



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÌA**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESA**

TEMA:

**ESTUDIO DEL SERVICIO QUE BRINDA LA
MICROEMPRESA LAVADORA KLEI-CAR PARA EL
MEJORAMIENTO DE LA SATISFACCIÓN AL CLIENTE EN
LA PARROQUIA POSORJA.**

Autora:

Rodríguez Carreño Viviana Lorena

Tutor:

Dr. Simón Illescas Prieto

Guayaquil-Ecuador

2017

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor 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: **“Estudio del servicio que brinda la microempresa lavadora Klei-car para el mejoramiento de la satisfacción al cliente en la parroquia Posorja.”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

El problema de investigación se refiere a: **¿Qué incidencia tiene el servicio que brinda la microempresa lavadora Klei-Car, en la satisfacción del cliente durante su funcionamiento en el periodo 2017, ubicada en la parroquia Posorja del cantón Guayaquil?**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por la Egresada: **Rodríguez Carreño Viviana Lorena**

Tutor: **Dr. Simón Illescas Prieto**

AUTORÍA NOTARIADA

Los criterios e ideas expuestos en el presente trabajo de graduación con el tema: Estudio del servicio que brinda la microempresa lavadora Klei-car para el mejoramiento de la satisfacción al cliente en la parroquia Posorja, de la carrera Administración de Empresa del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, son de absoluta responsabilidad de la autora y no constituye copia o plagio de otra tesis presentada con anterioridad.

Autora:

Rodríguez Carreño Viviana Lorena

C.C. 094125408-8

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, el agradecimiento a mi Dios porque en las manos de él está mi vida y porque él me ha dado fortaleza e inteligencia, también les agradezco a mis padres por su infinita ayuda económica y moralmente para poder obtener la meta anhelada.

Al Dr. Simón Illescas Prieto, el tutor encargado a guiarme y corregirme en mi proceso de tesis.

A mi esposo por tener la paciencia y apoyarme a lo largo de mis estudios, en los proyectos y por parte económica.

Y por último le agradezco a mi estimado amigo Kleicer Chichanda, Gerente de la microempresa por darme la sincera confianza y hacer mi proyecto de tesis utilizando el nombre de la misma.

Rodríguez Carreño Viviana Lorena

DEDICATORIA

Todo mi esfuerzo y empeño va dedicado a las personas que más quiero, en especial a mis padres Roberto Rodríguez y María Carreño; porque una vez más le he demostrado que si puedo cumplir mis metas, y sé que desean lo mejor para mí, también les dedico a mis hermanos porque sé que se sentirán orgullosos al ver que la hermana menor logro con lo que se propuso.

Rodríguez Carreño Viviana Lorena

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:	Páginas:
Carátula.....	i
Certificación de la aceptación del tutor.....	ii
Autoría notariada.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria.....	v
Índice general.....	vi
Índice de cuadros.....	ix
Índice de Gráficos.....	x
Resumen.....	xi
Abstract.....	xii

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

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

CAPÍTULO II

MARCO TEÒRICO

Fundamentación teórica.....	6
Antecedentes históricos.....	6
Antecedentes referenciales.....	10
Fundamentación legal.....	12
Marco legal.....	16
Variables de la investigación.....	21
Definiciones y conceptos.....	21
Operacionalización de las variables.....	23

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Marco metodológico.....	24
Tipo y diseño de investigación.....	28
Investigación exploratoria.....	28
Investigación descriptiva.....	28
Investigación explicativa.....	28
Investigación correlacional.....	28
La población y la muestra.....	28
Característica de la población.....	28
Delimitación de la población.....	29
Tipo de muestra.....	30
Muestra probabilística.....	30
Tamaño de la muestra.....	30
Métodos y técnicas.....	30

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Aplicación a las técnicas de instrumentos.....	31
Análisis y cuadros.....	31
Conclusiones y recomendaciones.....	40
Bibliografía	41
Anexos	44
Anexo 1 Carta de autorización de la empresa	
Anexo 2 Certificado del Gramatólogo	
Anexo 3 Logotipo de la empresa	
Anexo 5 Información financiera	
Anexo 6 Fotos	

ÍNDICE DE CUADROS

Contenidos:	Páginas:
Cuadro 1 Operacionalización de las variables.....	23
Cuadro 2 Ingresos.....	26
Cuadro 3 Egresos.....	26
Cuadro 4 Utilidad.....	27
Cuadro 5 Diseño de la investigación.....	28
Cuadro 6 Población.....	29
Cuadro 7 Muestra	30
Cuadro 8 Frecuencia.....	31
Cuadro 9 Adquirir.....	32
Cuadro 10 Cortesía.....	33
Cuadro 11 Disposición.....	34
Cuadro 12 Asesoramiento.....	35
Cuadro 13 Acoger.....	36
Cuadro 14 Beneficiarse.....	37

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Contenidos:	Páginas:
Gráfico 1 Estructura organizativa	25
Gráfico 2 Asistencia.....	31
Gráfico 3 Contraer.....	32
Gráfico 4 Relación de empleados.....	33
Gráfico 5 Ubicación.....	34
Gráfico 6 Sugerencia.....	35
Gráfico 7 Ocupación al cliente.....	36
Gráfico 8 Consumo.....	37
Gráfico 9 Plan de mejora.....	39



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnóloga en Administración de Empresa.

Tema

“Estudio del servicio que brinda la microempresa lavadora Klei-car para el mejoramiento de la satisfacción al cliente en la parroquia Posorja. ”

Autora: Rodríguez Carreño Viviana Lorena

Tutor: Dr. Simón Illescas Prieto

RESUMEN

La microempresa lavadora Klei-Car, donde se encuentra ubicada en la parroquia Posorja del cantón Guayaquil, se realizó un estudio del servicio hacia los clientes, ya que el único propósito es tener mejoras en el ámbito laboral para alcanzar la satisfacción de cada uno de los clientes, teniendo como principal objetivo en fundamentar los aspectos sobre el servicio y atención al cliente que brinda la misma, también es de diagnosticar y evaluar la satisfacción de sus respectivos clientes para luego proponer las acciones para el correspondiente mejoramiento para tener excelente atención y servicio de la microempresa; en el cual fue necesario utilizar los siguientes tipos de investigación: el descriptivo donde se utilizó datos coherentes escogiendo más de una variables que son dadas por los clientes, la investigación explicativa se la utilizo para interpretar la realidad de la empresa escogiendo grupos de personas organizadas y enfocadas a cada uno de los departamentos de la microempresa y por último la investigación correlacional donde se dio a conocer muchas hipótesis de acuerdo a los diferentes tipos de investigación anteriores para requerir de una conclusión específica ya que para esto se toma mucho tiempo, s esto va adjunto sus respectivas encuestas y entrevistas como pruebas obtenidas para llegar a una conclusión exacta.

Servicio

Brinda

Satisfacción

Cliente



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnóloga en Administración de Empresa.

Tema

“Estudio del servicio que brinda la microempresa lavadora Klei-car para el mejoramiento de la satisfacción al cliente en la parroquia Posorja. ”

Autora: Rodríguez Carreño Viviana Lorena

Tutor: Dr. Simón Illescas Prieto

Abstract

The Klei-Car washing company, located in the Posorja parish of the Guayaquil canton, carried out a study of the service to the clients, since the only purpose is to have improvements in the workplace to reach the satisfaction of each one of the Clients, having as main objective to base the aspects on the service and customer service that provides the same, is also to diagnose and evaluate the satisfaction of their respective clients and then propose the actions for the corresponding improvement to have excellent care and service of Microenterprise; In which it was necessary to use the following types of research: the descriptive one where coherent data was used by choosing more than one variable that is given by the clients, explanatory research was used to interpret the reality of the company choosing groups of organized people and Focused on each of the departments of the microenterprise and finally the correlational research where many hypotheses were given according to the different types of previous research to require a specific conclusion since this takes a lot of time, s this goes Attached their respective surveys and interviews as evidence obtained to arrive at an exact conclusion.

Service

Offers

Satisfaction

Client

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto

El servicio hacia los clientes favorable ya que de alguna u otra manera los empleados a veces no les dan solución a sus propios clientes, ellos no tienen capacitación motivacional continuamente para poder desempeñarse en su labor, no tiene una adecuada organización para poder atender al cliente. El jefe de esta área no presta atención a este caso, ya que piensa que con tan solo atenderlo y que lleve el producto está en lo correcto, sin embargo, no se preocupa en la satisfacción del cliente.

Situación conflicto que debo señalar

La microempresa lavadora KLEI-CAR en la actualidad se deriva a muchos problemas ya que tiene poco tiempo posesionada en el mercado en el cual les brinda servicio a sus clientes; el mayor de los problemas parte desde el poco conocimiento de cómo manejar las situaciones del servicio por parte del gerente hacia los empleados y así puedan poner en ejecución del servicio hacia los clientes, el siguiente problema que se puede encontrar es el poco personal para brindar el servicio adecuado y es porque la empresa recién está generando ingresos, otro de los problemas es que aún no es reconocida en la parroquia Posorja por el poco tiempo de funcionamiento y por el lugar donde se encuentra establecido, el siguiente problema que se le presenta a la microempresa es la fuerte competencia que por lo general comúnmente tiene toda empresa ya que la competencia brinda adicionales servicios y ya tienen sus propios clientes.

Delimitación del Problema

País: Ecuador

Cantón: Guayas

Ciudad: Guayaquil

Parroquia: Posorja

Área: Noroeste

Sector: Calle natividad frente a la gasolinera Terbell

Formulación del Problema

¿Qué incidencia tiene el servicio que brinda la microempresa lavadora Klei-Car, en la satisfacción del cliente durante su funcionamiento en el periodo 2017, ¿ubicada en la parroquia Posorja del cantón Guayaquil?

Variables de Investigación

Variable Independiente: Servicio que brinda la microempresa.

Variable Dependiente: Satisfacción del cliente.

Evaluación del problema

Claro: Porque a simple vista se da a entender que se quiere llegar al punto específico del problema para así dar ideas concisas para el mejoramiento.

Delimitado: Porque existe el tiempo de su funcionamiento de la microempresa, también el lugar específico donde se encuentra ubicada y la población existente de los empleados de la microempresa.

Evidente: Porque existe una afirmación, no hay duda porque es visible para la sociedad y por lo general es muy notable.

Concreto: Porque es fácil de entender, va directo a un tema específico y es favorece a la sociedad.

Variable: Porque el servicio que brinda la microempresa no es el apropiado de parte de sus empleados, para obtener una factible satisfacción del cliente.

Contextualmente: Porque ante la sociedad debe practicar los valores humanos tanto interno como externo de la organización.

Objetivos

Objetivo General

Proponer mejoras al servicio que brinda Lavadora KLEI-CAR en la parroquia Posorja para alcanzar la satisfacción del cliente.

Objetivos Específicos

1. Fundamentar aspectos sobre el servicio y atención al cliente.
2. Diagnosticar el servicio y atención al cliente que brinda la microempresa y evaluar la satisfacción de sus respectivos clientes.
3. Proponer acciones de mejoras para tener una buena atención al cliente y un buen servicio.

Justificación de la Investigación

El proyecto se dará a cabo con la finalidad de ayudar a que la microempresa tenga un mejor servicio al cliente, ya que el beneficiario sería el gerente por el cual se le va a adquirir conocimientos para llevar un buen servicio y atención al cliente en la microempresa Lavadora KLEI-CAR porque una vez poner en práctica los objetivos específicos tendrá mayor ingreso y clientes fijos, el proyecto llevara mucha dedicación, tiempo e investigación; para esto el gerente de la microempresa tendrá que colaborar con cualquier elemento para la respectiva investigación ya que se llevara a cabo un análisis interno para verificar si la atención y servicio al cliente es tanto interno como externo; después se analiza la parte externa de la microempresa para que los clientes opinen del servicio y atención al cliente para así tener una mejora, también se mejorara el

aspecto físico de la microempresa para tener más ingresos en ella ya que en el lugar donde está ubicada no es una zona principal pero si donde se ve a la vista porque a su alrededor se encuentra una gasolinera.

Las investigación a realizar tiene un grado muy alto en cuanto a la conveniencia ya que será favorable tanto para la microempresa y para los cliente porque de alguna u otra manera mejorara en varios aspectos, ya que el principal objetivo es mejorar el servicio y la atención hacia el cliente, esto servirá para que el gerente pueda controlar y sobrellevar los casos de cada uno de los empleados hacia los cliente, ante la sociedad no tiene ninguna trascendencia, al final de la investigación tendrá como resultado favorable ya que los beneficiarios será para ambas partes tanto como para la empresa y los clientes, para que esto se lleve a cabo deben tener contactos con los clientes frecuentemente y hacer unas respectivas encuestas para poder saber que inconveniente tienen dicho cliente; también es recomendable utilizar el método de la observación para poder saber el problema específico, una entrevista para cada empleado del área para saber su fortaleza y debilidad en su desempeño laboral.

Viabilidad

Viabilidad Técnica: El gerente de la microempresa está dispuesto a colaboraren cualquier actividad y cambios que se necesita porque está consiente al problema del servicio que se les brinda a los clientes ya que los recursos que se va a emplear son los adecuados para llegar a una mejoría en el problema.

Viabilidad Sociocultural: La microempresa cumple con las normas y costumbres sociales establecidas, ya que para la microempresa los valores y el bienestar de cada uno de los miembros de la microempresa es lo más importante.

Viabilidad Económica: Donde se encuentra ubicada la microempresa no existe ninguna competencia alrededor, ya que le da una gran ventaja al existir empresas adecuadas para utilizar su servicio.

Viabilidad Ambiental: El servicio que brinda la empresa si afecta el equilibrio ecológico, pero no a mayor grado de intensidad porque tratan de contaminar el medio ambiente por el cual cumple con una parte de las regulaciones medioambientales del país.

Viabilidad Política: La microempresa cumple con las medidas políticas porque genera empleo para que no haya alto grado de empleo informal y así tener una labor productiva y también respeta las normas de labor de la empresa que es establecida.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Antecedentes Históricos

El incremento que obtuvo la industria automovilística generó grandes ingresos a los fabricantes de automotores a escala global, permitiendo que otros mercados se crearan para satisfacer las necesidades que surgieron de la mano de la producción de vehículos a gran escala. Una de estas oportunidades surgió años después de que se extendiera el uso de los vehículos, se trataba nada menos que de los locales dedicados a la limpieza de autos. (comercio, 2016).

En un principio, como no existía tecnología tan a la vanguardia, las tareas de lavado se realizaban de forma manual. Las personas utilizaban agua y paños de tela para quitar la suciedad de sus autos. En los primeros años del boom de los automóviles las personas utilizaban mucho los autos para cruzar por zonas de difícil acceso o por los establos, sitios en los que los carros se ensuciaban mucho con el polvo y los desechos de los animales.

En 1908 apareció una de las primeras ideas de un *'túnel' de lavado, específicamente en Detroit, Estados Unidos* (comercio, 2016). Este proyecto fue promovido por la reconocida marca Oldsmobile. De esta forma nació el Automobile Laundry. Este era un sistema que consistía en empujar el auto a través de una serie de estaciones en las que las personas realizaban una determinada tarea de limpieza.

Uno de los primeros autos comercial lava aparecido en Detroit en 1914, donde dos empresarios comenzaron un lavado de autos manual (Velasco,

2010). Es necesario el coche del cliente para ser empujado alrededor de un círculo a diferentes fases, donde pasó por las distintas etapas de lavado. Varios años después, en 1924, se dio un giro a este proceso.

Fue en la ciudad de Chicago donde se da una propuesta poco conocida que se denominó "*Automobile Washbow*" I. Este sitio no era más que una plaza inundada en la que se debía conducir de manera circular para apartar parte de la mugre existente, especialmente las que se encontraban en las ruedas. Esta era una plaza llena de agua por la que los carros daban vueltas a unos 20 km/h, hasta que todo el estiércol se desprendía de las ruedas. (DriveSmart, 2015) El proceso continuaba con una limpieza manual de la carrocería y de los interiores, aunque este no era el proceso muy detallado.

Esta idea revolucionó la forma de pensar y ofrecer servicios para los productos de la industria automovilística. Tras este cambio, se empezaron a producir las primeras máquinas que ayudaban en esta ardua tarea. Estos aparatos eran de grandes dimensiones y tenían un funcionamiento semiautomático. Una de las primeras tareas de estos aparatos fue la difusión de agua. Más adelante se incluirían nuevas funciones más adelantadas y prácticas.

En conocidos sitios estadounidenses, como Coppell, en Texas, ya se empezaron a usar ventiladores para completar la cadena de limpieza con los procesos de secado.

El gran cambio en la forma de higienizar vehículos apareció en la década de 1940, cuando el primer túnel de lavado junto a un concesionario sale a la luz. El primer túnel de lavado semiautomático de los Estados Unidos hizo su debut en 1946, y de ahí que la industria ha crecido en tamaño y sofisticación. (automotriz.win, 2017)

Alrededor de 1928, los especialistas de lavado de coches pionero en la idea de un túnel de lavado en la que el coche se ser halado por un

mecanismo que une en sí. La idea se convirtió en realidad en el año de 1946, cuando el primer túnel de lavado semiautomático apareció en Detroit. Aunque el coche fue arrastrado por una máquina, el coche ha borrado por los cepillos de accionamiento manual.

Después de haber sido inspirado por un lavado de autos en el 1950, Dan Hanna abrió su cuenta en Oregon, este hombre llegó a poseer 31 lavados de autos, y comenzó su propio equipo de ingeniería, pasando a desarrollar invenciones que darían perfil diferente a la industria, convirtiéndose en fabricante de equipos de lavado de automóviles más importante del mundo, según el sitio web de la compañía Hanna Car Wash Systems International, LLC.

También en la década de 1950, varias decenas de expertos de lavado de vehículos se reunieron y formaron la Asociación automática de lavado de coches. Actualmente dicha organización es conocida como la Asociación Internacional de Lavado de vehículos, y representa a la industria con publicaciones mensuales, relaciones gubernamentales y una exposición anual.

Después de la Segunda Guerra Mundial, se dio una expansión de las lavadoras de vehículos en Estados Unidos, especialmente en las gasolineras.

Para 1951, los hermanos Archie, Dean y Eldon Anderson volvieron a revolucionar la forma de limpieza que existía hasta ese momento. Ellos formularon la idea de jabonar los vehículos de manera automática para optimizar así los recursos. Desde entonces, estos y otros dispositivos fueron desarrollándose para optimizar las tareas de lavado y que vaya quedando de lado esta tarea que en principios era manual.

Algunas lavadoras poseen lavado automático, que consiste en una máquina que limpia el auto ya sea mediante fricción ya sea de cepillos o

trapos, con ayuda de chorros de agua que es evacuada por presiones altas. (wikipedia.org, /es.wikipedia.org, 2017)

El 8 de agosto de 1962, los empresarios Johann Sulzberger y Augsburg Gebhard Weigele patentan el primer lavadero automático de vehículos a motor.

Los primeros lavados de coche automático de la historia eran muy diferentes. Se trataba de una estructura que, con dos cepillos conectados y un poco de jabón, fregaban las partes laterales y la parte superior del automóvil, mientras se deslizaba por unos raíles. En 1962 solo contaba con un programa para el lavado. Un año después llegaron los creadores en una versión mejorada que hacía totalmente innecesaria la mano del hombre.

Los inventores de lavado de coche automático fundaron la compañía Lavaderos Wesumat GmbH, que en el año 2000 tuvo que fusionarse con su principal competidor en el mercado, la California Kleindienst, como respuesta a la caída de los beneficios en Europa. Dicha fusión permite que la Washtec AG salga a la luz, que permanece liderando el sector en todo el mundo. (Maza, 2012)

Las lavadoras en el país actualmente

En la actualidad, como se sabe, el lavado de automóviles está prohibido que sea realizado en la vía pública porque daña el asfalto, y esto conlleva a una sanción pecuniaria.

Aun, en esta era tecnológica no todos cuentan con el capital suficiente para adquirir la maquinaria o implementos tecnológicos suficientes y adecuados para que la lavadora sea un verdadero negocio, que pueda ofrecer calidad a sus clientes y buen trato, optimizando tiempo y recursos. El lavado de autos de manera manual demora alrededor de 40 minutos, pero al hacerse con los aparatos tecnológicos necesarios el tiempo empleado es de 15 minutos aproximadamente. (EU, 2012)

A toda institución se le exige que obtengan la licencia ambiental, que es el “documento que se emite luego que cumplan con el estudio de impacto ambiental que contempla las medidas para disminuir la contaminación”, de lo contrario, no podrán funcionar, y en caso de que llegasen a funcionar sin aquella licencia, serán clausurados.

Estudios indican que los aceites utilizados en las lavadoras producen graves problemas de contaminación, ya que contienen cromo, plomo, cadmio y otros componentes químicos fuertes que dañan los riñones y el aparato reproductor. (El comercio, 2012)

Las multas por las contravenciones van de USD 58,4 a USD 584, pero además se pueden aplicar medidas cautelares, como la suspensión y/o clausura del local.

En caso de que sea encontrado en flagrancia, el infractor deberá pagar el costo de la multa establecida. Luego puede iniciar un proceso de impugnación. En ese caso, la sentencia tarda, aproximadamente 30 días. En caso de que la boleta sea emitida sobre la base de una denuncia, no es obligatorio que el presunto contraventor pague la multa para iniciar el proceso de impugnación, puesto que se debe resolver primero acerca de la causa previa investigación. Según datos del Censo Económico del 2010, solo en la provincia Pichincha hay alrededor de 55155 establecimientos de comercio al por mayor y menor y reparación de vehículos, que dan empleo a más de 144 788 personas.

Antecedentes Referenciales

Leónidas Homero Moreira Gómez, en su tesis “Estudio De Factibilidad Para El Montaje De Una Lavadora De Autos Con Tecnología A Vapor” (Moreira Gómez, 2011) expresa que lo que “*se pretende establecer un plan de negocios enfocado a la creación y desarrollo de una empresa de servicios con altos niveles de calidad, innovación y atención*”, ya que *si se*

brinda atención adecuada al usuario, dando calidad en el servicio, el negocio será totalmente rentable.

La idea es que las lavadoras de carros funcionen con un sistema a vapor, evitando la contaminación y el excesivo uso de energía eléctrica. Con esta expectativa se pretende dar un servicio de calidad con bajos riesgos de impacto ambiental, con innovaciones dinámicas y eficaces que brinden la adecuada atención al cliente, para que éste visite el local con frecuencia.

Las máquinas de lavado son originarias de Corea y utilizan tecnología de punta que permite perfeccionar los niveles de gasto en insumos como agua, detergentes y desinfectantes, debido a las propiedades que posee el vapor para limpiar y desinfectar con facilidad, no es necesario utilizar ningún tipo de jabón o sustancia química adicional para lograr un buen lavado de los automotores.

Estas máquinas tienen altos índices de eficiencia ya que requiere de solo 10 minutos para calentar su generador de calor y estará lista para la operación, adicionalmente tiene la capacidad para realizar entre 20 y 30 lavadas diariamente lo que genera ingresos adecuados al mes.

Entre las ventajas que ofrece el sistema a vapor se debe recalcar que por su bajo consumo de agua no genera desperdicios ni contaminación de aguas subterráneas, lo que reduce la contaminación ambiental de manera generalizada, ya que las aguas subterráneas dejan residuos en la tierra y las aguas.

Adriana González J. en su tesis “El servicio ideal en el negocio de Lavado de Carro”, expresa *“El servicio de lavado de carros es una actividad de carácter intangible, a través de la cual el cliente busca satisfacer la necesidad de limpieza de su vehículo. Se caracteriza por ser realizado por personas, incluso cuando hay máquinas en el proceso”* (GONZALEZ J., 2014)

Es de carácter intangible porque no se evidencia de manera clara, pero sin embargo el usuario quiere y necesita limpiar su vehículo, y tener la oportunidad de compartir, aunque sea unos segundos con personas que entiendan las necesidades de limpieza.

Esta autora presenta similitud al trabajo propuesto, ya que lo que se busca es el mejorar el servicio al cliente, para que este no solamente salga con su vehículo limpio, sino que el servicio que reciba sea de excelencia.

Fundamentación Legal

Francisco Verni, reportero del diario el Universo de una pauta acerca del servicio de lavadoras que se brinda en la ciudad de Guayaquil. (Francisco Verni, 2015) Una de las propuestas de este servicio de limpieza la da la empresa “*Auto Clean*”, de la ciudadela Vernaza Norte, donde “*se limpian los carros con guantes de felpa. Además, se coloca silicona en la tapicería*”. La limpieza con máquinas y guantes de felpa se ofrece también en otros sectores, especialmente en centros comerciales, da al cliente la “garantía de que su vehículo no ha de ser rayado, y que la pintura no va a ser dañada. Según cuenta su administrador, Jaime Salinas, la calidad y confianza en su trabajo la diferencia del resto. Lavado premium y lavado extra –dependiendo del tamaño del vehículo– son las dos opciones. La primera es para autos sedán y el extra, para 4x4 o camionetas.

En la Lavadora y Lubricadora Garma Uquillas, ubicada en Esmeraldas y Venezuela, “el pre-enjuague se hace con agua a presión y luego se coloca champú”. Es así como se ganan la vida cientos de ecuatorianos, con trabajos que quizá han iniciado con capital no tan elevado, pero que va aumentando con el paso de los días.

Con una pistola a presión, se echa agua en el capó, mientras otro trabajador, con una aspiradora extrae el polvo y arena de los rincones del

portamaletas del vehículo. A ese ritmo, con tareas compartidas, en tres horas se lavan hasta diez carros.

En relación con la ciudad de Guayaquil, sectores como la calle Esmeraldas, Los Ríos y la avenida de las Américas concentran el mayor número de lavadoras. En esos sitios hay más de 50 locales, de todo tamaño, que ofrecen estos servicios. De aquí, se muestra un ejemplo de que el trabajo de este tipo tiene cierto margen de productividad y ganancia, siendo, por tanto, un trabajo rentable, más aún cuando se cuenta con la maquinaria necesaria para el efecto.

En otras zonas de Guayaquil, donde antes se ofertaba el lavado de manera informal en la calle, también se han sumado locales, como en la avenida Isidro Ayora y la Prosperina. Y ello se palpa desde que el Cabildo porteño empezó a multar con medio salario básico a los que ocupen la vía pública para vender, lavar o arreglar desperfectos mecánicos de los automóviles. La sanción que se aplica también es para los clientes que, sabiendo de aquella contravención, insisten.

Son en diversos puntos de esta ciudad que se ofertan este tipo de servicios, así, por ejemplo, en la intersección de la calle Gómez Rendón, en la lubricadora “Don Polo”, se realiza un lavado exprés que cuesta tres dólares e incluye la limpieza exterior del vehículo con champú y aspirada en zonas interiores. *“Los clientes cuentan con una sala de espera que incluye televisión e internet”*, idea que ha sido beneficiosa para el negocio, y que aumenta de cierta manera los ingresos, así lo dice la administradora de esta lavadora de autos, Patricia Arellano. Y es lógico, si el cliente es bien atendido, y mientras espera, se siente cómodo en un ambiente adecuado, sin que la espera se haga tan larga y cansada, los ingresos aumentarían. Aquí, los vehículos se ubican en el costado izquierdo del patio del establecimiento para el lavado exprés. Adicionalmente se ofrece la limpieza de residuos y lodo de la parte de abajo del vehículo, en el denominado lavado completo. Estas implementaciones o servicios

adicionales que se ofrecen dan cabida a que más clientes lleguen por estos servicios.

En la ciudad, el lavado de carros se maneja con precios diferentes y no hay una tabla tarifaria que indique los costos de los servicios prestados por las lavadoras de automóviles. Consultada sobre los costos, la intendenta de Policía, Consuelo Castro, indicó que no tiene la competencia para intervenir, puesto que, según ella, el Municipio debería regular su funcionamiento.

A este respecto, el personal del Municipio toma fotos de los carros que ocupan la vía pública en zonas no autorizadas para lavar o reparar carros. Esa gráfica sirve de evidencia. En algunos sectores, lavadores informales han comenzado a alquilar locales para evitar sanciones. La Dirección de Justicia y Vigilancia del Municipio ha registrado a los infractores que ocupaban incorrectamente la vía pública en varios sectores de la urbe.

“Excelente trabajo. Realmente mi carro quedó con un brillo deslumbrante, mejor que cuando salió de la concesionaria.” (Luis Poveda Rodríguez, 2016) *“La excelencia en servicio técnico automotriz, muy profesionales en el servicio completo a un costo accesible al público”*. Estas son algunas de las aseveraciones que dan los clientes satisfechos después de haber recibido un excelente servicio en relación con el lavado de autos. Y es que no solo se debe brindar el servicio en relación con la limpieza de los vehículos, sino que debe brindarse ayuda técnica y mecánica para que los usuarios “regresen” otra vez.

Ser el propietario de una pequeña empresa conlleva desafíos únicos para el tamaño y la función del negocio, y de las oportunidades que se tengan y puedan convertirse en fortalezas, dependerá el éxito o fracaso de la compañía. *“El desafío más importante de todos es mantener el interés de todas las partes interesadas, como los clientes, los proveedores y el personal, para generar un impulso en corto tiempo”*. (wikihow, 2017)

De acuerdo con algunos autores, se deben seguir métodos para elaborar un plan de negocios útil (smallbusiness.findlaw.com, 2017)

La mayoría de las empresas exitosas ofrecen productos o servicios nuevos, o llenan un nicho existente en el mercado. Sean cuales fueran tus razones para iniciar una pequeña empresa, por ello, es necesario asegurarse de poner las ideas por escrito, de forma clara y concisa.

En el plan de negocio, se tiene que identificar quiénes son aquellos que comprarán el producto o servicio. Así, debe plantearse algunas interrogativas, como por ejemplo ¿Por qué esas personas necesitarían o querrían tu producto o servicio? La respuesta a estas preguntas ayudará a determinar todos los demás aspectos de las operaciones de la empresa; en este paso, se debe entonces “Identificar la cartera de clientes”.

Otro aspecto importante es el hecho de “esbozar las finanzas”. En el plan de negocios, se tendrá que enfrentar algunas preguntas esenciales sobre la situación fiduciaria de la empresa.

- ¿Cómo generará dinero el producto o servicio?
- ¿Cuánto dinero generará?
- ¿Cuál es el costo de producción del producto o servicio?
- ¿Cómo piensas cubrir los costos operativos y la nómina?

Se tiene, por lo tanto, que responder estas y otras preguntas críticas cuando se planifique el futuro financiero de la pequeña empresa.

Todas las pequeñas empresas exitosas tienen que expandir su cartera de clientes y su capacidad de producción en los primeros años de funcionamiento. Asegurarse de haber identificado cómo respondería la empresa ante un crecimiento potencial es simplemente desarrollar un proyecto para llevarlo a la práctica.

"incorporar componentes cognitivos y afectivo es para su modelización" y, en este sentido, se sugiere que ésta se enriquecería al integrar el enfoque cognitivo y afectivo, por lo que, en suma, es importante ampliar el estudio de la satisfacción integrando los efectos de las emociones (Andreu Simó, 2012) La satisfacción de los clientes está íntimamente ligada a las emociones que este adquiere por medio del "medio que lo rodea", de ahí que "brindar un servicio de calidad a los clientes es imperante para que el negocio surja, avance, se posea en el mercado y de excelentes resultados".

Para conocer la relación directa entre la calidad y la satisfacción del cliente, se debe tener muy en cuenta los juicios de la calidad del servicio se basan en dimensiones concretas relacionadas con atributos de los mismos; mientras que los juicios de satisfacción están determinados por otras variables como por ejemplo las expectativas que conforman la opinión de la calidad del servicio, tienen que ver con la "excelencia" ,mientras que los de satisfacción tienen que ver con otras variables como son necesidades, equidad y finalmente, los juicios de calidad del servicio no requieren experiencias previas con el mismo. (Salvador Ferrer, 2008)

Marco Legal

Como se conoce, el trabajo dignifica al ser humano, por ello, la Constitución de la República del Ecuador establece:

Artículo 33 El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía.

En este mismo artículo el Estado se establece que es el garante del pleno respeto a la dignidad de los trabajadores proveyéndoles así una vida decorosa, con remuneraciones y retribuciones justas y equitativas, y ofreciendo el desempeño de un trabajo saludable. (Asamblea Nacional, 2008)

Al implementarse este tipo de labores, se crean plazas de trabajo, ya sea dentro del propio círculo familiar.

Artículo 52 de la Constitución de la República garantiza a las personas el derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad; (ASAMBLEA NACIONAL, Constitución, 2008), es un derecho que gozan ecuatorianos y extranjeros, derechos que se tienen como consumidor.

Artículo 66 de la Constitución de la República, en sus numerales 15, 25 Y 26, garantiza el derecho a desarrollar actividades económicas conforme los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental; el derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato; el derecho a la propiedad en todas sus formas, con función y responsabilidad social y ambiental, de manera respectiva.

Artículo 278 de la Constitución de la República del Ecuador, en su numeral 2, insta que, para la consecución del Buen Vivir, a las personas y colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad ambiental. Lo que está claro y es evidente es que cualquier servicio que sea prestado por cualquier persona debe tener responsabilidad social y ambiental.

Artículo 283 de la Constitución establece que el sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir, es decir, el que presta un servicio y obtiene beneficios debe devolver de cierta manera al estado y al mercado lo que éstos le permiten realizar.

De conformidad con el Artículo 1 de la ley de compañías se establece que *“Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades”*. Por ello, es que, al formar una empresa, la unión de dos o más personas, que aportan con sus capitales, tiene la intención firme de no solo satisfacer necesidades ajenas y propias, sino que participaran de las utilidades que estas dejaran, es decir, gozaran de ingresos que aumentarían grandemente sus capitales.

Además, el Artículo 147 de la Ley de Compañías establece:

La Superintendencia de Compañías, para aprobar la constitución de una compañía, comprobará la suscripción de las acciones por parte de los socios que no hayan concurrido al otorgamiento de la escritura pública. (H. CONGRESO NACIONAL, 2016)

El certificado bancario de depósito de la parte pagada del capital social se protocolizará junto con la escritura de constitución.

Para que toda compañía pueda funcionar es necesario que cumpla con los requisitos legales establecidos en la ley de compañías, además los socios tienen que tener el respectivo otorgamiento como tales por medio de escritura pública.

Una vez que el capital haya sido pagado, el documento habilitante, es decir el certificado bancario del depósito, debe ser protocolizado junto con la escritura de constitución de la compañía.

El Código de Comercio (Lexis, 2014) rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes. En este caso, no necesariamente es comerciante el dueño de la lavadora de autos, pero si realiza operaciones de tipo mercantiles, ya que da una “mercancía”, no en sentido estricto, sino como actividad.

Al referirse a contrato se hace referencia a que los contratos traen obligaciones para las partes contratantes, es decir, el que presta el servicio y el que lo recibe; donde se debe dar, hacer o no hacer (Lexia, 2016) una determina tarea o labor. El que presta el servicio se compromete a satisfacer las necesidades del cliente, brindando calidad en el mismo; el cliente se compromete al pago por el servicio prestado.

El Código de Comercio en su Artículo 8 establece "*Las personas que por las leyes comunes no tienen capacidad para contratar, tampoco la tienen para ejecutar actos de comercio, salvo las modificaciones que establecen los artículos siguientes*" es decir, para celebrar contratos de este tipo, ya sea para brindar servicio de lavado, dar trabajo a personas (emplear) se debe tener capacidad legal, en este caso se debe ser mayor de edad.

Ley Orgánica de Régimen Municipal establece la creación de ordenanzas municipales que deben ser acatadas por todos los propietarios de negocios, y sobre todo en aquellos lugares de mayor concurrencia o con zonas regeneradas (www.oas.org, 2015)

Artículo 63 numeral 24 se establece *La acción del concejo está dirigida al cumplimiento de los fines del municipio, para lo cual tiene los siguientes deberes y atribuciones generales: 24. Crear, modificar y suprimir tasas y contribuciones especiales de mejoras que los propietarios están obligados a pagar para costear las obras públicas, de acuerdo con la ley*

Lo que refiere esta ley es que los propietarios de establecimientos y locales comerciales o que presten un determinado servicio tienen la obligación de pagar tasas para continuar con las obras públicas que se ejecuten en la ciudad, es decir, al poseer un negocio se debe constar con un RUC, y como contribuyente se debe cancelar los valores que sean requeridos por medio del servicio de rentas internas SRI.

Esta ley contempla en el artículo 349 "impuesto a la renta" y a la "Ley de Régimen Tributario Interno"

De conformidad con el Artículo 4 de la Ley Orgánica De Régimen Tributario Interno - LORTI *“Sujetos pasivos. - Son sujetos pasivos del impuesto a la renta las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el país, que obtengan ingresos gravados de conformidad con las disposiciones de esta Ley. Los sujetos pasivos obligados a llevar contabilidad pagarán el impuesto a la renta en base de los resultados que arroje la misma.”* (Jurídica, 2015) Siendo el o los dueños de la lavadora de carros sujeto pasivo, ya que deberá tributar o pagar impuesto a la renta en base a los resultados de las ganancias obtenidas. Además, deben llevar contabilidad de manera mensual o anual, mismos que serán presentados mediante formularios correspondientes en el portal web del SRI, para efectos de devoluciones de impuesto a la renta anual por los egresos que hayan tenido durante el año.

Los Lineamientos para la regulación y principios para la aplicación se encuentran establecidos en el artículo 4 de la Ley Orgánica De Regulación Y Control Del Poder De Mercado (ASAMBLEA NACIONAL, LEY ORGÁNICA DE REGULACIÓN Y CONTROL DEL PODER DE MERCADO, 2011)

5. El derecho a desarrollar actividades económicas y la libre concurrencia de los operadores económicos al mercado.

No debe haber limitantes para que los ecuatorianos y extranjeros realicen actividades lícitas, evitando así monopolios,

6. El establecimiento de un marco normativo que permita el ejercicio del derecho a desarrollar actividades económicas, en un sistema de libre concurrencia

Se establece un marco normativo para que mediante leyes puedan desarrollarse las actividades económicas de manera responsable.

Variables de Investigación

Variable Independiente: Servicio que brinda la microempresa.

El servicio en una microempresa es la acción y efecto de servir en un pequeño negocio que genera ingresos que hasta incluso una sola persona puede administrar una microempresa, son tan pequeñas que sus propietarios no se dan cuenta que tienen un negocio.

Variable Dependiente: Satisfacción del cliente.

La frase satisfacción del cliente ha sido valorada desde varias décadas atrás, puesto que estudios realizados hace aproximadamente desde los años 60, y los primeros estudios realizados al respecto se basaron en la evaluación cognitiva entrando a valorar aspectos como los atributos de los productos, la confirmación de las expectativas y los juicios de inquietud entre la satisfacción y las emociones generadas por el producto o servicio, solapando los procesos que subyacen del consumo y la satisfacción

Definiciones Conceptuales

Licencia ambiental: Es la autorización que otorga la autoridad competente a una persona natural o jurídica, para la ejecución de un proyecto, obra o actividad. En ella se establecen los requisitos, obligaciones y condiciones que el beneficiario debe cumplir para prevenir, mitigar o corregir los efectos indeseables que el proyecto, obra o actividad autorizada pueda causar en el ambiente. (Especialistas Ambientales, 2016)

Estudio: Esta palabra tiene diferentes definiciones, dependiendo el contexto en que se use, así por ejemplo donde se aplican herramientas de enseñanza básica y diversificada a fin de insertar en el estudiante conocimientos necesarios (concepto definicion, 2017); Es el esfuerzo intelectual que se emplea en el aprendizaje de un arte o ciencia, analizando el contenido, comprendiéndolo e integrándolo a

la estructura cognitiva (deconceptos, 2017). También es considerado como el conjunto de temas o materias que se estudian para obtener cierta titulación (wordreference, 2017)

Satisfacción: Es un estado del cerebro producido por una mayor o menor optimización de la retroalimentación cerebral, en donde las diferentes regiones existentes en el cerebro compensan su potencial energético, dando la sensación de plenitud extrema. (wikipedia.org, 2017) Además, este verbo describe o hace referencia al pago lo que se debe, saciar un apetito, serenar las pasiones del ánimo, cumplir con ciertas exigencias, premiar un mérito o deshacer una ofensa. (definicion.de, definicion.de, 2017)

Incidencia: En el contexto que atañe, la incidencia es el número de veces o la frecuencia con la que un cliente va o accede a ciertos o determinados servicios. La incidencia refleja el número de nuevos “casos” en un periodo de tiempo (en relación con términos médicos) Es un índice dinámico que requiere seguimiento en el tiempo de la población de interés. (Hospital Universitario, 2017)

Cliente: La palabra cliente puede tener diferentes significados, de acuerdo con la perspectiva en la que se lo analice. Es la persona o empresa receptora ya sea de un bien, un servicio, producto o idea, a cambio de dinero u otro artículo de valor (wikipedia.org, es.wikipedia.org, 2017) Este término es sinónimo de comprador, ya que adquiere un producto (definicion.de, definicion.de, 2017) usuario, quien utiliza un determinado servicio; o consumidor quien consume un servicio o producto.

Centro de lavado: Un centro de lavado en autoservicio es un establecimiento dedicado a la limpieza de automóviles (.wikipedia.org, 2017) por los propios usuarios, donde se les facilita los instrumentos tecnológicos, y por medio de colocación de monedas para que las

máquinas funcione con la manipulación o uso que den los usuarios, también hay centro de lavados manual ya que la mayoría de las personas lo prefieren.

Lavado: Es la operación de limpieza interior y exterior de la carrocería que, a pesar de no tener consecuencias directas sobre el funcionamiento del auto (diccionario.motorgiga.com, 2017) permite conservar en excelentes condiciones las chapas, pinturas, adhesivos, entre otros

Cuadro 1 Operacionalización de las variables

Variabes	Concepto	Indicadores	Índice
Independiente Servicio que brinda la microempresa.	El servicio en una microempresa es la acción y efecto de servir en un pequeño negocio que genera ingresos que hasta incluso una sola persona puede administrar una microempresa, son tan pequeñas que sus propietarios no se dan cuenta que tienen un negocio.	Administrar Propietario Negocio	Capacitación a los operarios
Dependiente Satisfacción del cliente.	La cantidad de dinero que va a obtenerse dependerá de la calidad del servicio que se preste en la lavadora, haciéndolo con eficiencia y eficacia, brindado confort al usuario	Ingresos Calidad Usuario	Evaluación de calidad

Elaborado por: Rodríguez Viviana

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

La metodología se utilizará para el desarrollo de esta investigación es para determinar el tipo de investigación y el diseño aplicado, el análisis de la población que va a permitir a determinar la muestras para verificar el servicio que la microempresa y sus efectos de la satisfacción del cliente.

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa: Lavadora Kleicar

Fecha, ley o resolución en que fue aprobada o constituida: 1 de abril
Del 2016

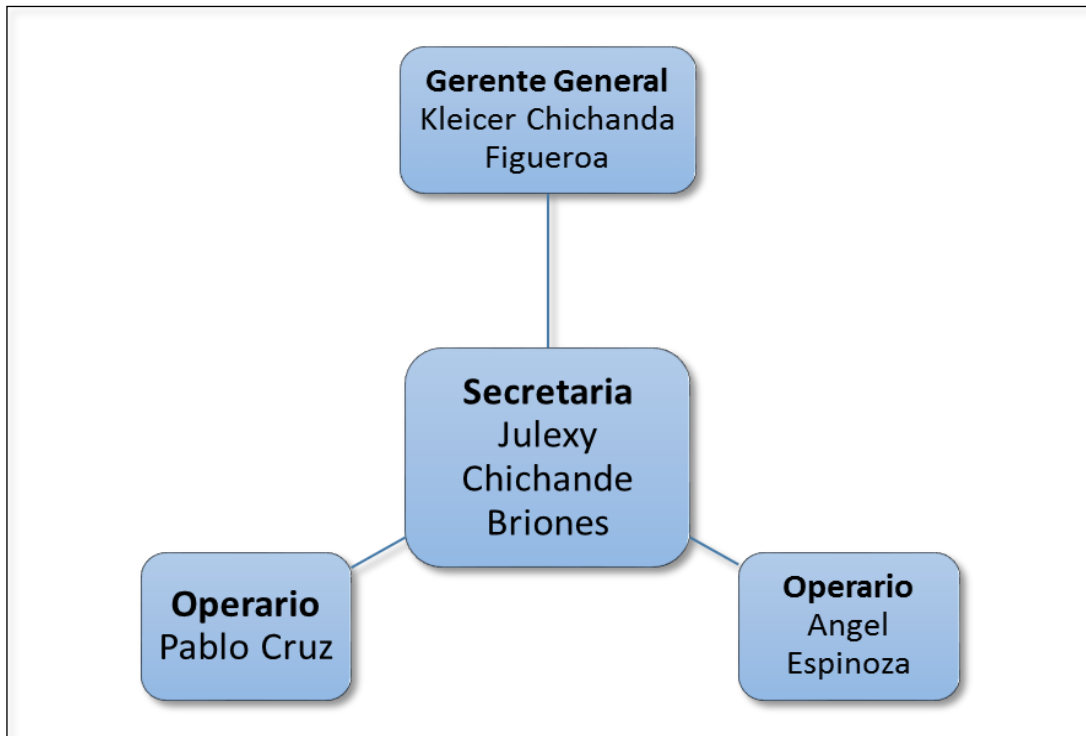
Objetivo Social: Esta Empresa tiene como objetivo social, el lavado de automóviles, con los más altos estándares de calidad, eficiencia y a los mejores precios del mercado.

Misión:

Brindar a la sociedad un servicio innovador basado a la excelencia, el cual consiste en el lavado de autos, satisfaciendo las necesidades de los clientes a través de una atención rápida e impecable.

Visión:

Ser una empresa reconocida como el mejor sitio de lavado de auto, por su calidad y excelencia.



Elaborado por: Rodríguez Viviana

Cantidad de trabajadores por categoría ocupacional:

4 trabajadores:

- **Gerente General:** Kleicer Chichanda Figueroa
- **Secretaria:** Julexy Chichande Briones
- **Operario 1:** Pablo Cruz
- **Operario 2:** Ángel Espinoza

Clientes, proveedores y competidores más importantes:

Proveedores:

- Conauto, inverneg, gulf

Competencias:

- Lavadora y Lubricadora Garabí
- Lavadora y Lubricadora Marianita

Principales productos o servicios:

Productos:

- Filtro, lubricantes

Servicios:

- Cambio de aceite, lavado

Análisis económico:

Mes de abril 2016 hasta julio 2017

Cuadro 2

Ingresos

Abril	\$ 2691.75
Mayo	\$ 1759.55
Junio	\$ 1601.05
Julio	\$ 2988.95
Agosto	\$ 2962.35
Septiembre	\$ 1875.20
Octubre	\$ 2237.90
Noviembre	\$ 2369.50
Diciembre	\$ 2268.35
Enero	\$ 2479.08
Febrero	\$ 1740.00
Marzo	\$ 1650.00
Abril	\$ 2896.35
Mayo	\$ 1905.03
Junio	\$ 1791.55
Julio	\$ 1665.35
Total	\$ 13.878.85

Elaborado por: Rodríguez Viviana

Cuadro 3

Egresos

Abril	\$ 1614.60
Mayo	\$ 1200.00
Junio	\$ 1185.05
Julio	\$ 1800.00
Agosto	\$ 2300.00
Septiembre	\$ 1422.30
Octubre	\$ 1575.00
Noviembre	\$ 1565.00
Diciembre	\$ 1645.00
Enero	\$ 1654.00
Febrero	\$ 900.77
Marzo	\$ 868.15
Abril	\$ 1354.00
Mayo	\$ 650.22
Junio	\$ 1125.50
Julio	\$ 988.35
Total	\$ 21.847.94

Elaborado por: Rodríguez Viviana

Cuadro 4**Utilidad**

Abril	\$ 1077.15
Mayo	\$ 559.55
Junio	\$ 416.00
Julio	\$ 1188.95
Agosto	\$ 662.35
Septiembre	\$ 452.90
Octubre	\$ 662.90
Noviembre	\$ 804.50
Diciembre	\$ 623.35
Enero	\$ 825.08
Febrero	\$ 839.23
Marzo	\$ 781.85
Abril	\$ 1542.35
Mayo	\$ 1254.81
Junio	\$ 666.05
Julio	\$ 677.00
Total	\$ 13.034.02

Elaborado por: Rodríguez Viviana

Cuadro 5**Diseño de la Investigación**

Exploratorio	Descriptivo	Explicativo	Correlacional
<p>Consiste en proveer una referencia general de la temática, a menudo desconocida, presente en la investigación a realizar. Da la posibilidad de formular el problema de investigación, para poder extraer datos y términos que permitan generar las preguntas necesarias. (Morales, 2017)</p>	<p>Consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. (wikipedia.org., 2017)</p>	<p>Es el proceso orientado, no sólo a describir o hacer un mero acercamiento en torno a un fenómeno o hecho específico, sino que busca establecer las causas que se encuentran detrás de éste. (El pensante, 2017)</p>	<p>Tipo de investigación social que tiene como objetivo medir el grado de relación que existe entre dos o más conceptos o variables, en un contexto en particular. En ocasiones solo se realiza la relación entre dos variables, pero frecuentemente se ubican en el estudio de relaciones entre tres variables. (Ecured, 2017)</p>

Elaborado por: Rodríguez Viviana

Población y Muestra

Población

La población de la microempresa Lavadora Kleicar es finita porque va dirigido al personal directo de la empresa y clientes fijos.

Característica de la población

La población de dicha empresa esta variada por ambos sexos; específicamente tres de sexo masculino, los operarios incluyendo al gerente general y uno de sexo femenino que es el caso de la secretaria; donde su área de trabajo es amplia y cómoda siendo así una población de condición activa.

Cuadro 6**Población**

Ítem	Informantes	Población
1	Gerente General	1
2	Secretaria	1
3	Operarios	2
4	Clientes	35
	Total	39

Fuente: Lavadora Kleicar**Elaborado por:** Rodríguez Viviana**Muestra**

Son treinta y nueve personas que constituyen la población en la cual se le resultarán capacitaciones para el mejor servicio, también evaluaciones de calidad para dicho mejoramiento.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:**N:** total de población 39**Z:** nivel de confianza 95%**P:** probabilidad/ éxito 50%

R//: n= 35

Q: probabilidad / fracaso 50%**e:** margen de error 5%

Se aplicará una encuesta a 35 personas ya que fue el resultado de la muestra que se realizó para tener un resultado específico sabiendo que es una población finita.

Tipo de muestra: Muestreo Probabilístico / Aleatorio Simple es el que hace posible obtener resultados no sesgados cuando estudio la dicha muestra, en ocasiones, estos resultados no sesgados requieren usar técnicas de ponderación, pero conozco qué probabilidad tengo de que cada individuo sea seleccionado en mi muestra.

Cuadro 7 **Muestra**

Ítem	Estrato	Muestra
1	Gerente General	1
2	Secretaria	1
3	Empleados	3
4	Clientes	30
	Total	35

Fuente: Lavadora Kleicar

Elaborado por: Rodríguez Viviana

Métodos y Técnicas

Método Analítico

Se empleará este método para poder estudiar la falencia del problema planteado.

Técnica

Observación. Se utilizará esta técnica porque ayuda a visualizar con rapidez el problema y así tener un análisis rápidamente.

Encuesta: Aplicare esta técnica porque se ve necesario y obligatorio para poder distinguir las necesidades de los clientes.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

1.- ¿Con que frecuencia acude a la Lavadora Kleicar?

Cuadro 8

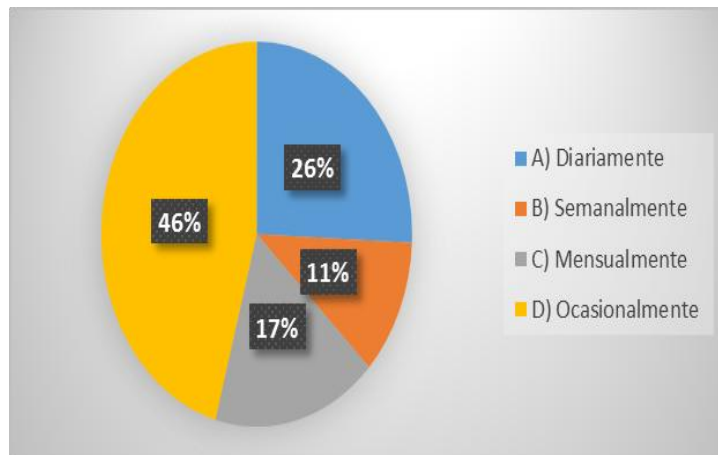
Frecuencia

A) Diariamente	9
B) Semanalmente	4
C) Mensualmente	6
D) Ocasionalmente	16

Elaborado por: Rodríguez Viviana

Gráfico 2

Asistencia



Elaborado por: Rodríguez Viviana

Análisis:

El resultado con mayor porcentaje es el literal D con un 46% ya que ocasionalmente ya sea por apuros o accidentalmente acuden a la Lavadora Kleicar para dar uso de su servicio o producto, seguido por el literal A con un 26% de personas que acuden diariamente por ser clientes fijos, el literal C con un 17% de personas acuden mensualmente por su trabajo cercano y el más bajo de 11% de personas que acuden semanalmente.

2.- ¿Qué adquiere en la Lavadora Kleicar?

Cuadro 9

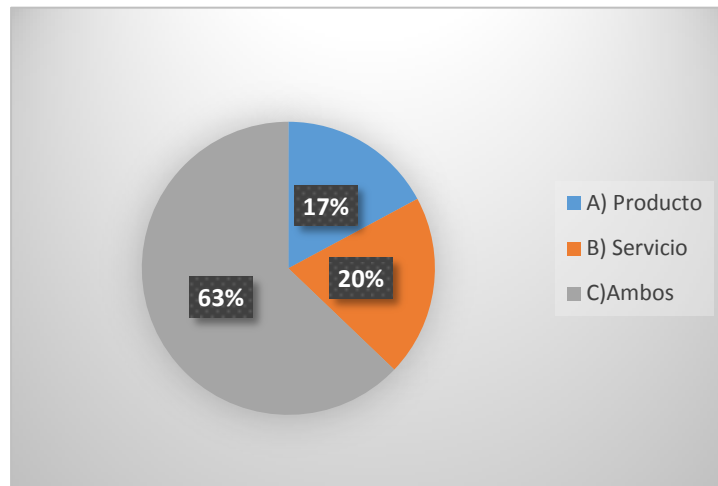
Adquirir

A) Producto	6
B) Servicio	7
C) Ambos	22

Elaborado por: Rodríguez Viviana

Grafico 3

Contraer



Elaborado por: Rodríguez Viviana

Análisis:

El literal C con un mayor porcentaje de 63% dio a conocer que la mayoría de los clientes utilizan los productos y servicio de la Lavadora Kleicar, seguido por el literal B con un 20% de clientes utilizando solo el servicio y por último el literal A con un 17% que solo utiliza sus productos.

3.- ¿Cómo es el trato por parte de los empleados de la Lavadora Kleicar?

Cuadro 10

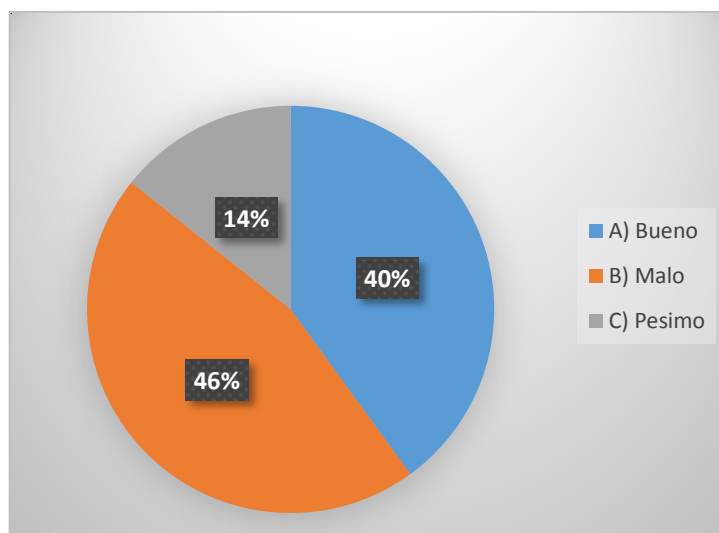
Cortesía

A) Bueno	14
B) Malo	16
C) Pésimo	5

Elaborado por: Rodríguez Viviana

Gráfico 4

Relación de Empleados



Elaborado por: Rodríguez Viviana

Análisis:

El resultado con mayor porcentaje es el literal B con un 46% dando a conocer que la atención por parte de los empleados es malo, seguido por el literal A con un 40% que es bueno ya que no a todos se le da mala atención y por último el literal C con un 14% de clientes que le brinda una pésima atención.

4. ¿Cuál de estas opciones le parece sobre el lugar donde se encuentra la Lavadora Kleicar que es Calle natividad frente a la gasolinera Terbell?

Cuadro 11

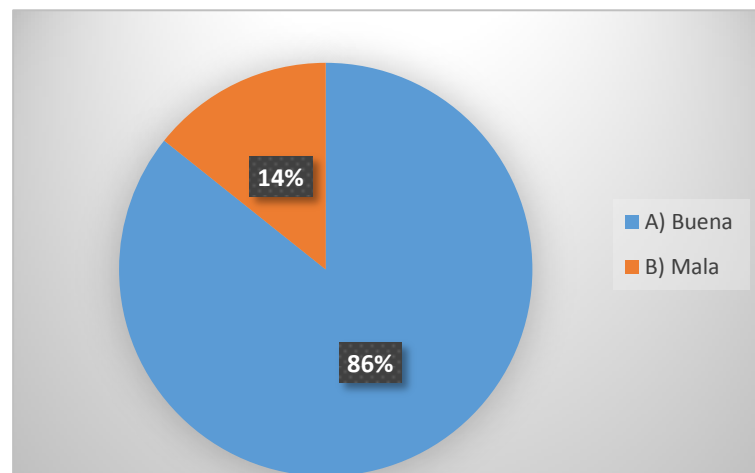
Disposición

A) Buena	30
B) Mala	5

Elaborado por: Rodríguez Viviana

Gráfico 5

Ubicación



Elaborado por: Rodríguez Viviana

Análisis:

El literal A dio como resultado un 86% de que a los clientes le parece muy bien donde se encuentra ubicada la Lavadora Kleicar ya que está en un lugar donde hay una empresa cercana y está frente a una gasolinera, solo un 14% de clientes respondieron a que está mal ubicada por ser una microempresa recién posesionada y no tiene mucha salida.

5. ¿Recomendaría nuestro servicio a un amigo o familiar?

Cuadro 12

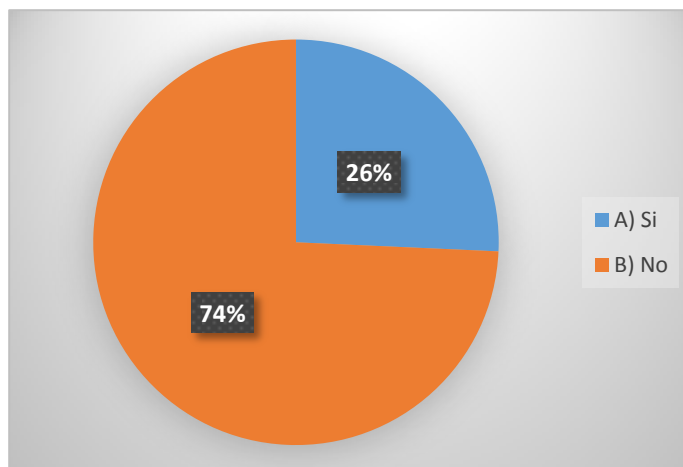
Asesoramiento

A) Si	9
B) No	26

Elaborado por: Rodríguez Viviana

Gráfico 6

Sugerencia



Elaborado por: Rodríguez Viviana

Análisis:

El mayor porcentaje que arrojó esta pregunta es el literal B con un 74% ya que los clientes no recomendarían los productos o servicio porque solo ocasionalmente lo consume, por la atención dada o simplemente porque ya tiene su lugar de consume específico, ya que en el literal A tiene un 26% que si recomendaría ya que mejoraría la atención a futuro con más clientes.

6. ¿Fue atendido a tiempo en la Lavadora Kleicar?

Cuadro 13

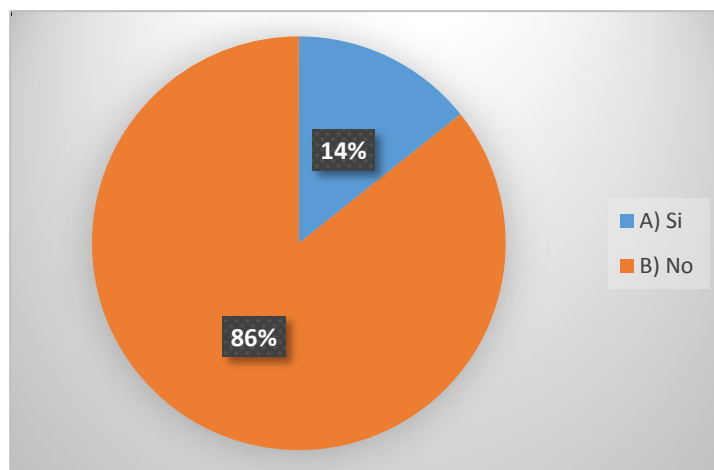
Acoger

A) Si	5
B) No	30

Elaborado por: Rodríguez Carreño Viviana

Gráfico 7

Ocupación al cliente



Elaborado por: Rodríguez Viviana

Análisis:

En esta pregunta dio como mayor resultado el literal B con un 86% ya que la mayoría de los clientes no son atendidos a tiempo y no con buena atención, en el literal A tiene un 14% de los clientes que si son atendidos a tiempo y como se debe.

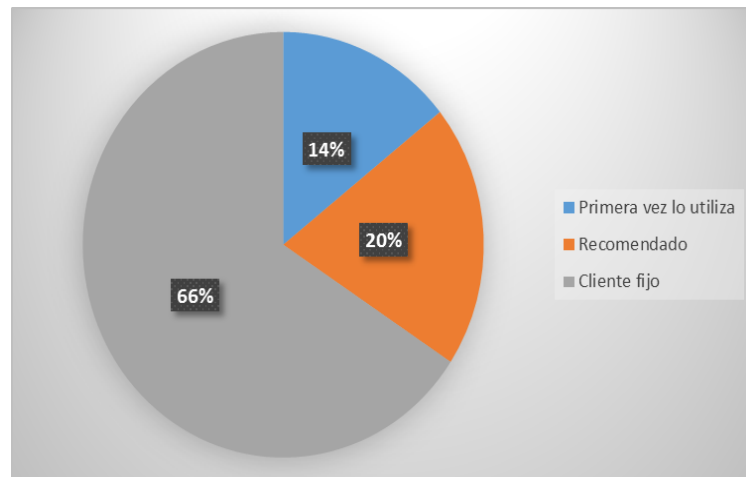
7. ¿Por qué decidió utilizar los productos o servicio de la Lavadora Kleicar?

Cuadro 14 **Beneficiarse**

Primera vez lo utiliza	5
Recomendado	7
Cliente fijo	23

Elaborado por: Rodríguez Viviana

Gráfico 8 **Consumo**



Elaborado por: Rodríguez Viviana

Análisis:

En esta última pregunta el mayor de los resultados es el literal C con un 66% ya que han decidido utilizar los productos o servicios por ser clientes fijos desde un principio, seguido está el literal B con un 20% de que han sido recomendados por la novedad de la nueva Lavadora Kleicar y por último está el literal A con un 14% ya que es la primera vez que está utilizando dicho producto o servicio.

Plan de Mejoras

¿Que?

Realizar capacitaciones y evaluaciones constantes para visualizar si hay un mejoramiento en la atención al cliente, para esto el plan de mejora definitivo es realizar un pequeño manual que este de acorde a la microempresa y así el gerente y los empleados puedan ponerlo en práctica

¿Por qué?

Es necesario el manual de la atención al cliente para su mejoramiento y a la misma vez despejarán inquietudes y tendrán más conocimiento de las necesidades de un cliente.

¿Cuándo?

Una capacitación por semana durante 3 meses es lo más recomendable para la buena atención y un buen servicio hacia sus clientes.

¿Quien?

Las realizará el gerente de la microempresa, pero para esto el deberá ser capacitado y evaluado en primer lugar y poder llevar conocimiento a sus empleados y así los practique.

¿Donde?

Las capacitaciones se harán en la misma área de trabajo con sus respectivos materiales.

¿Cómo?

Para un buen plan de mejora diseñe un Diagrama de Gantt para mayor control de la actividad que se realizara de acuerdo con el manual de atención al cliente, incluye evaluaciones a final de cada unidad para visualizar el desempeño de cada uno de los empleados.

Gráfico 9

Plan de Mejora

Capacitación		Octubre				Noviembre				Diciembre			
Actividad		Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
UNIDAD 1	El cliente	■											
	Cómo se evalúa al cliente	■											
	La importancia del cliente		■										
	La comunicación con el cliente		■	■									
	Evaluación de la Unidad				■								
UNIDAD 2	Calidad y procesos del servicio al cliente					■	■						
	Las necesidades del consumidor							■					
	Evaluación de la Unidad								■				
UNIDAD 3	Pasos para una excelente atención al cliente									■			
	Evaluación de la Unidad										■		
UNIDAD 4	¿Qué harías con los reclamos de tus clientes?											■	
	Evaluación Final												■

Elaborado por: Rodríguez Viviana

Objetivo:

Ayudar que tenga un mejor servicio en la microempresa y mejor acogida y que a futuro sea reconocida, el plan de mejora sería de mucho apoyo ya que esta detallado en los temas de las capacitaciones y evaluaciones por semana.

Evaluación Impacto**Conclusiones**

- Se brindaron apariencias de acuerdo al servicio y la atención al cliente.
- Se identificó el servicio y la atención al cliente, también se evaluó satisfactoriamente a sus clientes.
- Se propuso el plan de mejora y se llevó a cabo la capacitación para mejorar la atención buen servicio y tuvo un excelente resultado.

Recomendaciones

- Brindar servicios de excelentes calidades no solo en relación con el lavado de los vehículos, sino en cuanto al trato del empleado al cliente, pues, de este dependerá también el regreso del comensal al establecimiento.
- Evaluar continuamente a cada uno de los empleados y a los clientes para que no vuelva a reincidir a un mal servicio y atención.
- Proponer continuamente capacitaciones internas para ofrecer a los clientes servicios de altísima calidad y exclusividad, anteponiendo los gustos y necesidades de los consumidores.

BIBLIOGRAFÍA

- Andreu Simó, L. (2012). *La experiencia del consumidor: una aplicación en empresas de servicios de ocio y turismo*. Valencia: Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa.
- Asamblea Nacional. (2008). *Constitucion*. Quito: REGISTRO OFICIAL 119.
- Asamblea Nacional. (2008). *Constitucion de La República del Ecuador*. Quito: Registro Oficial.
- Asamblea Nacional. (2011). *Ley Orgánica de Regulación Y Control Del Poder De Mercado*. Quito: Registro Oficial.
- automotriz.win. (22 de julio de 2017). *www.automotriz.win*. Recuperado el 22 de julio de 2017, de <http://www.automotriz.win/coches/car-maintenance/car-wash/123755.html>
- comercio, E. (16 de diciembre de 2016). *www.elcomercio.com*. Recuperado el 22 de julio de 2017, de <http://www.elcomercio.com/deportes/lavadoras-historia-reluciente-autos-negocios.html>
- conceptodefinicion. (23 de julio de 2017). *conceptodefinicion.de/estudio/*. Recuperado el 23 de julio de 2017, de conceptodefinicion.de/estudio/
- deconceptos. (24 de julio de 2017). *deconceptos.com*. Recuperado el 24 de julio de 2017, de <http://deconceptos.com/general/estudio>
- definicion.de. (25 de julio de 2017). *definicion.de*. Recuperado el 25 de julio de 2017, de <http://definicion.de/satisfaccion/>
- definicion.de. (25 de julio de 2017). *definicion.de*. Recuperado el 25 de julio de 2017, de <http://definicion.de/cliente/>
- diccionario.motorgiga.com. (16 de julio de 2017). *diccionario.motorgiga.com*. Recuperado el 16 de julio de 2017, de <https://diccionario.motorgiga.com/diccionario/lavado-definicion-significado/gmx-niv15-con194643.htm>
- DriveSmart. (12 de mayo de 2015). *drive-smart.com*. Recuperado el 21 de julio de 2017, de rive-smart.com/es/blog/2015/05/12/asi-funcionaba-el-primer-autolavado-de-coches-de-la-historia-en-1924/

- Ecured. (29 de julio de 2017). *www.ecured.cu*. Recuperado el 28 de julio de 2017, de https://www.ecured.cu/Investigaci%C3%B3n_Correlacional
- El comercio. (20 de enero de 2012). *www.elcomercio.com*. Recuperado el 22 de julio de 2017, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/quito/lavadoras-y-mecanicas-de-carros.html>.
- El pensante. (22 de julio de 2017). *educacion.elpensante.com*. Recuperado el 22 de julio de 2017, de <https://educacion.elpensante.com/la-investigacion-explicativa/>
- Especialistas Ambientales, C. M. (2016). *suia.ambiente.gob.ec*. Quito: Ministerio de Ambiente. Recuperado el 22 de julio de 2017, de <http://suia.ambiente.gob.ec/documents/10179/185872/Manual+de+la+categora+IV.pdf/e1fe3df5-bfb3-4e8f-b9a0-7c811791d7be;jsessionid=2uj+ar+z-4zB3-NfgLviZpCw?version=1.0>
- EU. (9 de julio de 2012). *www.eluniverso.com*. Recuperado el 22 de julio de 2017, de <http://www.eluniverso.com/2012/07/09/1/1356/un-negocio-surge-lavado-ecologico-autos.html>
- Francisco Verni. (25 de febrero de 2015). El Universo. *El lavado básico de autos se ofrece desde 3 hasta 18 dólares*, pág. 1.
- Gonzalez J., A. (2014). *El servicio ideal en el negocio de Lavado de Carro*. Bogota : Pontificia Universidad Javeriana.
- H. Congreso Nacional. (2016). *Ley de Compañías* . Quito: Registro Oficial 312.
- Hospital Universitario, R. y. (23 de julio de 2017). *www.hrc.es*. Recuperado el 23 de julio de 2017, de http://www.hrc.es/bioest/Medidas_frecuencia_3.html
- Jurídica, D. d. (2015). *Ley Organica De Regimen Tributario Interno* . Quito: Registro Oficial Suplemento 463 de 17 de Noviembre de 2004.
- Lexia. (2016). *Código Civil*. Quito: Lexis.
- Lexis. (2014). *código de comercio*. Quito: Registro Oficial Suplemento 1202 de 20-ago-1960.
- Luis Poveda Rodríguez, L. (2 de septiembre de 2016). *facebook.com*. Recuperado el 22 de julio de 2017, de <https://es-la.facebook.com/search/102190893155987/places-in/162295707155272/places/intersect/>

- Maza, P. (14 de agosto de 2012). *noticias.coches.com*. Recuperado el 22 de julio de 2017, de <https://noticias.coches.com/noticias-motor/el-lavado-de-coches-automatico-cumple-50-anos/55256>
- Morales, N. (27 de julio de 2017). *www.lifeder.com*. Recuperado el 27 de julio de 2017, de <https://www.lifeder.com//investigacion-exploratoria/>
- Moreira Gómez, L. H. (12 de enero de 2011). *repositorio.ug.edu.ec*. Recuperado el 22 de julio de 2017, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1316/1/TESIS%20LAVADORA%20DE%20AUTO%20CON%20TECNOLOGIA%20A%20VAPOR%20NEW.pdf>
- Salvador Ferrer, C. M. (2008). *Calidad de servicios, camino hacia la fidelidad del consumidor*. Almería: Editorial Universidad de Almería.
- smallbusiness.findlaw.com*. (13 de enero de 2017). Recuperado el 23 de julio de 2017, de <http://smallbusiness.findlaw.com/starting-a-business/tips-for-a-successful-small-business.html>
- Velasco, E. (27 de abril de 2010). *edersaidvelasco.wordpress.com*. Recuperado el 22 de julio de 2017, de <https://edersaidvelasco.wordpress.com/2010/04/27/1-antecedentes-del-auto-lavado-en-mexico/>
- wordreference. (24 de julio de 2017). *www.wordreference.com*. Recuperado el 24 de julio de 2017, de <http://www.wordreference.com/definicion/estudio>
- www.oas.org. (2015). *Ley Orgánica de Régimen Municipal*. gaceta oficial 4109.

Anexos

Logotipo de la Microempresa



Información Financiera

LAVADORA MES DE ABRIL 2016 HASTA JULIO 2017		EGRESOS		UTILIDAD DE CADA MES
	INGRESOS			
ABRIL	\$ 2,691.75	ABRIL	\$ 1,614.60	\$ 1,077.15
MAYO	\$ 1,759.55	MAYO	\$ 1,200.00	\$ 559.55
JUNIO	\$ 1,601.05	JUNIO	\$ 1,185.05	\$ 416.00
JULIO	\$ 2,988.95	JULIO	\$ 1,800.00	\$ 1,188.95
AGOSTO	\$ 2,962.35	AGOSTO	\$ 2,300.00	\$ 662.35
SEPTIEMBRE	\$ 1,875.20	SEPTIEMBRE	\$ 1,422.30	\$ 452.90
OCTUBRE	\$ 2,237.90	OCTUBRE	\$ 1,575.00	\$ 662.90
NOVIEMBRE	\$ 2,369.50	NOVIEMBRE	\$ 1,565.00	\$ 804.50
DICIEMBRE	\$ 2,268.35	DICIEMBRE	\$ 1,645.00	\$ 623.35
ENERO	\$ 2,479.08	ENERO	\$ 1,654.00	\$ 825.08
FEBRERO	\$ 1,740.00	FEBRERO	\$ 900.77	\$ 839.23
MARZO	\$ 1,650.00	MARZO	\$ 868.15	\$ 781.85
ABRIL	\$ 2,896.35	ABRIL	\$ 1,354.00	\$ 1,542.35
MAYO	\$ 1,905.03	MAYO	\$ 650.22	\$ 1,254.81
JUNIO	\$ 1,791.55	JUNIO	\$ 1,125.50	\$ 666.05
JULIO	\$ 1,665.35	JULIO	\$ 988.35	\$ 677.00
TOTAL	\$ 13,878.85	TOTAL	\$ 21,847.94	\$ 13,034.02



Instituto Superior
**Tecnológico
Bolivariano**
de Tecnología
Registro de CONESUP 09-030

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor 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: **“Estudio del servicio que brinda la microempresa lavadora Klei-car para el mejoramiento de la satisfacción al cliente en la parroquia Posorja.”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

El problema de investigación se refiere a: **¿Qué incidencia tiene el servicio que brinda la microempresa lavadora Klei-Car, en la satisfacción del cliente durante su funcionamiento en el periodo 2017, ubicada en la parroquia Posorja del cantón Guayaquil?**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por la Egresada:


Rodríguez Carreño Viviana Lorena

Tutor:


Dr. Simón Illescas Prieto

2017	9	21	1	D001009
------	---	----	---	---------



CLAUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Rodríguez Carreño Viviana Lorena en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación Estudio del servicio que brinda la microempresa lavadora Klei-car para el mejoramiento de la satisfacción al cliente en la parroquia Posorja de la modalidad de Presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Tecnología en Administración de Empresa, 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*.

Rodríguez Carreño Viviana Lorena

Nombre y Apellidos del Autor

Firma

No. de cedula: 094125408-8

Nota: La presente cláusula de autorización, con el correspondiente reconocimiento de firma se adjuntará al original del trabajo de titulación como una página preliminar más



Factura: 002-002-000003675



20170921000D01009

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20170921000D01009

Ante mí, NOTARIO(A) ALFREDO PATRICIO SANCHEZ ANDRADE de la NOTARÍA ÚNICA , comparece(n) VIVIANA LORENA RODRIGUEZ CARREÑO portador(a) de CÉDULA 0941254088 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil CASADO(A), domiciliado(a) en PLAYAS, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede , 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. PLAYAS, a 23 DE NOVIEMBRE DEL 2017, (9:15).


VIVIANA LORENA RODRIGUEZ CARREÑO
CÉDULA: 0941254088




NOTARIO(A) ALFREDO PATRICIO SANCHEZ ANDRADE
NOTARÍA ÚNICA DEL CANTÓN PLAYAS
Ab. Patricio Sánchez Andrade
Notario Primera de Playas (Única)





CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Número único de identificación: 0941254088

Nombres del ciudadano: RODRIGUEZ CARREÑO VIVIANA LORENA

Condición del cedulaado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/POSORJA

Fecha de nacimiento: 13 DE ENERO DE 1994

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: CASADO

Cónyuge: ESPINOZA RAMIREZ PEDRO GEOVANNY

Fecha de Matrimonio: 4 DE OCTUBRE DE 2017

Nombres del padre: RODRIGUEZ VERA ROBERTO

Nombres de la madre: CARREÑO NAVARRETE MARIA PRIMITIVA

Fecha de expedición: 6 DE OCTUBRE DE 2017

Información certificada a la fecha: 23 DE NOVIEMBRE DE 2017

Emisor: BRYAN RICARDO VALENCIA GUERRERO - GUAYAS-PLAYAS-NT 1 - GUAYAS - PLAYAS

N° de certificado: 176-071-92819



176-071-92819

Ing. Jorge Troya Fuertes
Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación
Documento firmado electrónicamente



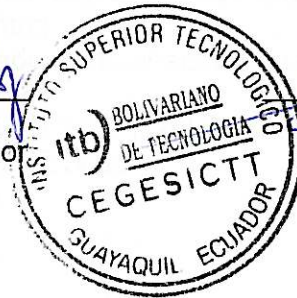
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

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.*

Norma Delgado Alvarado
Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT



[Handwritten Signature]
Firma

Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS GRAMATOLOGÍA.docx (D31379612)
Submitted: 10/16/2017 9:01:00 PM
Submitted By: vivitarodriguezc01@hotmail.com
Significance: 14 %

Sources included in the report:

Tesis_Lavadora sin graficos 8 JUNIO.docx (D11174804)
 TRABAJO DE TITULACIÓN CYNTHIA CARVACHE.docx (D30370413)
 Tesis Plan Negocios Microempresa Servicios Automotores Nov 2016.docx (D23477277)
 Tesis_Lavadora 25 de mayo I -2014 (Sin grafico).docx (D10994638)
 TESIS WILSON CHANCUSIG.docx (D14166024)
<http://www.automotriz.win/coches/car-maintenance/car-wash/123755.html>
<http://www.elcomercio.com/deportes/lavadoras-historia-reluciente-autos-negocios.html>
<http://conceptodefinicion.de/estudio/>
<http://deconceptos.com/general/estudio>
<http://definicion.de/satisfaccion/>
<http://definicion.de/cliente/>
<https://diccionario.motorgiga.com/diccionario/lavado-definicion-significado/gmx-niv15-con194643.htm>
https://www.ecured.cu/Investigaci%C3%B3n_Correlacional
<https://educacion.elpensante.com/la-investigacion-explicativa/>
<http://suia.ambiente.gob.ec/documents/10179/185872/Manual+de+la+categor%C3%ADa+IV.pdf/e1fe3df5-bfb3-4e8f-b9a0-7c811791d7be;jsessionid=2uj+ar+z-4zB3-NfgLviZpCw?version=1.0>
http://www.hrc.es/bioest/Medidas_frecuencia_3.html
<https://noticias.coches.com/noticias-motor/el-lavado-de-coches-automatico-cumple-50-anos/55256>
<https://www.lifeder.com/investigacion-exploratoria/>
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1316/1/TESIS%20LAVADORA%20DE%20AUTO%20CON%20TECNOLOGIA%20A%20VAPOR%20NEW.pdf>
<http://www.wordreference.com/definicion/estudio>

Instances where selected sources appear: