Título preliminar

Disposiciones fundamentales

Art. 2.- Obligatoriedad del trabajo.- El trabajo es un derecho y un deber social.

El trabajo es obligatorio, en la forma y con las limitaciones prescritas en la Constitución y las leyes.

Título VI

De la capacitación ocupacional

Art. 179.- La empresa es responsable de las actividades relacionadas con la capacitación ocupacional de sus trabajadores, entendiéndose por tal, el proceso destinado a promover, facilitar, fomentar y desarrollar las aptitudes, habilidades o grados de conocimientos de los trabajadores, con el fin de permitirles mejores oportunidades y condiciones de vida y de trabajo; y a incrementar la productividad nacional, procurando la necesaria adaptación de los trabajadores a los procesos tecnológicos y a las modificaciones estructurales de la economía, sin perjuicio de las acciones que en conformidad a la ley competen al Servicio Nacional de Capacitación y Empleo y a los servicios e instituciones del sector público.

Constitución de la República del Ecuador 2008.

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación. El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

Art. 55.- Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas. Para el ejercicio de este u otros derechos, nadie será obligado a asociarse.

2.3. VARIABLES DE INVESTIGACIÓN. CONCEPTUALIZACIÓN.

Variable independiente: Mejorar el servicio de mantenimiento vehicular.

Son todas aquellas acciones tomadas de manera sistemática, para que el equipo cumpla con todas sus funciones requeridas. Es implementar y mejorar en forma continua la estrategia de mantenimiento para asegurar el máximo beneficio a los clientes mediante prácticas innovadoras, económicas y seguras.

Variable dependiente: Satisfacción del cliente.

Como las percepciones del cliente de que un proveedor ha alcanzado o superado sus expectativas. (Hill,1996)

2.4. GLOSARIO

Ambiente Laboral.- Hoy en día es uno de los compendios más importantes, ya que tiene mucho que ver en la productividad de la empresa.

Capacitación.- Corto proceso educativo por el que se obtienen conocimientos y habilidades técnicas para alcanzar metas.

Colaboradores.- las personas que se involucran en los procesos productivos de las empresas.

Mantenimiento.- Es el conjunto de acciones necesarias para conservar ó restablecer un sistema en un estado que permita garantizar su funcionamiento a un coste mínimo.

Plan de mejora.- es un buen instrumento para identificar y organizar las posibles respuestas de cambio a las debilidades encontradas en la autoevaluación institucional.

Rentabilidad.- relación existente entre los beneficios que proporcionan una determinada operación o cosa y la inversión o el esfuerzo que se ha hecho; cuando se trata del rendimiento financiero; se suele expresar en porcentajes.

Satisfacción del Clientes.- Se estima que se consigue a través de conceptos como los deseos del cliente, sus necesidades y expectativas.

Selección de personal.- En este sentido, las perspectivas seleccionadas se separan de los solicitantes rechazados con la intención de elegir a la persona que será el más exitoso y hará los aportes más valiosos para la organización.

Marketing.- Analiza la gestión comercial de las empresas con el objetivo de captar retener y fidelizar a los clientes a través de las necesidades del cliente.

Competencia (economía). Es una situación en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir a quién comprar.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA.

Antecedentes de la empresa

- Nombre de la empresa: TECNICENTRO BALZAR
- Ubicación: Cantón Balzar, Avenida Daule, Carretera principal
- Número Celular: 0984291781
- Fundador y propietario: Bolívar Holguín
- Número de trabajadores: 4 trabajadores, 3 hombres y 1 mujer
- Actividad que realiza: Mantenimiento vehicular y lubricadora

MISIÓN

Brindar servicio de alta calidad en mantenimiento vehicular a la ciudadanía balzareña, contando con varias maquinarias de tecnología y los conocimientos de los trabajadores de nuestra empresa

VISIÓN

Ser reconocidos en cantones cercanos a Balzar, incrementar la zona de atención y una excelente comodidad a nuestros clientes, que se sientan a gusto con nuestro servicio

VALORES

Puntualidad: Para que nuestros clientes vean que nosotros pensamos en ellos y entregamos su vehículo a la hora acordada

Respeto: Siempre mantener el respeto mutuamente con nuestros clientes y personal de la empresa

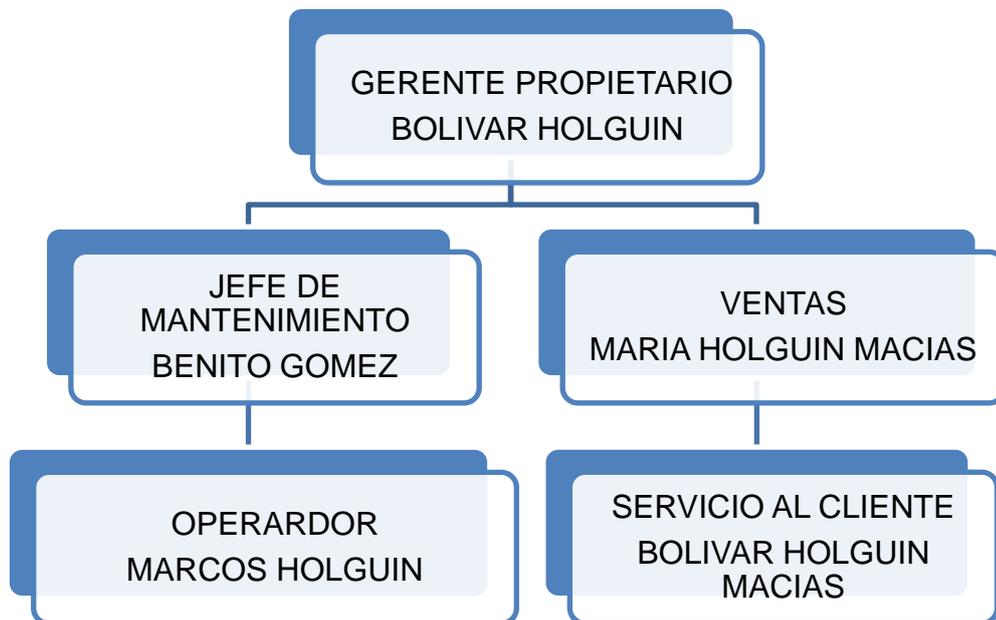
Lealtad: Con las personas, los compromisos, con los clientes y en general con nuestra empresa

Calidad: Ofrecemos un buen trabajo para nuestros clientes.

PRINCIPALES CLIENTES

Patricia Palacios	vehículo: Aveo family 2012
Cristhian Aguayo	vehículo: Grand vitara 2011
Milton Palacios	vehículo: Grand vitara sz 2011
Carlos Tinajero	vehículo: Grand vitara 2011

Figura 1 # Organigrama Estructural



Elaborado por: Mario Coello Palacios

Figura 2 # Escaparate de la empresa

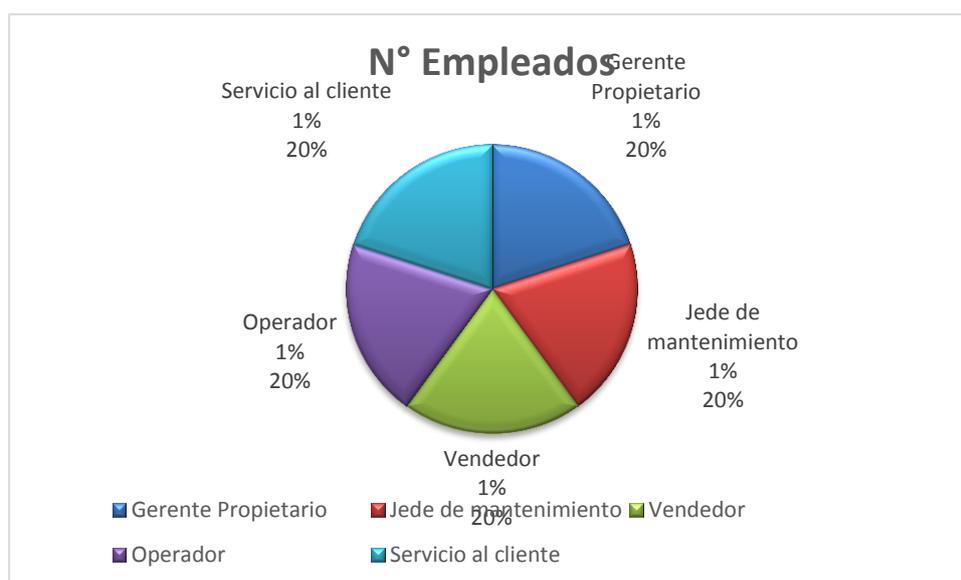


Tabla 1 Personal de la empresa

CARGOS	N° Empleados
Gerente Propietario	1
Jede de mantenimiento	1
Vendedor	1
Operador	1
Servicio al cliente	1
Total	5

Elaborado por: Mario Coello Palacios

Figura 4



Elaborado por: Mario Coello Palacios

3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Se va a definir la situación actual del taller empresa TECNICENTRO del Cantón Balzar, mediante la aplicación de herramientas que facilitan la demostración de un problema como indican los ítems de la investigación de campo.

Cualitativo: (Pinillos, 2012) “Es un método de investigación que a través de la recolección de datos busca encontrar el cómo y el porqué de que algo ocurra, trata de comprender a fondo el comportamiento de las cosas y sobretodo se enfoca en comprender el comportamiento humano pero sin crear estadísticas.”

Cuantitativo: (Ponce Cáceres Vicente, 2009) Es una investigación normativa que con el uso de la estadística y el análisis de los datos pretende establecer leyes generales.

La investigación se basara con un modelo Cual-Cuanti porque permitirá obtener elementos que darán pauta de cómo viene trabajando el personal que brinda el servicio del mantenimiento vehicular.

3.2.1 Tipo de Investigación

La investigación responde a los siguientes tipos de investigación.

TIPO DE INVESTIGACIÓN

Investigación descriptiva: “Es la manera para elegir los tipos esenciales del objeto de estudio y su descripción detallada de las partes, categorías o clases de dicho objeto” (Bernal Torres, 2006).

Permite tener un conocimiento actualizado del fenómeno tal como se presenta (Ávila Acosta, 2001)

Se logró describir la situación problemática que viene presentando el taller de mantenimiento vehicular, encontrando las falencias no solo como arreglan los vehículos, sino también la forma de atender al cliente mientras ellos esperan el arreglo o mantenimiento de su auto. Esto ayudó a construir los pasos para mejorar el servicio de acuerdo al contexto.

Investigación explicativa: “En una investigación, el investigador se plantea como objetivos estudiar el porqué de las cosas, los hechos, los fenómenos o las situaciones, a estas investigación se les denomina explicativas” (Bernal Torres, 2006).

Se logró interpretar y establecer la relación causa y efecto del origen y naturaleza de los problemas presentados, que impide dar una satisfacción al cliente.

Investigación correlacional: “La correlación examina asociaciones pero no relaciones causales, donde un cambio en un factor influye directamente en un cambio en otro” (Bernal Torres, 2006).

Permitió relacionar las dos variables como son las mejoras al servicio de mantenimiento vehicular para elevar la satisfacción del cliente del taller de la empresa TECNICENTRO S.A.

3.5 PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

MÉTODOS Y TÉCNICAS EN LA INVESTIGACIÓN.

- **Métodos a aplicados en la investigación.**

Método lógico.- Permitió valorar los conceptos y teorías de las dos variables presentes en esta investigación.

Método análisis-síntesis.- Permitió conocer el estudio empírico de las dos variables e interpretar los resultados de la ficha técnica de observación, reporte de ventas y encuesta aplicada a los clientes.

Método análisis de los documentos.- Se revisó y analizó el marco legal de la Ley del consumidor, el código de trabajo De la capacitación ocupacional, informe del cumplimiento de las ventas de la empresa.

Método de la observación.- Permitió conocer la realidad del objeto de estudio, que es cómo está trabajando o llevando el servicio del mantenimiento vehicular en el taller de la empresa TECNICENTRO S.A.

- **Técnicas e instrumentos a aplicados en la investigación.**

Técnica de campo.- Se evaluó la situación actual de la institución por medio de la investigación documentada de campo, con el propósito de establecer los métodos, normas y reglas que se aplicaran en el taller para mejorar continuamente en el servicio del mantenimiento vehicular.

El cuestionario.- Es un conjunto de preguntas que se elaboraron para construir la entrevista y encuesta a la muestra seleccionada de la población total.

La encuesta.- Se estructuró con una serie de preguntas con escala de valoración de 1 a 5 señalando: Está de acuerdo, Parcialmente de acuerdo, No estoy de acuerdo ni en desacuerdo, Parcialmente de acuerdo y Estoy de acuerdo. (Ver anexo 3)

La espina de Ishikawa.- Como herramienta de análisis de gestión, permitió encontrar la raíz del problema para elevar la satisfacción del cliente. (Ver anexo 2)

La ficha técnica de observación.- Se aplicó directamente al personal que brinda el servicio de mantenimiento vehicular, para observar, analizar e interpretar que es lo que está pasando con los clientes mientras reciben el servicio. (Ver la tabla 4).

POBLACIÓN Y MUESTRA

Según Hurtado y Toro “**la población**, se compone de todos los elementos que van a ser estudiados y a quienes podrán ser generalizados los resultados de la investigación, una vez concluida ésta, para lo que es necesario que la muestra con la cual se trabaje sea representativa de la población”.(Hurtado Leon , Ivan; Toro Garrido, Josefina;, 2001)

La población finita.- A diferencia de la anterior, sería posible obtener la información completa mediante un censo; es decir, examinando todos los elementos de la población. La población finita se centra en los clientes que asisten al taller.

Tabla 2 Población

CARGOS	Población
Gerente Propietario	1
Jefe de mantenimiento	1
Vendedor	1
Operador	1
Servicio al cliente	1
Total	5

Elaborado por: Mario Coello Palacios

MUESTRA

La muestra es el subconjunto que representa la población, de acuerdo al tipo de muestreo se reflejará la calidad y la aportación al estudio de investigación.

Tipo de muestra.- Para Castro (2003), la muestra se clasifica en probabilística y no probabilística.

Muestra probabilística, son aquellas donde todos los miembros de la población tienen la misma opción de conformarla a su vez pueden ser: muestra aleatoria simple, muestra de azar sistemático, muestra estratificada o por conglomerado o áreas.

Muestra NO probabilística, la elección de los miembros para el estudio dependerá de un criterio específico del investigador, lo que significa que no todos los miembros de la población tienen igualdad de oportunidad de conformarla.

La forma de obtener este tipo de muestra es: muestra intencional y muestra accidentada o sin norma. (Castro Márquez , 2003)

Proceso de selección de la muestra:

Se asume en esta tesis la tipo de muestra NO probabilístico o muestro aleatorio simple, el cual fue llevado a cabo con la aplicación de una encuesta dirigida a 20 clientes, por lo que no se aplica fórmula por el tamaño de su población que es menos de 100 clientes. Estuvo apoyada en un cuestionario de fácil uso a escala de liker.

5 Muy de acuerdo- 4 De acuerdo- 3 Indiferente- 2 Desacuerdo-1 Muy en desacuerdo

Tabla 3 Muestra

CARGOS	Población	Muestra
Gerente Propietario	1	-
Jefe de mantenimiento	1	-
Vendedor	1	-
Operador	1	-
Servicio al cliente	1	-
Clientes	90	75
Total	95	75

Elaborado por: Mario Coello Palacios

- **Diagnosticar la situación actual del servicio de mantenimiento vehicular**

La observación directa se obtuvo mientras el personal del taller estaba trabajando con los vehículos, por lo que también se observó sus competencias de comportamiento.

Tabla 4 Ficha técnica de observación

PERSONAL DE SERVICIO DE MANTENIMIENTO VEHICULAR
Nombre de la investigadora: Mario Iván Coello Palacios
Lugar a investigar: Empresa TECNICENTRO S.A., en el Cantón Balzar
Fecha de observación: 8 de octubre del 2017
Tipo de observación: Directa
Tema: Propuesta de mejoras al servicio de mantenimiento vehicular para elevar la satisfacción del cliente de la empresa "TECNICENTRO" del Cantón Balzar
Problema: ¿Cómo mejorar el servicio de mantenimiento vehicular para elevar la satisfacción del cliente de la empresa "TECNICENTRO", ubicada en el Cantón Balzar periodo 2017?

DETALLES DE LA OBSERVACIÓN

A partir de esta observación se pudo verificar lo siguiente:

Los trabajadores se demoran en atender a los clientes, por lo que el cliente terminaba esperando mucho tiempo para que le revisen el vehículo. Se ponían impacientes que en pocas ocasiones suspendían el servicio y se iban. O si el servicio estaba avanzando, se molestaban y se iban sin pagar.

Al momento de ejecución de las actividades de mantenimiento, no se controla al personal ni tampoco llevan algún tipo de control para registrar.

La falta de factores físicos, como son las herramientas de trabajo, poco espacio para desenvolverse bien en el taller y poco personal de apoyo.

No se cuenta con un conjunto de formatos adecuados para llevar el control del servicio vehicular, el trabajo en su organización es más empírico.

No se les brinda nada a los clientes que están esperando por su vehículo, ni tienen un espacio de espera confortable o aceptable.

Firma de la investigador

Firma de la fuente

Elaborado por: Mario Coello Palacios

CAPÍTULO IV

4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta dirigida a los clientes del servicio de mantenimiento vehicular “TECNICENTRO”.

Se aplicó una encuesta dirigida a los clientes del taller, servicio de mantenimiento vehicular “TECNICENTRO”, con el propósito de conocer y apreciar la empatía y perspectivas que ellos tienen. (Ver anexo 3)

Figura 5



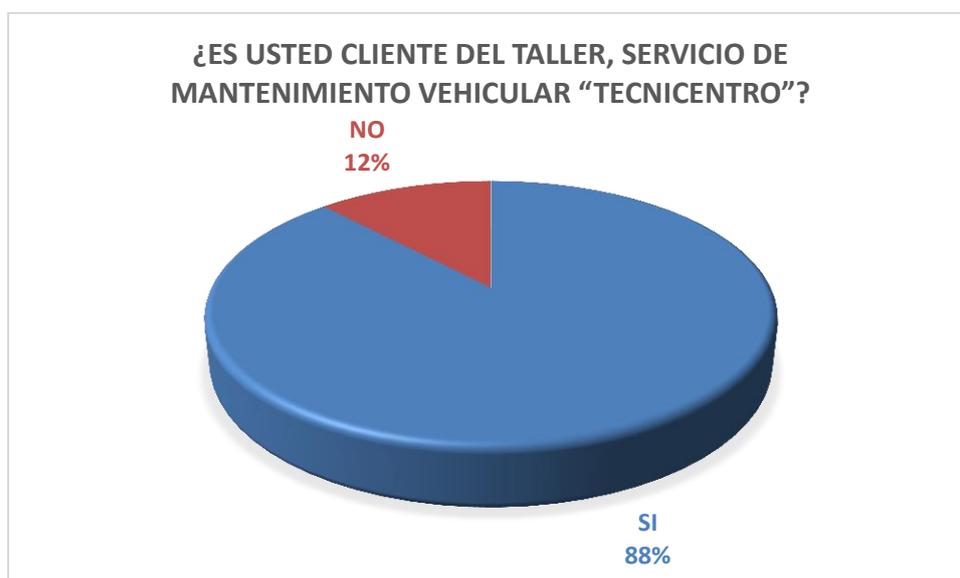
Elaborado por: Mario Coello Palacios

Análisis: Se demostró que el 20% de las personas tienen un ingreso de \$318 a \$ 450 promedio, que equivale a un sueldo básico y un 13% que bordean de los \$601 a \$1.000.

Interpretación: De acuerdo a estos resultados se puede establecer que la población de Balzar es económicamente activa y está en la posibilidad de adquirir los productos y servicio de mantenimiento vehicular de la empresa TECNICENTRO.

1.- ¿Es usted cliente del taller, servicio de mantenimiento vehicular “TECNICENTRO”?

Figura 6



Elaborado por: Mario Coello Palacios

Tabla 5

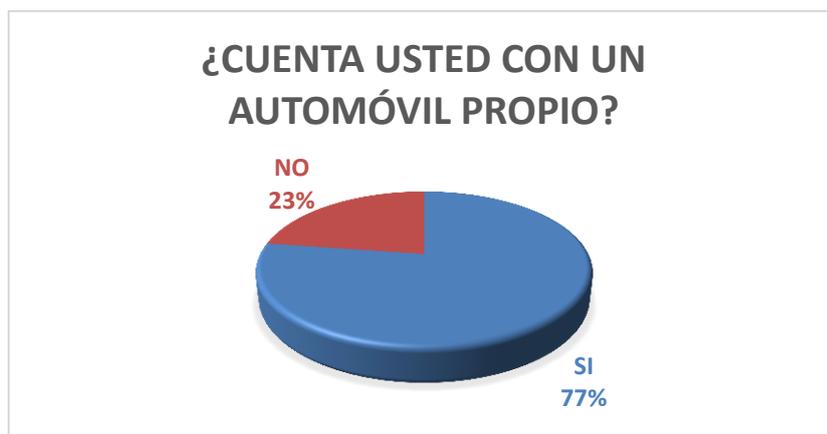
Descripción	Cantidad
SI	66
NO	9
TOTAL	75

Análisis e Interpretación:

De acuerdo a la gráfica se puede aseverar que el 88% de las personas encuestadas si son nuestros clientes y con un mínimo de 12% que no lo son.

2.- ¿Cuenta usted con un automóvil propio?

Figura 7



Elaborado por: Mario Coello Palacios

Tabla 6

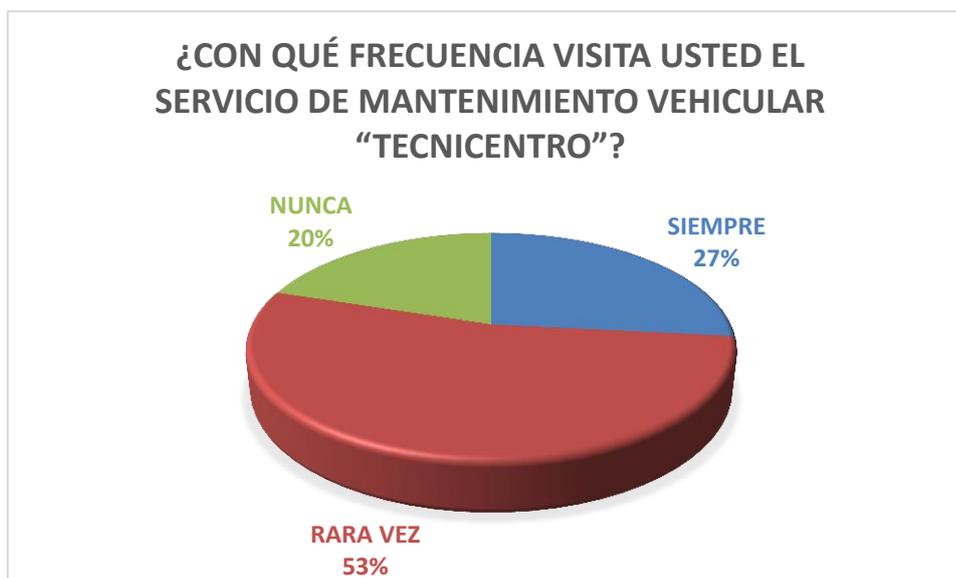
Descripción	Cantidad
SI	58
NO	17
TOTAL	75

Análisis.- En la gráfica se revela que nuestros clientes en un 77% si tiene vehículo propio y que apenas un 17% de ellos no lo son. Esta información permitirá definir las estrategias de marketing para fidelizar a los clientes a fin de elevar la satisfacción de los mismos.

Interpretación.- Se aprovechó el proceso de realizar la encuesta para dar a conocer de una mejor forma los servicios que se ofrecen.

3.- ¿Con qué frecuencia visita usted el servicio de mantenimiento vehicular “TECNICENTRO”?

Figura 8



Elaborado por: Mario Coello Palacios

Tabla 7

Descripción	Cantidad
SIEMPRE	20
RARA VEZ	40
NUNCA	15
TOTAL	75

Análisis.- De los resultados obtenidos se demuestra que un 53% rara vez regresa, un 27% siempre regresa y 20% nunca más regresa.

Interpretación.- Nos podemos dar cuenta que tenemos un problema donde no existe una frecuencia concurrída por parte del cliente sino que rara vez regresa por nuestro servicio. Lo que hay que prestar atención para realizar un estudio de mercado para identificar las razones de porque elige la competencia.

4.- ¿Cuánto gasta usted mensualmente en el mantenimiento de su vehículo?

Figura 9



Elaborado por: Mario Coello Palacios

Tabla 8

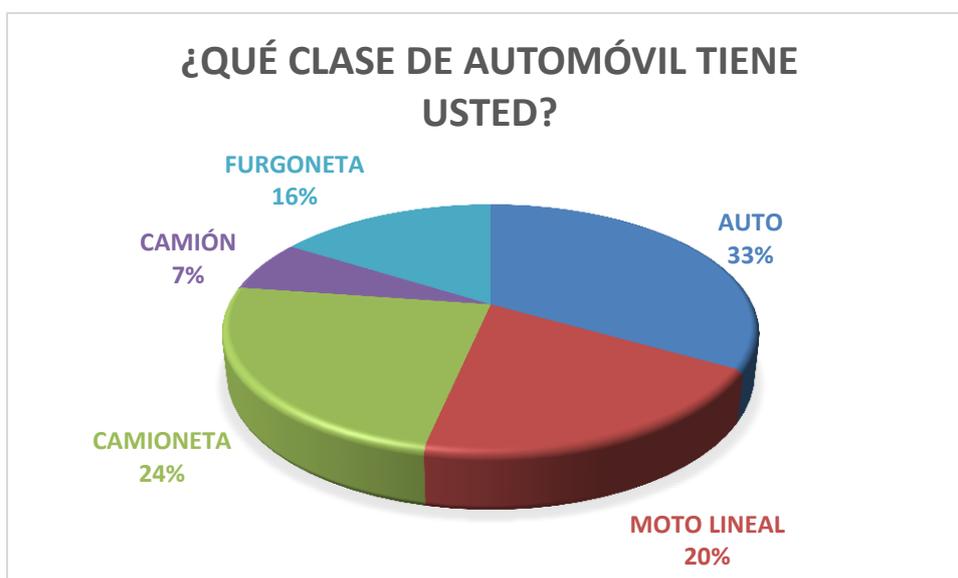
Descripción	Cantidad
\$ 25 - \$ 40	8
\$ 41 - \$ 60	10
\$ 61 - \$ 80	5
\$ 81 - \$ 100	52
Total	75

Análisis.- Según el resultado la encuesta se refleja un 69% gasta de \$81 a \$ 100 mensuales y un 13% de \$ 41 a \$ 60.

Interpretación.- Esto nos da pauta para esforzarnos en cubrir la demanda en el servicio de mantenimiento del Cantón Balzar.

5.- ¿Qué clase de automóvil tiene usted?

Figura 10



Elaborado por: Mario Coello Palacios

Tabla 9

Descripción	Cantidad
AUTO	25
MOTO LINEAL	15
CAMIONETA	18
CAMIÓN	5
FURGONETA	12
Total	75

Análisis.- De los resultados obtenidos, podemos darnos cuenta que un alto porcentaje que visitan nuestro taller son carros 33%, camioneta 24% y 20% motos.

Interpretación.- Lo que significa que tenemos que poner énfasis en captar a los usuarios que cuentan con los carros de mayor cilindraje ya que son los que nos generan más ingresos.

6.- ¿Estaría usted dispuesto a comprar repuestos para su vehículo?

Figura 11



Elaborado por: Mario Coello Palacios

Tabla 10

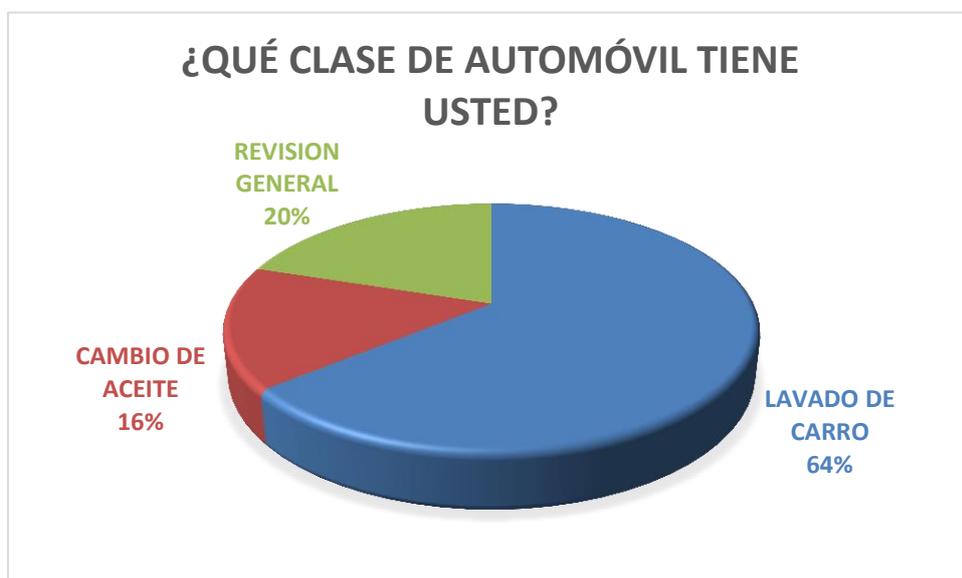
Descripción	Cantidad
SI	63
NO	12
TOTAL	75

Análisis.- El 84% de los encuestados dicen SI estar dispuestos a comprar repuestos para sus autos en nuestro taller, y apenas un 12% no estaría dispuesto.

Interpretación.- Sin lugar a dudas en este caso hay que aplicar una estrategia para poder empezar a competir y ofertar los nuevos productos.

7.- ¿Qué servicios requiere usted con más frecuencia?

Figura 12



Elaborado por: Mario Coello Palacios

Tabla 11

Descripción	Cantidad
LAVADO DE CARRO	48
CAMBIO DE ACEITE	12
REVISION GENERAL	15
Total	75

Análisis.- Según los resultados de la encuesta el 64% acuden a nuestro taller por lavado de carro y 16% por cambio de aceite.

Interpretación.- Lo que demuestra que este estudio está muy bien encaminado y que el plan de mejoras en su implementación dará los resultados esperados.

8.- Cuándo usted tiene que realizar el mantenimiento de su vehículo (cambio de aceite y lavado de su automóvil). ¿Dónde lo realiza?

Figura 13



Elaborado por: Mario Coello Palacios

Tabla 12

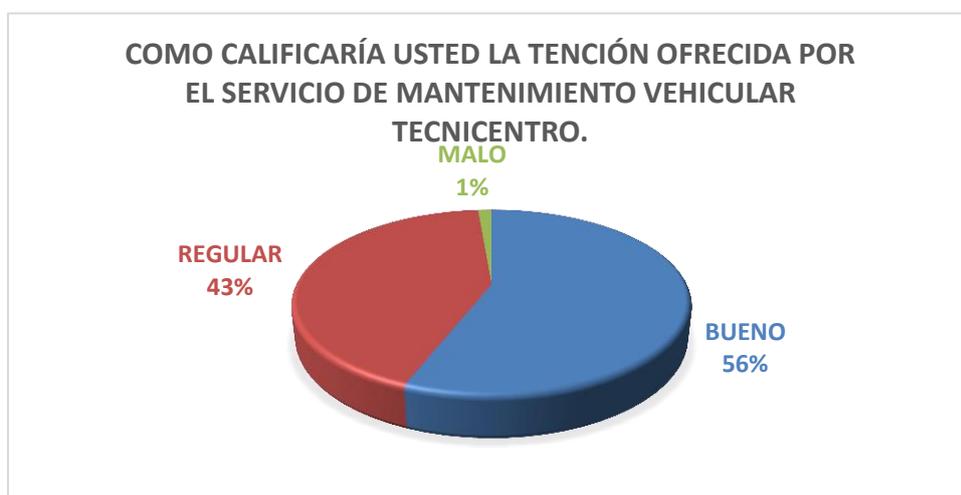
Descripción	Cantidad
EN BALZAR	64
FUERA DE BALZAR	11
TOTAL	75

Análisis.- De los resultados obtenidos el 85% SI realiza su mantenimiento mensual en el Cantón Balzar y 13% fuera del Balzar.

Interpretación.- Estos resultados nos obliga a analizar a la competencia y mirar que no estamos haciendo bien para mejorar en relación al producto, precio, promociones y publicidad.

9.- Como calificaría usted la tención ofrecida por el servicio de mantenimiento vehicular TECNICENTRO.

Figura 14



Elaborado por: Mario Coello Palacios

Tabla 13

Descripción	Cantidad
BUENO	42
REGULAR	32
MALO	1
Total	75

Análisis.- De las encuestas realizadas se pudo deducir que el 56% de las personas califican nuestro servicio como bueno un 43% Regular y 1% como malo.

Interpretación.- Esto nos muestra que la meta es captar al 44%% de clientes que se encuentra insatisfecho con el servicio que recibe y si es posible mejorar la atención que se brinda actualmente en la empresa de Servicio de mantenimiento Vehicular TECNICENTRO.

4.3 PLAN DE MEJORAS

El plan de mejoras no solo permitirá mejorar la satisfacción del cliente, sino también mejorar la competitividad del taller de servicios de mantenimiento vehicular, expandiendo los canales de servicios y contando con todo lo que el cliente necesite, además de un servicio especializado, con personal capacitado que nos permita que el usuario confié en nuestros productos y sin lugar a dudas en nuestros servicios para poder así captar la mayoría de clientes, obtener mejores ganancias y además nos permitirá generar fuentes de trabajo mejorando en cierta forma la condición de vida de nuestros colaboradores y se aportaría también al desarrollo del Cantón Balzar.

Objetivo del plan de mejoras: Diseñar estrategias competitivas para poder ofrecer una mejor atención, con personal y con materiales de calidad, para así poder atraer al cliente y que ésta sea nuestra carta de presentación al momento de ofrecer nuestros servicios.

Gráfico 6



Tabla 14 PLAN DE MEJORAS

Oportunidad de mejora: Diseñar un plan de mejoras orientado al servicio de mantenimiento vehicular para lograr la satisfacción del cliente en la empresa “TECNICENTRO”.						
Meta: Elevar el grado de la satisfacción del cliente para aumentar las ventas en un 10% anual.						
Responsable: Jefe de mantenimiento						
Estrategia	¿Qué?	¿Quién?	¿Cómo?	¿Por qué?	¿Cuándo?	Presupuesto
Desarrollar nuevos servicios que permitan establecer competitividad en el mercado automotriz mediante el ingreso de nuevos productos para poder satisfacer las necesidades del cliente.	<p>Proponer acciones de mejoras al servicio de mantenimiento vehicular la empresa TECNICENTRO.</p> <p>Identificar los clientes potenciales con los que cuenta la empresa, mediante la observación directa para poder ofrecerle un servicio especializado y de calidad.</p>	Jefe de mantenimiento	<p>-Ampliar la línea de producto, en cuanto a lubricantes, grasas, filtros, líquidos de frenos.</p> <p>-Nuevo servicio alineación y balanceo</p> <p>-Venta de repuestos para motos lineales y moto taxis</p> <p>Registrar el nivel de compras mensuales en cuanto a la clase de producto o servicios que necesita con más frecuencia.</p>	<p>Los servicios que se ofrecen actualmente son limitados.</p> <p>No cuentan con un control para registrar las ventas mensuales.</p>	2017	\$ 400

Oportunidad de mejora: Diseñar un plan de mejoras orientado al servicio de mantenimiento vehicular para lograr la satisfacción del cliente en la empresa "TECNICENTRO".

Meta: Elevar el grado de la satisfacción del cliente para aumentar las ventas en un 10% anual.

Responsable: Jefe de mantenimiento

Estrategia	¿Qué?	¿Quién?	¿Cómo?	¿Por qué?	¿Cuándo?	Presupuesto
<p>Elevar la participación de los empleados, motivando el desempeño individual y colectivo.</p>	<p>Establecer estrategias de Marketing Mix que permitan identificar posibles grupos de consumidores para definir el posicionamiento de la empresa de Servicios de Mantenimiento Vehicular TECNICENTRO frente al mercado actual.</p>	<p>Personal operativo y ventas</p>	<p>-Mensajes textos, -Volanteo -Correos informativo. -Obsequiar camisetas con el logotipo del taller de Servicios de Mantenimiento Vehicular TECNICENTRO.</p>	<p>No se cuenta con un plan de marketing. Las estrategias que se aplican suelen ser empíricas.</p>	<p>2017</p>	<p>\$ 600</p>

CONCLUSIONES:

- Se fundamentó aspectos teóricos conceptuales que implican la satisfacción del cliente en el sector de mantenimiento vehicular que dieron las directrices estratégicas para elevar el servicio al cliente.
- Se ha realizado un diagnóstico evidenciando que en el taller de empresa TECNICENTRO del cantón Balzar, no se encontraba en condiciones óptimas para brindar el servicio de mantenimiento, debido al desorden de las actividades a cumplir y al completo descuido del personal y sitio de trabajo.
- Como resultados se obtuvo un cambio de imagen en las instalaciones, un cambio de mentalidad en los trabajadores y alta disponibilidad de la flota vehicular siguiendo los nuevos lineamientos en la gestión del mantenimiento, controlando de mejor manera la bodega de repuestos, las herramientas, el cuidado del personal y el ambiente.
- Se propone diseñar un plan de mejoras orientado al servicio de mantenimiento vehicular para lograr la satisfacción del cliente en la empresa "TECNICENTRO" S.A.

RECOMENDACIONES:

- Se sugiere desarrollar esquemas de mejora continua, seguridad, higiene y cuidado ambiental, como complemento a la propuesta en esta investigación.
- Aprovechar que el Cantón Balzar se encuentra con una población limitada de estos servicios y así para poder brindar lo que el cliente necesita.
- La capacitación del recurso humano es vital, para que el plan de mejoras se mantenga y poder apreciar sus resultados en el menor tiempo posible demostrando la efectividad y el impacto positivo que traerá al taller de servicio vehicular.
- Se recomienda, realizar seguimiento al plan de mejoras orientado al servicio de mantenimiento vehicular para lograr la satisfacción del cliente en la empresa "TECNICENTRO".

BIBLIOGRAFÍA

1. Allan L. Reid, Las Técnicas Modernas de Venta y sus Aplicaciones, de, Editorial Diana, Pág. 54.
2. Ávila Acosta, (2001:237). Metodología de la investigación. Estudios y Ediciones R.A; Lima-Perú.
3. Bernal, ésar Augusto, (2006). Metodología de la investigación. Segunda Edición. Pearson Educacion, México.
4. Buffa, E., “Administración de la producción y de las Operaciones”, Editorial Limusa, México, 1992
5. Buffa, E., “Ciencias de la Administración e Investigación”, Editorial Limusa, México, 1994
6. Cordera Martin José Gestión de Contabilidad. Ediciones Pirámides, Madrid, 1994 Administración financiera. Robert w. Johnson. Capitulo. Administración de inventarios. Inicio página 177.
7. Cuentas por cobrar (en línea). Slideshare.com. Disponible en <http://www.slideshare.net/jcfdezmx2/cuentas-porcobrar-presentation> Consultado en noviembre de 2010.
8. Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., Pág. 340.
9. Fischer Laura y Espejo Jorge, Mercadotecnia, Tercera Edición, Mc Graw Hill, Págs. 26 y 27.
10. Grande, I. (2000). Marketing de los Servicios. Tercera Edición. ESIC Editorial. España.
11. Guajardo C. Gerardo. Contabilidad Financiera. México, 2da. Ed. Editorial McGraw-Hill, 1995.
12. Hadley, G. y Whitin, T. M., “Analysis of Inventory Systems”, Editorial Prentice Hall, New York, 1963
13. Hoffman, D; y Bateson, J. (2002). Fundamentos de Marketing de Servicios. Thomson. México.
14. Kotler, P; y Keller, K. (2006). Dirección de Marketing. Duodécima Edición. Pearson Educación, S.A. México.
15. Moyer, McGuigan&Kretlow. Administración financiera contemporánea. 9ª edición. Pag.65

16. _____ Análisis de estados financieros (en línea). Gerencie.com.
Disponible en <http://www.gerencie.com/analisis-de-estadosfinancieros.html>. Consultado en noviembre de 2010.

Fortalezas

- 5 Infraestructura propia
- 6 Amplio espacio para poder trabajar
- 7 Personal comprometido
- 8 El local está ubicado en un lugar estratégico de fácil acceso para los clientes.

Debilidades

- Competencia con precios bajos.
- Demora en atender a los clientes, por lo que el cliente termina esperando mucho tiempo para que le revisen el vehículo.
- Poco personal de trabajo, lo que impide entregar el vehículo en buenas condiciones a tiempo.
- No se cuenta con muchas herramientas de trabajo, lo que afecta a la producción.
- No se cuenta con formatos (ficha de registro vehicular)
- Falta de conocimiento de publicidad.
- Las instalaciones por dentro no están en buenas condiciones, lo que crea una no tan buena impresión.
- Poca fidelidad por parte de los clientes.

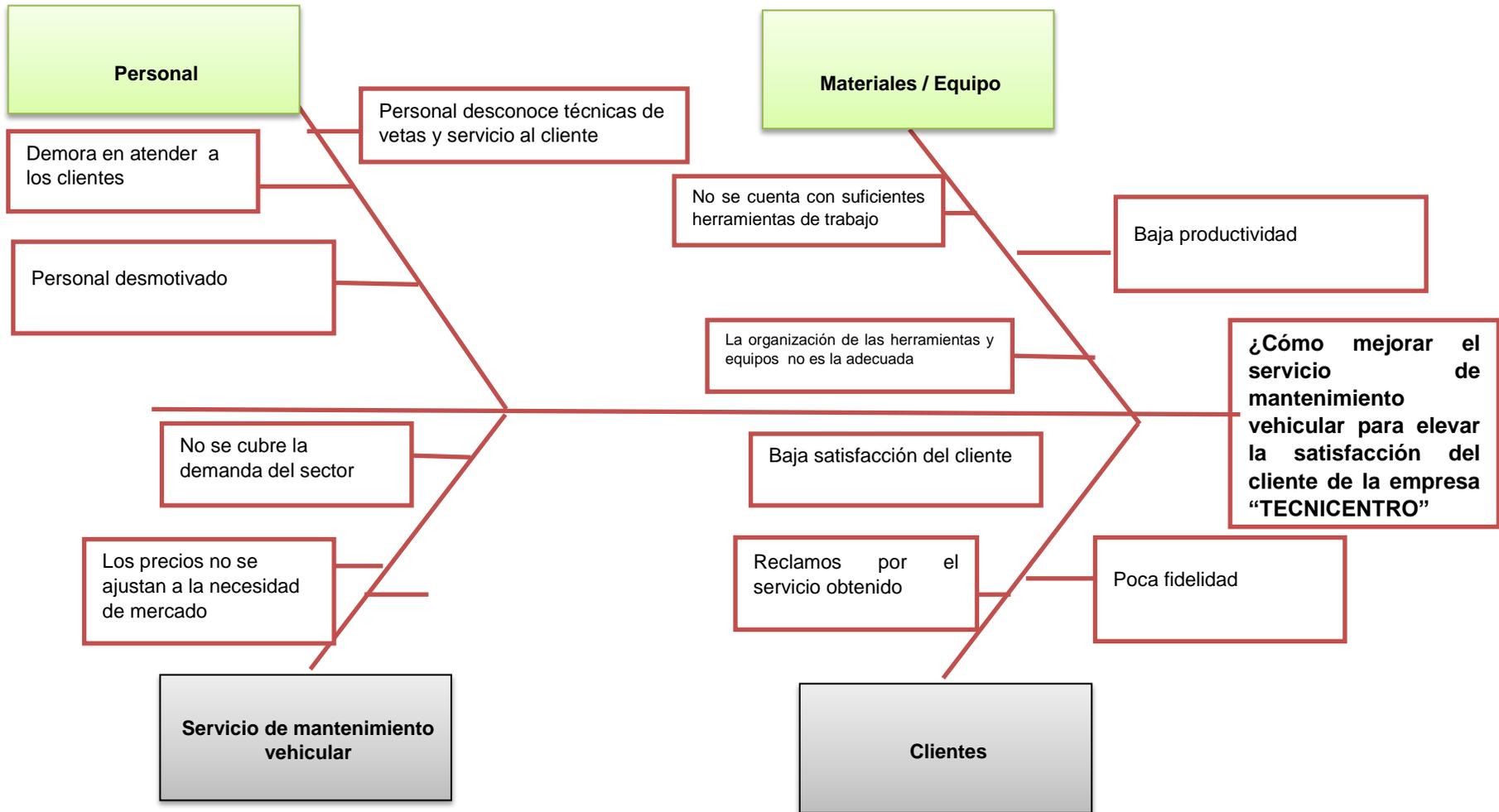
Oportunidades

- Mayor circulación de la población
- Amplia demanda.
- Líneas de crédito en el sector automotriz para ampliar el negocio.

Amenazas

- Poca fidelidad de parte de los clientes.
- Competencia cerca del negocio.
- Precios más bajos.
- La competencia ofrece promociones.
- Miedo al riesgo de invertir.

ANEXO 2 Espina de Ishikawa



ANEXO # 3 ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DEL SERVICIO DE MANTENIMIENTO VEHICULAR “TECNICENTRO”.

Objetivo: Diseñar un plan de mejoras orientado al servicio de mantenimiento vehicular para lograr la satisfacción del cliente en la empresa “TECNICENTRO”.

DATOS DE CONTROL

1.- Marque con una X la casilla que corresponda a su elección.

Cargo:		Género		Edad	
1. Asesores	<input type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>	18-25 años.	<input type="checkbox"/>
2. Área Administrativa	<input type="checkbox"/>	Masculino	<input type="checkbox"/>	26-35 años.	<input type="checkbox"/>
3. Jefe de área	<input type="checkbox"/>			36-45 años.	<input type="checkbox"/>

Ingreso aproximado de la persona encuestada.

\$ 318 - \$ 450 ____ \$ 601 - \$ 1000 ____

\$ 451 - \$ 600 ____ \$ 1001 – más ____

1.- ¿Es usted cliente del taller, servicio de mantenimiento vehicular “TECNICENTRO”?

SI__

NO__

2.- ¿Cuenta usted con un automóvil propio?

SI__

NO__

3.- ¿Con qué frecuencia visita usted el servicio de mantenimiento vehicular “TECNICENTRO”?

Siempre__

Rara vez__

Nunca__

4.- ¿Cuánto gasta usted mensualmente en el mantenimiento de su vehículo?

5.- ¿Qué clase de automóvil tiene usted?

6.- ¿Estaría usted dispuesto a comprar repuestos para su vehículo?

SI__

NO__

7.- ¿Qué servicios requiere usted con más frecuencia?

Lavado de carro__

Cambio de aceite__

Revisión general__

8.- Cuando usted tiene que realizar el mantenimiento de su vehículo (cambio de aceite y lavado de su automóvil). ¿Dónde lo realiza?

En Balzar__

Fuera de Balzar__

9.- Como calificaría usted la atención ofrecida por el servicio de mantenimiento vehicular TECNICENTRO.

Buena__

Regular__

Mala__





