



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN: NOVIEMBRE 2023 – ABRIL 2024

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN COMERCIO

TEMA:

SATISFACCION DEL CLIENTE EN LA EMPRESA PC SOLUCIONES DEL CANTON

BABAHOYO, PERIODO 2023

ESTUDIANTE:

JAMIL IVAN DAHIK RIVERA

TUTOR:

EC. JOSÉ FABIAN FONSECA VASCONEZ PhD

AÑO: 2024

RESUMEN

Introducción: PC Soluciones es una compañía especializada en la comercialización y reparación de computadoras de escritorio y portátiles, así como en la venta de productos relacionados con la informática. Su sede se encuentra en la ciudad de Babahoyo. Al igual que cualquier empresa, su objetivo principal es aumentar sus ganancias mediante el incremento de las ventas y la reducción de costos. Sin embargo, también se esfuerza por satisfacer las necesidades de sus clientes, creando un entorno de bienestar socioeconómico. Esto representa un desafío dado que las necesidades humanas son infinitas. En este sentido, se busca generar satisfacción tanto para los clientes como para la empresa. **Objetivo:** Analizar el nivel de satisfacción del cliente proporcionado por la empresa PC Soluciones. **Metodología:** El empleo del método de análisis de causa raíz permitió la identificación del origen del inconveniente. Asimismo, se aplicaron técnicas de investigación, tales como entrevistas y encuestas, junto con el uso del análisis EFE y EFI. Este proceso llevó a la conclusión de que las fortalezas y oportunidades superan ligeramente a las debilidades y amenazas. **Conclusión:** Se requieren encuentros o reuniones laborales para mejorar la eficacia de los empleados, así como la implementación de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para promover la lealtad y la satisfacción del cliente. De esta manera, se potenciará la viabilidad económica del almacén y se garantizará una experiencia satisfactoria para los clientes.

Palabras Claves: Fidelización, cliente, calidad, satisfacción.

Introduction: PC Soluciones is a company specialized in the marketing and repair of desktop and laptop computers, as well as the sale of computer-related products. Its headquarters are located in the city of Babahoyo. Like any business, your main goal is to increase your profits by increasing sales and reducing costs. However, it also strives to satisfy the needs of its clients, creating an environment of socioeconomic well-being. This represents a challenge since human needs are infinite. In this sense, we seek to generate satisfaction for both customers and the company. **Objective:** Analyze the level of customer satisfaction provided by the company PC Soluciones. **Methodology:** The use of the root cause analysis method made it possible to identify the origin of the problem. Likewise, research techniques were applied, such as interviews and surveys, along with the use of EFE and EFI analysis. This process led to the conclusion that the strengths and opportunities slightly outweigh the weaknesses and threats. **Conclusion:** Work meetings or meetings are required to improve employee effectiveness, as well as the implementation of information and communication technologies (ICT) to promote customer loyalty and satisfaction. In this way, the economic viability of the warehouse will be enhanced and a satisfactory experience for customers will be guaranteed.

Keywords: Loyalty, customer, quality, satisfaction.

CONTENIDO

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
JUSTIFICACION.....	7
OBJETIVOS.....	8
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....	9
MARCO CONCEPTUAL	11
MARCO METODOLÓGICO	19
RESULTADOS.....	22
DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	29
CONCLUSIONES	32
RECOMENDACIONES	33
REFERENCIAS.....	34
ANEXO	36

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

PC Soluciones con más de 10 años en el mercado, está ubicado en la ciudad de Babahoyo, en las calles General Barahona entre la calle Barreiro y la calle Mejía, fue fundada por el Ing. Francisco Avilés Arcos. Es una empresa dedicada a la venta de computadoras de escritorio y Laptops, además de también contar con ventas de accesorios para las computadoras, etc., su horario de atención al público es de 09:00 am. hasta las 18:00 pm.

Aquí la satisfacción del cliente es fundamental para su crecimiento y desarrollo.

La satisfacción del cliente es un factor que puede determinar el éxito o fracaso de un negocio, es importante siempre estar pendiente del nivel de satisfacción de cada uno de los clientes a los cuales atendemos.

Los clientes satisfechos son más propensos a volver a comprar y por obvias razones recomendar la tienda "PC Soluciones" y hablar bien de la experiencia recibida a distintos amigos y familiares, esto puede generar nuevas oportunidades de venta aparte de mejorar la reputación del negocio y ganarse la confianza de los clientes.

Sin embargo, en la actualidad, la empresa no ha valorado la satisfacción del cliente lo cual le permita identificar las áreas que sea necesario mejorar su servicio para poder lograr bienestar en cliente. Considerando que en el caso de no lograr una satisfacción adecuada del cliente esto puede estar llevando a que algunos clientes estén insatisfechos con los servicios o la atención recibida, afectando la reputación y la rentabilidad de la empresa.

Actualmente existe mucha competencia en el mercado dedicada a la venta de computadoras y accesorios relacionados a la computación, por esta razón es necesario ser diferente a la competencia, para lo cual es fundamental mantener generar políticas para la fidelización del cliente y a su vez aumentar la cartera, esto es fundamental para que PC Soluciones se mantenga posesionados en el mercado.

Con el propósito de sustentar cifras elevadas de ventas en la compañía, se ha implementado una política de incentivos que otorga ganancias adicionales o comisiones a los empleados por cada transacción realizada. Esta estrategia ha suscitado una competencia entre el personal, motivándolos a mejorar sus ingresos y ganarse la confianza del gerente. Sin embargo, esta rivalidad por alcanzar más ventas ha generado un ambiente laboral tenso, cuyas repercusiones negativas se trasladan a los clientes, afectando directamente los niveles de venta y, por ende, la rentabilidad global de la empresa.

En tal razón, los incrementos o decrementos de las ventas tienen una alta dependencia del conocimiento y habilidades de los vendedores ya que ellos son quienes se encargan de generar bienestar a la empresa mediante el aumento de los ingresos y bienestar al cliente mediante la atención empática y satisfacer sus necesidades antes, durante y después de la venta de un producto.

La estrategia publicitaria empleada en el almacén no cumple adecuadamente con su propósito, ya que se centra en promocionar sus productos a través de WhatsApp. En este enfoque, son los empleados del almacén quienes se encargan de publicar los artículos destinados a la venta mediante sus estados de WhatsApp. Es importante tener en cuenta que esta modalidad limita la visibilidad de los productos, ya que solo son accesibles para un número específico de personas y no para toda la población del cantón Babahoyo.

En tal razón, se subraya la relevancia del equipo humano para el correcto desenvolvimiento de las operaciones comerciales de la empresa, ya que son ellos quienes impulsan la demanda y cautivan a nuevos clientes

Por ello es muy importante tener un sistema para medir el nivel de satisfacción del cliente, y en el caso de no haber una satisfacción que el cliente pueda indicar en donde hubo algún tipo de insatisfacción y poder mejorar y que no se vuelva a repetir aquello y así lograr una completa satisfacción.

JUSTIFICACION

Esta investigación se la realiza con la finalidad de lograr una satisfacción óptima de los clientes, tomando en cuenta varios factores claves, como son:

Una buena atención, personal totalmente capacitado, apto a responder cualquier inquietud de los clientes aclarando todas sus preguntas, esto es muy importante ya que, logrando una buena atención, los clientes realizan su compra y además se van contentos, creando una fidelización con la empresa y garantizar nuevas compras a futuro. Aparte de la buena referencia que este cliente nos va a dar con sus amigos y familiares aumentando las probabilidades de ventas.

Además de contar también con un sistema de medición de satisfacción, básicamente consiste en que el cliente pueda calificar el nivel de satisfacción obtenido en la empresa, para previo a esto lograr identificar el área en que haga falta mejorar para alcanzar los objetivos.

La satisfacción del cliente es un factor muy importante para que cualquier empresa pueda alcanzar el éxito. Cuando la satisfacción del cliente es buena esto nos ayuda a que la empresa tenga más tráfico de clientes y por lo consiguiente se generaran mayores ventas y mantener una rentabilidad muy buena para la empresa.

Mediante este estudio, se busca evidenciar la importancia crucial de la atención al cliente. Se reconoce que una atención de calidad tiene un impacto significativo, ya que existe una alta probabilidad de que culmine en una venta. Así, se comprende que la satisfacción del cliente no solo es vital para generar ingresos para la empresa, sino que también constituye un componente esencial para mantener una rentabilidad adecuada.

Para la empresa PC Soluciones la satisfacción del cliente es muy importante ya que actualmente el mercado es muy competitivo y es de mucha importancia que la empresa se diferencie de sus competidores ofreciendo un servicio de alta calidad que satisfaga las necesidades de los clientes.

OBJETIVOS

Objetivo General

- Conocer el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa PC Soluciones a través de encuestas con el fin de aumentar las ventas.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar los factores que influyen en la satisfacción de los clientes de la empresa PC Soluciones.
- Interpretar el criterio del jefe de ventas referente a la atención al cliente y ambiente laboral institucional.
- Describir el nivel de satisfacción al cliente entorno a la calidad del servicio recibido

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

El presente estudio de caso titulado Satisfacción del cliente en la empresa PC Soluciones del Cantón Babahoyo, periodo 2023, es un estudio que busca comprender la situación actual del negocio en términos de la satisfacción del cliente. Para ello, se identifican los factores que influyen en las experiencias del consumidor, considerando las diferentes técnicas y procedimientos implementados para brindar productos y servicios de calidad.

La empresa PC Soluciones, ubicada en el Cantón Babahoyo, se dedica a la venta de computadoras y artículos de computación. Su actividad comercial se relaciona directamente con la línea de investigación: Gestión financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control. Esta relación es fundamental para la satisfacción del cliente y la prestación de un servicio de calidad. La empresa se esfuerza por cumplir con las necesidades, deseos y expectativas de sus clientes. De esta manera, busca alcanzar un crecimiento económico y posicionarse en el mercado competitivo.

Este estudio de caso se centra en la satisfacción de cliente cuyo objetivo es comprender las necesidades y deseos de los consumidores y potenciales clientes para ofrecerles productos y servicios de calidad que satisfagan sus expectativas y los fidelicen. El estudio se basa en la sub línea Empresas e Instituciones Públicas y Privadas, la cual se relaciona con la variable satisfacción de los clientes. A través del análisis de esta variable, se busca identificar las estrategias y posibles soluciones para mejorar la satisfacción del cliente y, en consecuencia, el éxito de las empresas e instituciones.

ARTICULACIÓN CON EL PROYECTO DE PRÁCTICAS PREPROFESIONALES

Este estudio de caso presenta una estrecha relación con la experiencia adquirida en las prácticas preprofesionales, en la cual se dio la oportunidad de abordar cuestiones administrativas empresariales tanto públicos como privados bajo la orientación de un profesor. Durante este proceso, pude adquirir conocimientos valiosos que se conectan de manera significativa con el

tema del estudio de caso actual, SATISFACCION DEL CLIENTE EN LA EMPRESA PC SOLUCIONES DEL CANTON BABAHOYO, PERIODO 2023 En este estudio, he aplicado de manera práctica los conocimientos adquiridos durante esta pasantía. Esta experiencia previa se convirtió en la base sólida sobre la cual pude abordar de manera efectiva las cuestiones planteadas en el estudio de caso. Los conocimientos que adquiridos en el ámbito de la Gestión Administrativa y procesos de aplicación durante las prácticas otorgaron la capacidad de analizar y diagnosticar problemas dentro de una organización, como se refleja en el caso de esta empresa en particular. Durante mis prácticas, desarrollé habilidades para detectar oportunidades de mejora en la gestión administrativa y los procesos empresariales, además de proponer soluciones eficaces, lo que me equipó con las capacidades y entendimiento para abordar problemas en entornos empresariales reales, resaltando la importancia de la formación práctica.

MARCO CONCEPTUAL

Los clientes juegan un papel crucial en el éxito de una empresa. Por esta razón, es imprescindible que cualquier entidad dedicada a la venta de productos cuente con un conjunto de información detallada, que le permita entender los intereses y deseos de los consumidores al realizar una compra (Blanco, 2019).

Es innegable que en nuestra sociedad, en algún momento, asumimos roles tanto de proveedores como de consumidores, lo que nos exige comprender distintas situaciones. En este contexto, es crucial reconocer que la continuidad de un negocio está directamente ligada al cliente, ya que su demanda determina el volumen de ventas y, por consiguiente, los ingresos (Blanco, 2019).

De igual manera, se percibe la satisfacción desde una perspectiva más amplia, siendo esta la reacción del cliente ante la experiencia de compra. Es decir, el cliente evalúa el producto, servicio o atención recibida para determinar si se ajusta a sus expectativas (Blanco, 2019).

El objetivo principal del cliente es alcanzar la satisfacción, la cual se logra al buscar productos o servicios de calidad. La calidad forma parte integral de la estrategia de posicionamiento en el mercado para las pequeñas y medianas empresas (pymes), y esto se refleja en la demanda de sus productos (Silva Juárez, et al., 2021).

La satisfacción del cliente se ha convertido en una herramienta estratégica crucial para el éxito y la eficacia empresarial. Las organizaciones deben estar preparadas para satisfacer las necesidades y deseos de los clientes, lo que permite fomentar la fidelización hacia la empresa (Zea, et al., 2022, pág. 146).

La atención al cliente se vincula con la manera en que los empleados son tratados y la cortesía que se les brinda, así como con el servicio recibido al momento de efectuar una compra.

Además, implica el nivel de conocimiento que los empleados deben poseer en relación con sus responsabilidades laborales (Valenzuela Salazar et al., 2019, pág. 22).

La calidad del servicio al cliente guarda estrecha relación con la satisfacción del cliente. Cuando un cliente experimenta satisfacción, indica que ha recibido una atención adecuada por parte de los empleados. Esta satisfacción se refleja en la percepción de un ambiente armonioso dentro del equipo de trabajo. Es importante considerar que, en un entorno de ventas como un almacén, los empleados se encuentran en una competencia constante durante el proceso de venta.

La importancia de la calidad del servicio ha ido en aumento y se ha vuelto un factor crucial en diversos aspectos, especialmente en el ámbito de la atención al cliente. Es esencial mantener estándares elevados de calidad para asegurar la aceptación del producto en el mercado, ya que la calidad en las ventas está estrechamente vinculada con el producto que se ofrece (Blanco, 2019).

Es imperativo que el personal sea eficaz en cuanto a la excelencia del servicio proporcionado. Deben esforzarse por simplificar la prestación del servicio a los clientes, lo cual implica mantener un trato cordial, una actitud positiva y ser amigables. Además, es fundamental que estén capacitados y posean un amplio conocimiento para poder abordar cualquier pregunta o inquietud que pueda surgir (Zárraga Cano, et al., 2018).

Es crucial que la disposición previa y el conocimiento estén alineados con la práctica para que puedan ser aplicados efectivamente en el trabajo. Esto garantiza que los empleados se sientan cómodos y seguros al desempeñar sus funciones dentro de la empresa, lo que proyectará una imagen favorable ante los clientes. Para ofrecer una calidad de servicio al cliente excelente, las empresas deben desarrollar herramientas que proporcionen a los empleados un entorno laboral favorable (Blanco, 2019).

La cortesía y la amabilidad son atributos que un cliente valora especialmente al realizar una compra. El trato brindado por los empleados debe ser amable y cordial. Por este motivo, son los clientes quienes determinan el nivel de satisfacción. Las empresas deben reconocer que la atención al cliente es la estrategia más rentable para el éxito empresarial (Blanco, 2019).

Que los clientes perciban que se les escucha implica mostrar empatía, lo cual se considera el factor más crucial para su satisfacción. Escuchar y prestar atención a sus respuestas debe ser la meta principal de un profesional al ofrecer atención al cliente, demostrando así la capacidad de proporcionar un trato adecuado y personalizado según las necesidades individuales de los clientes (Blanco, 2019).

Los elementos que contribuyen a la satisfacción del cliente varían según sus necesidades individuales. El principal desafío relacionado con la actitud de los empleados radica en el hecho de que los clientes esperan recibir un servicio de calidad. Por lo tanto, cualquier actitud desfavorable percibida por parte de los empleados puede tener un impacto significativo en la opinión del cliente. Esto se traduce en que las referencias que los clientes puedan proporcionar sobre la calidad del servicio recibido por parte de los empleados de la empresa no serán favorables si han experimentado una actitud poco amable (Blanco, 2019).

Es crucial que exista un vocabulario adecuado en la comunicación entre el cliente y el empleado, ya que una palabra mal utilizada podría resultar ofensiva o generar una experiencia desagradable para el cliente. Dado que es fundamental priorizar las necesidades y demandas del cliente durante el proceso de atención, emplear un vocabulario adecuado puede persuadir al cliente para que elija realizar sus compras en nuestro establecimiento (Blanco, 2019).

Al buscar la satisfacción del cliente, es esencial considerar tres factores clave que deben emplearse como una estrategia para garantizar que el producto o servicio sea del agrado de los

usuarios. Estos factores incluyen el precio y el ambiente físico. La satisfacción en términos de precio es de gran importancia al tratar de alcanzar al cliente, ya que el impacto de los precios influye en la satisfacción del cliente y en su capacidad para comparar precios y elegir el producto que considere necesario, siempre y cuando valore los beneficios que obtendrá con el servicio o producto (Monroy Ceseña, 2019, pág. 74).

El precio tiene un impacto notable en la satisfacción del cliente, ya que los empleados pueden no estar debidamente preparados para abordar el tema del precio del servicio o producto que ofrecen. Estas circunstancias generan incomodidad en los clientes, quienes optan por realizar sus compras en otros establecimientos.

La satisfacción del cliente y un entorno físico adecuado son elementos esenciales para lograr una ventaja competitiva. Cuando nos referimos al ambiente físico, hablamos de los aspectos visibles dentro del negocio. Una presentación atractiva captará la atención de los clientes, por lo que es importante crear un ambiente físico agradable. Esto no solo beneficiará a los clientes, sino que también hará que los empleados se sientan más cómodos en su trabajo, lo que conducirá a un mejor rendimiento laboral (Monroy Ceseña, 2019, pág. 75).

La atención al cliente es esencial y se ha convertido en una herramienta fundamental para atraer a clientes potenciales, junto con la calidad de los productos y el trato recibido por parte de los empleados. Estos factores hacen que sea aún más atractivo realizar compras en un establecimiento. Por lo tanto, es crucial que los clientes reciban la mejor atención posible, lo que puede resultar en recomendaciones positivas sobre los productos y el excelente servicio recibido en el local donde realizaron sus compras (Martínez Muñoz, Licona Olmos, & Rivera Gómez, 2022).

El ambiente laboral, tanto físico como emocional, ejerce una influencia significativa en el comportamiento y el rendimiento laboral de los miembros de un equipo. Este ambiente se considera ventajoso ya que el individuo evalúa su desempeño y productividad, y en última instancia, repercute en la satisfacción del cliente al final del día. En aras de aumentar su competitividad, las empresas deben prestar atención al proceso y al rendimiento de sus empleados (Fernández Cristaldo, 2020).

Para que el servicio al cliente sea efectivo, las empresas deben tener en cuenta elementos cruciales como el liderazgo. De esta manera, el cliente desempeña un papel esencial en la empresa, siendo especialmente relevante en el ámbito de las ventas, ya que es quien demanda a la empresa a través de sus preferencias y expectativas respecto a los precios y productos que se le ofrecen. Por lo tanto, es necesario desarrollar estrategias que contribuyan al buen funcionamiento global de la empresa (Martínez Muñoz, et al., 2022, pág. 5).

Hoy en día, el ámbito empresarial busca destacarse en el sector de servicios mediante la excelencia y la calidad en su oferta, aspirando a superar las expectativas de los clientes. Además, se enfoca en reconocer las habilidades y cualidades del personal de servicio, ya que su desempeño laboral influye directamente en el éxito y la imagen positiva de la empresa (Cabrera, 2019, pág. 2).

La experiencia del cliente implica comunicar un mensaje claro a través de todos los canales disponibles, adaptándose a las demandas de los consumidores para proporcionar los servicios adecuados. Dado que los clientes suelen formar su primera impresión en función de esta experiencia, es crucial que sea positiva tanto para la empresa como para el consumidor (Colin, 2020, pág. 499).

Es responsabilidad del departamento de compras de un almacén estar familiarizado con los productos que se van a vender, lo cual es un proceso fundamental. Sin embargo, también es importante que estén al tanto de cuáles son los productos populares en el mercado actual y comprender los gustos de los clientes para poder ofrecerlos (Ladrón de Guevara, 2020, pág. 7).

Es esencial para los negocios o empresas comprender y evaluar sus capacidades de venta antes de comprometerse. Esto implica determinar cuánto pueden vender y ajustar la producción en consecuencia. Además, es fundamental establecer objetivos claros para garantizar la prestación del mejor servicio posible al cliente (Ladrón de Guevara, 2020, pág. 7).

El equipo de ventas debe permanecer vigilante para anticipar cualquier cambio que pueda ocurrir en el producto o servicio. Es crucial mantener la calidad del producto durante su comercialización para evitar posibles fallos que puedan perjudicar las ventas futuras de la empresa (Ladrón de Guevara, 2020, pág. 7).

Es fundamental realizar un seguimiento continuo de las ventas, ya que el proceso no concluye una vez que se ha concretado la venta de un producto. Es esencial que la gerencia o los administradores del negocio mantengan comunicación con el comprador para conocer su nivel de satisfacción con el producto adquirido (Ladrón de Guevara, 2020, pág. 7).

"El departamento de ventas tiene la habilidad para responder todas las consultas de los clientes, ya sea sobre el producto antes o después de la compra."

(Ladrón de Guevara, 2020, pág. 7).

Para entender las preferencias y necesidades de los clientes en el mercado comercial, es crucial identificar diferentes tipos de clientes, como los habituales, ocasionales y de compras a gran escala. Este enfoque busca mejorar la satisfacción del cliente y comprender su lealtad.

Por lo tanto, es esencial reconocer dos categorías principales de clientes: los actuales y los potenciales (Ladrón de Guevara, 2020, pág. 9).

Los clientes actuales son aquellos que realizan compras de manera regular, ya sean individuos o empresas. Estos clientes se distinguen por haber participado en el proceso de ventas reciente, lo que los convierte en la principal fuente de ingresos actual para la empresa. Su lealtad contribuye al reconocimiento de la empresa en el mercado (Ladrón de Guevara, 2020, pág. 9).

Los clientes potenciales son aquellos que actualmente no están comprando a los comerciantes, pero muestran interés en hacerlo en el futuro, ya sea a corto, mediano o largo plazo. Estos clientes representan una posible fuente de ingresos para la empresa en el futuro, ya que están dispuestos a realizar compras en un momento posterior (Ladrón de Guevara, 2020, pág. 9).

El departamento de marketing tiene la responsabilidad de indagar las necesidades de los clientes mediante los técnicos que elaboran los diseños específicos para cada producto, basándose en las características sugeridas. Esto se realiza para planificar el diseño de producción, donde la calidad del producto juega un papel crucial en la satisfacción del cliente. Por tanto, es esencial garantizar que la materia prima no presente defectos durante el proceso de producción (Alcade San Miguel, 2019, pag. 11).

Las herramientas de análisis situacional, como el EFE y el EFI, se emplean en la planificación estratégica para evaluar la posición de una empresa en relación con sus fortalezas y amenazas. La matriz EFE (Evaluación de factores externos) ayuda a comprender la importancia de la información sobre las oportunidades y amenazas para determinar el nivel de competitividad de la empresa. Por otro lado, el EFI (Evaluación de factores internos) identifica las fortalezas y

debilidades más relevantes que afectan el entorno interno de la empresa (Valarezo Beltrón, 2022, pag. 68).

MARCO METODOLÓGICO

Método

La presente indagación, titulada "Satisfacción del Cliente de la empresa PC Soluciones, periodo 2023", se llevó a cabo empleando el enfoque del método causa-raíz. Este enfoque posibilitó la identificación de las causas subyacentes mediante un análisis exhaustivo, con el objetivo de desarrollar estrategias y recomendaciones pertinentes que contribuyan al óptimo desempeño de las operaciones comerciales de PC Soluciones.

Técnicas

Para llevar a cabo esta investigación de caso, se emplearon diversas técnicas de estudio, tales como:

Análisis estratégico para evaluar cualitativamente la situación actual de la empresa y posteriormente valorarla de manera cuantitativa.

Entrevista realizada a la gerente de ventas de la compañía con el propósito de comprender y analizar su percepción sobre la atención al cliente y el ambiente laboral dentro de la institución.

Aplicación de encuestas a los clientes, con el fin de describir el nivel de satisfacción en relación con la calidad del servicio recibido.

Instrumento

Se elaboró un análisis de ponderación situacional mediante la evaluación de factores internos (EFI) y externos (EFE). Además, se diseñó una guía de entrevista dirigida a evaluar el criterio del

jefe, la cual constó de cinco preguntas específicas. Asimismo, se elaboró un cuestionario compuesto por ocho preguntas directrices, destinadas a evaluar la fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía y los aspectos tangibles, con el fin de valorar la calidad del servicio proporcionado.

Población y Muestra

La base de datos de la empresa indica que hay un total de 29,263 clientes. Se ha decidido incluir a toda la población en el estudio, ya que se considera que todos forman parte del mercado potencial para los productos ofrecidos. Todos estos clientes serán encuestados. Es importante destacar que para determinar el tamaño de la muestra, se empleará la fórmula destinada al cálculo de muestras finitas.

Variables:

n = Tamaño de la muestra

N = Universo

e = Error de estimación máximo (0,05)

p = Probabilidad de ocurrencia (0,80)

q = Probabilidad de no ocurrencia (0,20)

Z = Nivel de confianza (0.99)

Fórmula para el cálculo del tamaño de la Muestra (n)

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q \cdot Z^2}{N \cdot e^2 \cdot p \cdot q}$$

Al sustituir los valores proporcionados en la fórmula y al calcularlo utilizando el software Excel, se determina que se necesitan llevar a cabo 379 encuestas.

RESULTADOS

El análisis de situación abarca las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas como elementos estratégicos dentro del análisis de factores internos (EFI) y externos (EFE)

Tabla N° 1

Tabla de evaluación de factores internos de la empresa PC Soluciones.

FACTORES INTERNOS			
FORTALEZAS	Peso	Calificación	Total
Distribución de producto de alta calidad.	0,15	3	0,45
Precios accesibles de los artículos	0,06	3	0,18
Variedad de línea de productos	0,15	3	0,45
Excelente Publicidad	0,08	2	0,16
Fácil manejo tecnológico	0,09	3	0,27
DEBILIDADES			
Falta de seguridad en el almacén	0,04	1	0,04
Falta de capacitación en el servicio al cliente	0,18	1	0,18
Bajo rendimiento laboral	0,05	1	0,05
Cambio frecuente del personal	0,11	1	0,11
Poca estrategia de ventas	0,09	1	0,09
VALORES PONDERADOS	1		1,98

Fuente: Matriz FODA

Realizado por: Jamil Ivan Dahik Rivera

Tabla N° 2

Evaluación de la matriz de factores externos de la empresa PC Soluciones.

FACTORES EXTERNOS		Peso	Calificación	Total
OPORTUNIDADES				
Acuerdos comerciales		0,12	3,5	0,42
Crecimiento de la actividad comercial		0,08	1,5	0,12
Nuevos productos		0,15	1	0,15
Aumentar las ventas en fechas festivas		0,01	1	0,01
Convenios institucional		0,09	1,5	0,135
AMENAZAS				
Precios mas bajo en competencia		0,15	4	0,6
Competencia en el mercado		0,18	3	0,54
Clientes no satisfecho		0,08	1,5	0,12
Irregularidad		0,06	2,8	0,2
Políticas gubernamentales		0,08	1	0,08
VALORES PONDERADOS		1		2,34

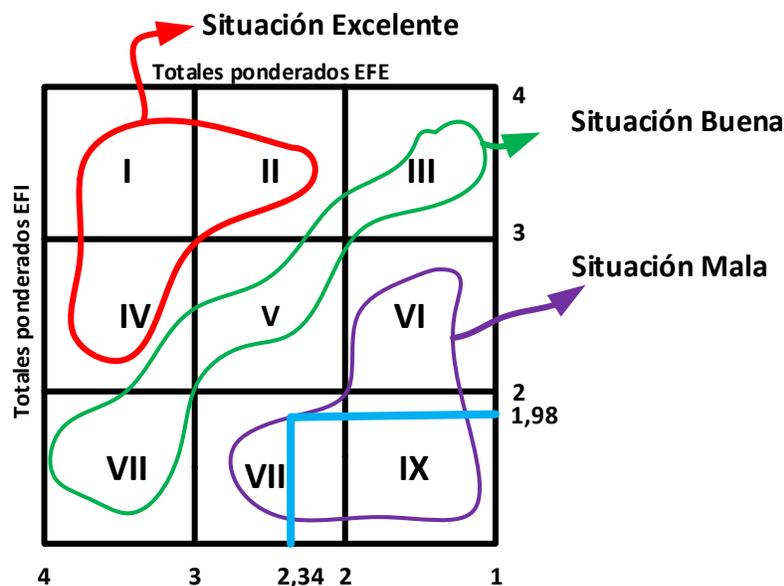
Fuente: Matriz FODA

Realizado: Jamil Ivan Dahik Rivera

Los valores de EFE y EFI se cruzan en el octavo cuadrante del mapa de situación empresarial, como se indica a continuación.

Figura N° 1

Mapa de ponderación situacional en el entorno empresarial.



Fuente: Matriz FODA
Realizado por: Jamil Ivan Dahik Rivera.

Para cumplir con los objetivos se desarrolló una entrevista con el jefe de la empresa PC Soluciones.

Cuadro 1:

Los hallazgos obtenidos de la entrevista llevada a cabo con el administrador de la empresa PC Soluciones.

Orden	Preguntas	Datos relevantes	Análisis
1	¿Cuál es el desafío que está impactando negativamente las ventas del establecimiento?	El bajo rendimiento en las ventas del establecimiento.	En este momento, el almacén experimenta una caída en sus ventas, lo que constituye uno de los principales desafíos que enfrenta
2	¿Cuál es su percepción sobre la atención brindada por sus empleados hacia los clientes?	Intentan ser amables, pero en ocasiones, debido al estrés o fatiga laboral, pueden no ofrecer un servicio de atención óptimo.	La atención al cliente en PC Soluciones por parte de los empleados no ha alcanzado el nivel necesario para garantizar la satisfacción del cliente
3	¿Cómo evalúa el desempeño de sus empleados en sus respectivas áreas de trabajo?	Se desempeñan de manera adecuada durante sus horarios asignados.	Los empleados en PC Soluciones realizan diversas tareas que son llevadas a cabo de manera eficiente y eficaz
4	¿Opina que la inexperiencia influye en la ejecución del trabajo?	Sí, ya que sin la preparación adecuada, no es posible llevar a cabo las tareas de manera eficaz.	La carencia de habilidades necesarias es crucial para desempeñar las labores con precisión y eficiencia.
5	¿Qué medidas se podrían tomar para mejorar el servicio de atención al cliente en el almacén?	Brindando capacitación a los empleados y ofreciéndoles incentivos.	Es esencial llevar a cabo programas de formación dentro de la empresa para garantizar resultados óptimos en el entorno laboral.

Fuente: Entrevista al jefe de PC Soluciones.

Realizada por: Jamil Ivan Dahik Rivera.

En este contexto, resulta crucial detallar el grado de satisfacción del cliente en relación con la calidad del servicio proporcionado, para lo cual se llevó a cabo una encuesta, tal como se indica a continuación.

Tabla N° 3

Evaluación de la atención proporcionada por el personal.

Alternativas	Frecuencia	%
Excelente	20	7%
Muy bueno	65	17%
Bueno	80	25%
Regular	100	29%
Malo	114	32%
Total	379	100,00%

Fuente: Evaluación de la atención proporcionada por el personal

Realizado por: Jamil Ivan Dahik Rivera

Tabla N° 4

La manera en que el personal del almacén trata a los clientes.

Alternativas	Frecuencia	%
Nada satisfecho	130	29%
Poco satisfecho	157	47%
Neutral	70	15%
Muy satisfecho	40	9%
Totalmente satisfecho	0	0%
Total	379	100,00%

Fuente: Sondeo efectuado entre la clientela del establecimiento.
Realizado por: Jamil Ivan Dahik Rivera.

Tabla N° 5

La experiencia al comprar el producto.

Alternativas	Frecuencia	%
Excelente	25	11%
Muy bueno	40	6,6%
Bueno	90	12,1%
Regular	117	40,7%
Malo	107	29,7%
Total	379	100,00%

Fuente: Sondeo efectuado entre la clientela
Realizado por: Jamil Ivan Dahik Rivera.

Tabla N° 6

La pericia y conocimientos del individuo que brindó atención.

Alternativas	Frecuencia	%
Excelente	59	12,1%
Muy bueno	27	7,7%
Bueno	27	7,7%
Regular	128	30,8%
Malo	138	41,8%
Total	379	100,00%

Fuente: Sondeo efectuado entre la clientela.
Realizado por: Jamil Ivan Dahik Rivera

Tabla N° 7

Entendimiento de las necesidades.

Alternativas	Frecuencia	%
Nada satisfecho	28	30,8%
Poco satisfecho	37	40,7%
Neutral	12	13,2%
Muy satisfecho	7	7,7%
Totalmente satisfecho	7	7,7%
Total	91	100,00%

Fuente: Sondeo efectuado entre la clientela
Realizado por: Jamil Ivan Dahik Rivera.

Tabla N° 8

Nivel de satisfacción respecto a la relación calidad y precio.

Alternativas	Frecuencia	%
Nada satisfecho	96	17,6%
Poco satisfecho	136	39,6%
Neutral	96	17,6%
Muy satisfecho	17	11%
Totalmente satisfecho	34	14,3%

Total	379	100,00%
--------------	-----	---------

Fuente: Sondeo efectuado entre la clientela

Realizado por: Jamil Ivan Dahik Rivera

Tabla N° 9

¿Cómo ha sido la calidad del producto?

Alternativas	Frecuencia	%
Excelente	118	19,8%
Muy bueno	134	37,4%
Bueno	61	17,6%
Regular	35	14,3%
Malo	31	11%
Total	379	100,00%

Fuente: Sondeo efectuado entre la clientela

Realizado por: Jamil Ivan Dahik Rivera

Tabla N° 10

¿Cuál es su opinión sobre el ambiente laboral al momento de efectuar una compra?

Alternativas	Frecuencia	%
Excelente	59	12,1%
Muy bueno	27	7,7%
Bueno	27	7,7%
Regular	128	30,8%
Malo	138	41,8%
Total	379	100,00%

Fuente: Sondeo efectuado entre la clientela

Realizado por: Jamil Ivan Dahik Rivera

DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Considerando las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, junto con la evaluación cuantitativa mediante enfoques estratégicos como el análisis de factores internos (EFI) y externos (EFE), se establece el estado actual de la situación.

Las principales fortalezas, que tienen un peso significativo en comparación con la competencia y son especialmente relevantes para el negocio, incluyen la distribución de productos de alta calidad (0,45) y la diversidad de líneas de productos (0,45) ofrecidas, las cuales se destacan entre otras fortalezas.

En cuanto a las áreas de mejora, la carencia de formación en atención al cliente (0,18) y la alta rotación de personal (0,11) impactan negativamente en el servicio ofrecido por la empresa. Al examinar la correlación a través del análisis EFI, se observa que las debilidades superan a las fortalezas, lo que sugiere una situación de riesgo para la empresa. En lo que respecta al análisis EFE, las oportunidades principales incluyen acuerdos comerciales (0,42) y el lanzamiento de nuevos productos (0,15).

Las potenciales amenazas que enfrenta esta empresa, evaluadas en términos de su impacto cuantitativo, incluyen la presencia de precios más bajos en la competencia (0,6), junto con una fuerte competencia en el mercado (0,54). Al analizar la matriz EFE, se observa que las amenazas superan en importancia a las oportunidades.

Los resultados obtenidos de la entrevista llevada a cabo con el Sr. Javier Avilez revelan una disminución en las ventas en comparación con periodos anteriores. El señor Avilez atribuye esta situación a la calidad del servicio brindado por los empleados, señalando que algunos de ellos carecen de la capacitación necesaria para desempeñar sus funciones con eficacia. Esta situación es motivo de preocupación para el propietario, ya que observa una caída en las ventas. Se

destaca que tanto el personal administrativo como el operativo no ha recibido ningún tipo de capacitación formal, y realizan sus tareas basándose en su propia iniciativa o en experiencias previas adquiridas.

La percepción de los clientes sobre el servicio en la empresa PC Soluciones revela una falta de atención al cliente. De las 379 personas encuestadas sobre su experiencia con el servicio al cliente al realizar compras, el 32% consideró que fue deficiente, en contraste con solo el 7% que lo calificó como excelente. Un 29% respondió que fue regular, mientras que el 25% indicó que fue buena y el 17% lo describió como muy bueno.

Los clientes han notado una falta de preparación entre los empleados responsables de las ventas en el almacén. Cuando se les preguntó sobre la atención recibida durante sus compras, un alto porcentaje del 47% expresó estar poco satisfecho, mientras que el 29% respondió que estaba nada satisfecho. El 15% se mantuvo neutral, con un 0% indicando estar totalmente satisfecho y un 9% muy satisfecho. Estos resultados reflejan que el trato ofrecido por los empleados del almacén no ha sido apropiado.

La comprensión de las necesidades de los clientes es crucial al brindar atención. Por lo tanto, se incluyó una pregunta en la encuesta dirigida a los clientes de PC Soluciones sobre si los empleados del almacén comprendían sus necesidades. Los resultados mostraron que el 41,8% consideraba que era deficiente, el 30,8% lo calificaba como regular, un 7,7% tuvo respuestas iguales de bueno y muy bueno, y el 12,1% lo describió como excelente.

La dinámica laboral desempeña un papel crucial en el funcionamiento interno del lugar de trabajo. Por lo tanto, se indagó a los clientes sobre su percepción del ambiente laboral en la empresa al realizar sus compras. Un 30,8% lo describió como regular, mientras que un 41,8% lo consideró malo. Sin embargo, un 7,7% opinó que era bueno o muy bueno, y un 12,1% lo calificó como

excelente. Estos resultados destacan las deficiencias existentes en la empresa, donde la mayoría de las respuestas relacionadas con la satisfacción del cliente son calificadas como malas o regulares, lo que influye en la insatisfacción de los clientes.

CONCLUSIONES

La correlación estratégica entre EFE y EFI, representada en el mapa, reveló que el estado actual de la empresa PC Soluciones es deficiente. Los indicadores señalan que las debilidades superan a las fortalezas, y las amenazas superan a las oportunidades. Por lo tanto, es crucial implementar estrategias para mantenerse en el mercado. Esto implica, en primer lugar, fortalecer la relación entre vendedor y cliente para fomentar la retención de clientes a corto y mediano plazo. El objetivo es generar satisfacción en los clientes y motivarlos a realizar compras, convirtiéndolos en defensores del servicio y los productos ofrecidos.

La estabilidad financiera y la continuidad en el mercado de cualquier empresa dedicada a la venta de productos siempre dependerán de las ventas. Por lo tanto, es fundamental que exista empatía entre el vendedor y el comprador. Es importante destacar que la empatía debe surgir desde el vendedor, lo que requiere conocimientos en diversas áreas relacionadas con la atención al cliente. Esto indica que la disminución en las ventas en la empresa PC Soluciones está directamente relacionada con la falta de experiencia y conocimientos de todo el personal, tanto operativo como administrativo.

La opinión de los clientes sobre la calidad del producto es positiva, ya que son productos de marcas reconocidas. Sin embargo, los clientes consideran que la relación con los vendedores no es satisfactoria, lo que dificulta el proceso de venta y genera falta de empatía entre el vendedor y el cliente. Esto se percibe como una deficiencia institucional debido a la falta de personal capacitado para ofrecer un servicio de calidad.

RECOMENDACIONES

En la empresa PC Soluciones, frente a los desafíos identificados en esta investigación, es necesario desarrollar estrategias para retener y fidelizar clientes. Estas estrategias incluyen la personalización de ofertas, la atención proactiva a las necesidades de los clientes, la implementación efectiva de tecnologías de la información y comunicación (TIC), la creación de canales de comunicación efectivos y la organización de eventos sorpresa que promuevan el bienestar. Estas acciones contribuirán a fortalecer la lealtad de los clientes hacia la empresa.

Se requiere llevar a cabo reuniones de trabajo centradas en los procesos operativos preventivos, con el fin de evitar intervenciones correctivas. Es fundamental motivar a los empleados respecto a la importancia de la calidad del servicio y su vínculo con las ventas. Esto es esencial para proyectar una buena imagen ante los clientes actuales y fomentar su papel como promotores de la empresa, al difundir la calidad del servicio y de los productos ofrecidos.

La formación es fundamental para el crecimiento, según se desprende de la información recabada. Se sugiere proporcionar una capacitación integral en atención al cliente, que sea tanto teórica como práctica, para que los empleados que desempeñan diversas funciones en el almacén puedan trabajar de manera más eficaz. En este sentido, es crucial establecer un plan de capacitación anual y políticas que motiven a los empleados, como bonificaciones o regalos, con el fin de fortalecer el ambiente laboral y aumentar las ventas en la empresa PC Soluciones.

REFERENCIAS

Alcade San Miguel, P. (2019). Fundamentos, herramientas y gestión de calidad para las pymes. Paraninfo.

Araujo Romero, L. A., & López Marrufo, C. A. (2022). Estado del arte de los estudios del modelo SERVQUAL en la gestión pública. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 6(6), 6364-6382.

Blanco, M. A. (2019). Atención al cliente y calidad en el servicio. COMM002PO. ic.

Cabrera, A. d. (2019). La concepción de cliente y su repercusión en la calidad del servicio en el restaurante. res non verba, 9(2), 1-16.

Colin, M. (2020). Nivel de servicio de un centro de atención telefónica: modelo de experiencia del cliente desde el benchmarking y el análisis multivariante. esic, 51(3), 497-526.

Fernández Cristaldo, A. (2020). Clima organizacional y calidad de servicio ofrecido por la Universidad Nacional de Pilar. Ciencia Latina, 4(2), 1-18.

Ladrón de Guevara, M. Á. (2020). Atención al cliente en las operaciones de comprobantes. Tutor Formación.

Martínez Muñoz, E., Licona Olmos, J., & Rivera Gómez, P. (2022). Importancia del servicio al cliente como factor de preferencia comercial en una pyme.

Unison(37), 1-18.

Monroy Ceseña, M. A. (2019). Factores de la satisfacción del cliente: perspectivas en

restaurantes de comida rápida. *Sipnasis*, 11(1), 70-87.

Silva Juárez, R., Julca Calderón, F., Luján Vera, P., & Trelles Pozo, L. R. (2021).

Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente: Empresas turísticas de Canchaque-Perú. *Revista de ciencias sociales*, 27(3), 194-203.

Valarezo Beltrón, C. O. (2022). Diagnóstico situacional para la gestión estratégica de la Asociación Asopapropie en Membrillo, Ecuador. *Sinergia*, 13(3), 65-72.

Valenzuela Salazar, N. L., Buentello Martínez, C. P., Gómez, L. A., & Villarreal Sánchez, V. (2019). La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios. *GEON*, 6(2), 18-24.

Zárraga Cano, L., Molina Morejón, V. M., & Corona Sandoval, E. (2018). La satisfacción del cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio: un estudio empírico de la industria restaurantera. *RECAI*, 7(18).

Zea, M., Morán Chiquito, D., Vergara Romero, A., & Jimber del Río, J. A. (2022).

Modelos de satisfacción al cliente: un análisis de los índices más relevantes.

res non verb, 12(2), 146-178

ANEXO

Orden	Preguntas	Datos relevantes	Análisis
1	¿Cuál es el desafío que está impactando negativamente las ventas del establecimiento?	El bajo rendimiento en las ventas del establecimiento.	En este momento, el almacén experimenta una caída en sus ventas, lo que constituye uno de los principales desafíos que enfrenta
2	¿Cuál es su percepción sobre la atención brindada por sus empleados hacia los clientes?	Intentan ser amables, pero en ocasiones, debido al estrés o fatiga laboral, pueden no ofrecer un servicio de atención óptimo.	La atención al cliente en PC Soluciones por parte de los empleados no ha alcanzado el nivel necesario para garantizar la satisfacción del cliente
3	¿Cómo evalúa el desempeño de sus empleados en sus respectivas áreas de trabajo?	Se desempeñan de manera adecuada durante sus horarios asignados.	Los empleados en PC Soluciones realizan diversas tareas que son llevadas a cabo de manera eficiente y eficaz
4	¿Opina que la inexperiencia influye en la ejecución del trabajo?	Sí, ya que sin la preparación adecuada, no es posible llevar a cabo las tareas de manera eficaz.	La carencia de habilidades necesarias es crucial para desempeñar las labores con precisión y eficiencia.
5	¿Qué medidas se podrían tomar para mejorar el servicio de atención al cliente en el almacén?	Brindando capacitación a los empleados y ofreciéndoles incentivos.	Es esencial llevar a cabo programas de formación dentro de la empresa para garantizar resultados óptimos en el entorno laboral.



Babahoyo, 18 de Enero del 2024

Magister

Eduardo Galeas Guijarro

DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA

En su despacho.

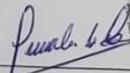
Reciba un cordial saludo de quienes conformamos PC Soluciones de la ciudad de Babahoyo de la Provincia de los Ríos

Por medio de la presente me dirijo a usted para comunicarle que se ha **AUTORIZADO** al estudiante JAMIL IVAN DAHIK RIVERA de la carrera de comercio de la Facultad de Administración Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo para que realice el estudio de caso con el tema: SATISFACCION DEL CLIENTE EN LA EMPRESA PC SOLUCIONES DEL CANTON BABAHOYO EN EL AÑO 2023 el cual es requisito indispensable para poder titularse.

Sin otro particular me suscribo de usted

Atentamente




Ing. Francisco Javier Arellano Arellano

1716711435

pcsoluciones2005@gmail.com

Telf: 052733841 - 0990640528



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES



NUMERO RUC: 1716711435001

APELLIDOS Y NOMBRES: AVILES ARCOS FRANCISCO JAVIER

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO: 001	ESTADO ABIERTO MATRIZ	FEC. INICIO ACT. 30/05/2005
NOMBRE COMERCIAL: PC SOLUCIONES		FEC. CIERRE:
		FEC. REINICIO:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

ACTIVIDADES DE MANTENIMIENTO Y REPARACION DE MAQUINARIA DE INFORMATICA Y EQUIPO PERIFERICO CONEXO
VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: LOS RIOS Cantón: BABAHOYO Parroquia: DR. CAMILO PONCE Calle: GENERAL BARONA Número: 1229 Intersección:
MEJIA Y BARREIRO Referencia: JUNTO A LA FERRETERIA VILLACRES Celular: 0990640528 Email: fj_avil@hotmail.com

No. ESTABLECIMIENTO: 002	ESTADO CERRADO LOCAL COMERCIAL	FEC. INICIO ACT. 07/12/2011
NOMBRE COMERCIAL: CYBER Y CABINAS		FEC. CIERRE: 14/03/2013
		FEC. REINICIO:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

ACTIVIDADES DE ALQUILER DE EQUIPO DE INFORMATICA
ACTIVIDADES DE ALQUILER DE CABINAS TELEFONICAS

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: LOS RIOS Cantón: BABAHOYO Parroquia: DR. CAMILO PONCE Calle: 10 DE AGOSTO Número: S/N Intersección:
BARREIRO Y RICAURTE Referencia: FRENTE A SERVIENTREGA Celular: 0990640528

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE



SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: DKAM160707

Lugar de emisión: BABAHOYO/AV. ENRIQUE

Fecha y hora: 25/01/2017 14:50:16



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

JAMIL IVAN DAHIK RIVERA

4%
Textos
sospechosos



4% Similitudes
0% similitudes entre comillas
0% entre las fuentes mencionadas
< 1% Idiomas no reconocidos (ignorado)
20% Textos potencialmente generados por la IA (ignorado)

Nombre del documento: JAMIL IVAN DAHIK RIVERA.docx
ID del documento: 0e42df08616f30937a2e8bf0f92b5a0f52553ea5
Tamaño del documento original: 63,17 kB

Depositante: FONSECA VASCOINEZ JOSÉ FABIÁN
Fecha de depósito: 4/3/2024
Tipo de carga: Interface
fecha de fin de análisis: 4/3/2024

Número de palabras: 6013
Número de caracteres: 39.168

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	dspace.utb.edu.ec http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/14718/1/E-UTB-FAFI-COM-000288.pdf 1 fuente similar	3%		Palabras idénticas: 3% (190 palabras)
2	dspace.utb.edu.ec http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/13710/1/E-UTB-FAFI-COM-000205.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (39 palabras)
3	sga.unemi.edu.ec https://sga.unemi.edu.ec/media/evidenciasiv/2021/01/13/articulo_202111311475.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (26 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	ESTUDIO DE CASO-TIÑE CHASI DEYVIS WILFRIDO.docx ESTUDIO DE CAS... #a18873 El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (11 palabras)
2	ru.dgb.unam.mx https://ru.dgb.unam.mx/bitstream/20.500.14330/TE501000225568/3/0225568.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)

Fuente ignorada Estas fuentes han sido retiradas del cálculo del porcentaje de similitud por el propietario del documento.

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	MAQUILON VILLALVA ARIANA ISABEL.docx MAQUILON VILLALVA ARIAN... #53e930 El documento proviene de mi biblioteca de referencias	12%		Palabras idénticas: 12% (673 palabras)