



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN GERENCIA DE MARKETING**

**Trabajo de Titulación Examen Complexivo previa a la obtención  
del grado de Magister en Gerencia de Marketing**

*“Factores que inciden en la satisfacción de los clientes de la  
empresa Premiumcorp”*

Autora:

**Cpa. Kerly Vanessa Romero Bravo**

Tutor:

Ing. Juan Moreira García, MBA.

**Guayaquil, 25 de Octubre del 2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRIA EN GERENCIA DE MARKETING**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, Cpa. Romero Bravo Kerly Vanessa

**DECLARO QUE:**

El examen complejo: **“Factores que inciden en la satisfacción de los clientes de la empresa Premiuncorp”**, previo a la obtención del **Grado Académico de Magister en Gerencia de Marketing**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de investigación del Grado Académico en mención.

**Guayaquil, a los 19 días del mes de Octubre del año 2015**

**EL AUTOR**

---

**Cpa. Romero Bravo Kerly Vanessa**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN GERENCIA DE MARKETING**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Cpa. Romero Bravo Kerly Vanessa**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del examen complejo “Factores que inciden en la decisión de compra de pinturas decorativas en Guayaquil y Quito”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 19 días del mes de octubre del año 2015**

**EL AUTOR:**

---

**Cpa. Romero Bravo Kerly Vanessa**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por permitirme vivir día a día dentro de un ambiente de paz y amor, por mis padres y hermanos que han sido mi apoyo y motivación incondicional.

**Kerly Vanessa Romero Bravo**

## **DEDICATORIA**

Le dedico este trabajo a mis padres y familiares porque con ejemplo han sido mis guías para conseguir en mi vida todos los propósitos que me he planteado, a Dios por darme la fortaleza y paciencia para no desmayar en el camino. A los líderes empresariales que me dieron la oportunidad de desarrollarme y formarme dentro de este ambicioso Proyecto profesional que me ha dado enormes satisfacciones.

**Kerly Vanessa Romero Bravo**

## ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO 1 .....	2
1.1 Problemática .....	2
1.2. Fundamentación conceptual .....	2
1.2.1 Marco Referencial .....	2
1.3. Justificación.....	4
1.4. Metodología .....	4
CAPÍTULO 2: Investigación de Mercado.....	6
2.1. Objetivos.....	6
2.1.1 Objetivo general .....	6
2.1.2 Objetivos específicos.....	6
2.2. Diseño investigativo .....	6
2.2.2. Fuentes de investigación .....	6
2.3. Target de aplicación.....	7
2.3.2 Definición de la muestra para investigación cuantitativa y tipo de muestreo..	7
3.3.3. Perfil de aplicación para investigación cualitativa.....	7
3.4 Formatos .....	8
3.4.1 Formato de cuestionario: Encuesta .....	8
3.4.2 Entrevista a profundidad .....	11
2.5 Resultados relevantes.....	12
2.6 Conclusiones de la investigación.....	28
CONCLUSIONES.....	38
RECOMENDACIONES .....	39
BIBLIOGRAFIA .....	40

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Infraestructura .....	12
Tabla 2 Tecnología.....	12
Tabla 3 Atención al cliente.....	13
Tabla 4 Satisfacción comercial .....	14
Tabla 5 Satisfacción de productos.....	15
Tabla 6 Satisfacción de servicios .....	15
Tabla 7 Satisfacción de variedad.....	16
Tabla 8 Satisfacción de repuestos .....	17
Tabla 9 Satisfacción de stock.....	18
Tabla 10 Satisfacción de marcas .....	19
Tabla 11 Satisfacción del precio .....	20
Tabla 12 Uso de servicios de Premiumcorp.....	21
Tabla 13 Servicios usados por los clientes.....	21
Tabla 14 Servicio utilizados por clientes Premiumcorp.....	22
Tabla 15 Calidad de servicio según conocimiento.....	23
Tabla 16 Calidad de servicio según atención .....	23
Tabla 17 Calidad de servicio según puntualidad.....	24
Tabla 18 Calidad de servicio según tiempo de entrega.....	24
Tabla 19 Calidad de servicio según garantía.....	25
Tabla 20 Calidad de servicio según servicio .....	25
Tabla 21 Tipos de servicios que desearían prestar en Premiumcorp.....	26
Tabla 22 Datos generales de entrevistados.....	27
Tabla 23 Satisfacción de producto vs servicio .....	31
Tabla 24 Satisfacción de cliente de variables críticas para la decisión de compra .....	31
Tabla 25 Satisfacción en relación al servicio percibida vs esperada.....	32
Tabla 26 Satisfacción de variables en cuanto a servicio .....	33

## INDICE GRÁFICOS

Gráfico 1 Infraestructura .....	12
Gráfico 2 Tecnología .....	13
Gráfico 3 Atención al cliente .....	13
Gráfico 4 Satisfacción comercial .....	14
Gráfico 5 Satisfacción de productos .....	15
Gráfico 6 Satisfacción de servicios .....	16
Gráfico 7 Satisfacción de variedad .....	16
Gráfico 8 Satisfacción de repuestos .....	17
Gráfico 9 Satisfacción de stock .....	18
Gráfico 10 Satisfacción de marcas .....	19
Gráfico 11 Satisfacción de precio .....	20
Gráfico 12 Servicio que utilizados por clientes Premiumcorp .....	22
Gráfico 13 Tipos de servicios que desearían prestar en Premiumcorp .....	26
Gráfico 14 Satisfacción de producto vs servicio .....	31
Gráfico 15 Satisfacción de cliente de variables críticas para la decisión de compra .....	32
Gráfico 16 Satisfacción en relación al servicio percibida vs esperada .....	33
Gráfico 17 Satisfacción de variables en cuanto a servicio .....	34
Gráfico 18 Nuevos servicios .....	35
Gráfico 19 Nuevo servicio .....	36
Gráfico 20 Nuevo servicio .....	37

## **INTRODUCCIÓN**

Los servicios indirectos dentro de los últimos 5 años se han incrementado debido a que el nivel de seguridad y análisis de riesgos dentro del país creció mediante las medidas desarrolladas por el Gobierno Central donde el principal objetivo es salvaguardar la vida del factor humano minimizando los riesgos laborales. Esto conlleva a ver la seguridad industrial como un factor de inversión el mismo que ha ido tomando fuerza en los últimos años.

Este crecimiento ha motivado a implementar recursos tanto humano como tecnológicos, incorporando a sus filas técnicos especializados en equipos de primera respuesta que dan el apoyo al área comercial generando necesidades y desarrollando técnicamente la línea de servicios de calibración y monitoreo de Equipos de Primera Respuesta. En la parte tecnológica se invirtió en el desarrollo de un laboratorio que ha permitido a los clientes tener respuestas oportunas y tiempos eficientes en la entrega de este servicio el mismo que antes se tenía que enviar los equipos tanto propios como de la competencia a fábrica a las respectivas certificaciones y calibraciones el tiempo era de 2 y hasta 4 meses.

Dado que los servicios han tenido una mayor demanda, la empresa Premiumcorp desea conocer los factores que inciden en la satisfacción de los clientes, para sustentar la ampliación del portafolio de la empresa en una nueva línea de servicios, que permita mejorar la rentabilidad de la empresa, para lo cual se propone una investigación de mercado tanto cualitativa como cuantitativa mediante las herramientas: encuestas dirigidas a los clientes de la empresa, mientras las entrevistas a profundidad enfocadas al personal técnico y comercial para analizar los puntos de vista según las marcas comercializadas, si creen que tiene variedad, su abastecimiento de repuestos, y equipos.

Con los resultados obtenidos de la investigación se pretende conocer los factores de satisfacción e incorporarlos en los servicios que se desean promocionar. Estos nuevos servicios serán obtenidos de la misma investigación cuantitativa, nombrados por partes de los clientes existente de Premiumcorp, los mismos que tendrán una propuesta de estrategias de promoción.

## CAPÍTULO 1

### 1.1 Problemática

La **problemática** que se plantea es:

¿Cuáles son los factores que inciden en la satisfacción de los clientes de la empresa Premiumcorp que permitan sustentar la ampliación del portafolio de servicios para generar mayor rentabilidad, dado que actualmente existen productos que no se pueden comercializar en el mercado de equipos y servicios de seguridad industrial y ocupacional, por regulación del Gobierno en relación a las salvaguardias?

El **objetivo general** de la investigación es conocer los factores que inciden en la satisfacción de clientes Premiumcorp para ampliación del portafolio de servicios.

De acuerdo al propósito del ensayo, se busca recopilar información primaria sustentada que logre el cumplimiento de **los objetivos específicos** presentados a continuación:

- Sistematizar las fuentes teóricas sobre la satisfacción al cliente en la investigación.
- Identificar los factores que inciden en la satisfacción de cliente para la gestión comercial de servicios.
- Analizar y establecer las decisiones de acuerdo a los resultados obtenidos en el trabajo de campo.

### 1.2. Fundamentación conceptual

#### 1.2.1 Marco Referencial

La existencia de numerosas definiciones de satisfacción al cliente (Churchill & Surprenant, 1982), (Kotler & Dubois, 2000) que se van considerar en este trabajo, considerando la satisfacción al cliente de Kotler que dice que “el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas” compartiendo esta teoría en donde la importancia es saber el nivel que tiene el cliente de Premiumcorp en cuanto a la satisfacción, valorando el trato, el conocimiento, la puntualidad y otros factores que servirán para la toma de decisión futuras.

Toda satisfacción al cliente va unida a cada transacción específica, a diferencia de la actitud hacia un producto o servicio que es general y puede existir sin que haya habido una experiencia personal la compra y consumo concreta. (Lavado & Millán, 2015)

El estudio teórico hacer relevancia al análisis de:

- Satisfacción al cliente, beneficios y elementos.
- Los niveles de satisfacción : Insatisfacción, Satisfacción, Complacencia
- Fórmula para determina el Nivel de Satisfacción del cliente (Rendimiento Percibido- Expectativa= Nivel de Satisfacción.
- Satisfaccion del cliente versis rentabilidad (PROMONEGOCIOS, 2014)
- Expectativas y Percepciones del Cliente

Se selecciona las teorías Kotler debido a que este autor hace énfasis en la medición a través de resultados en los que se estiman parámetros, y basado en estos criterios se mide la satisfacción, da relevancia a las expectativas del cliente en relación a la experiencia que obtuvo con el producto. Razón del estudio a realizar con los clientes de la empresa.

Otras de las teorías a investigar (Schiffman & Lazar, 2006), por hacer referencia a que la influencia puede distorsionar la percepción del cliente, estos criterios como la apariencia física, los estereotipo, conclusiones apresuradas juegan un papel fundamental. Así se considera análisis la satisfacción según la calidad de servicio, que es definida por clientes, una vez implementado lo que espera el cliente, y monitorear esta satisfacción para la mejora continua.

### **Criterios evaluados en la actualidad**

- Puntualidad en la entrega del servicio.
- Fidelidad en el cumplimiento de los compromisos.
- Relación coste-beneficio.
- Ajuste a los plazos acordados en cuanto a entrega de equipos.
- El servicio dado debe estar asociado a lo que se pactó.
- Rapidez del servicio.
- Cumplimiento en el tiempo del ciclo del servicio.
- Contar con personal cualificado para la prestación del servicio.
- Gentileza y buen trato en la prestación del servicio.

### **1.3. Justificación**

En las últimas décadas el objeto de medir la satisfacción ha variado, a diferencia de los años setenta en donde se centraban en variables que intervienen en el proceso de formación, mientras que en los ochentas analizan las consecuencias de los procedimientos, mientras que en la actualidad un servicio es medido por los logros de satisfacción fundamentados en un sistema de Gestión de Calidad ISO 9001, ya que mediante él se asegura el desarrollo de una serie de procesos que contribuyen al cumplimiento de las necesidades y expectativas de clientes. (SGS, 2014)

La medición de satisfacción al cliente es un método que demuestra cómo se va encaminando la empresa con éxito, esta medición es aplicada mediante un formulario de encuesta objetivas con escala de calificaciones a través de llamadas telefónicas a los clientes o la presencia de un encuestador que realice la medición. La empresa Premiumcorp tiene el interés de realizar una medición de satisfacción al cliente en relación a los servicios que han requerido los clientes, debido a que desean ampliar su línea de negocio, ofreciendo servicios como el servicio de mantenimiento y calibración de detectores de gases, servicio de Posichek, recarga de cilindros, pruebas de presión para trajes Nivel A, y para esto, la medición de la satisfacción que se le realice a los clientes actuales, permitirá tomar las decisiones o las mejoras que se verán hacer para implementarlo.

En el presente año el Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN aplicó cambios en varios productos importados, que son objeto de comercialización de Premiumcorp, los mismos que han sido obstáculos en sus importaciones, debido a la mezcla de normativas, y en otros casos que piden etiquetado especial que provoca inconformidad en el estándar de un producto, exigencias de certificaciones de conformidad que van de mano con la reducción de importaciones. Por esta razón Premiumcorp está dispuesto al análisis de alternativas para el fiel cumplimiento de estándares de seguridad mediante nuevas ofertas en el portafolio, motivos por el cual se realizará este análisis de la satisfacción. (Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2015)

### **1.4. Metodología**

- Se propone realizar una investigación de mercado a los clientes de la empresa Premiumcorp Zonal Sur, mediante un estudio cuantitativo, siendo un muestreo

aleatorio simple con la técnica encuesta, para conocer los factores que inciden en la satisfacción de estos clientes. Los clientes seleccionados son empresas medianas y grandes que pertenecen a la ciudad de Guayaquil.

## **CAPÍTULO 2: Investigación de Mercado**

### **2.1. Objetivos**

#### **2.1.1 Objetivo general**

Conocer los factores que inciden en la satisfacción de los clientes Premiumcorp para la ampliación del portafolio de servicios que ofrece a su mercado objetivo.

#### **2.1.2 Objetivos específicos**

Dentro de los objetivos específicos de la investigación están:

- Medir la satisfacción de los clientes Premiumcorp
- Evaluar la empresa de acuerdo a la infraestructura, tecnología y atención al cliente.
- Conocer los servicios de mayor demanda para comercializarlos en Premiumcorp.

### **2.2. Diseño investigativo**

#### **2.2.1 Tipo de investigación**

La investigación del presente proyecto es concluyente, en vista que describe las variables que inciden en la satisfacción del cliente. Se analizará al consumidor mediante factores como precio, atención al cliente, manejo de stock, servicio por personal técnico y comercial. Los tipos de investigación son cuantitativo y cualitativo.

#### **2.2.2. Fuentes de investigación**

En la investigación se hace uso de las fuentes primarias como secundarias. Las fuentes primarias, debido al levantamiento de información a través de encuestas y entrevistas por primera vez para conocer la satisfacción. Así mismo las fuentes secundarias, mediante la base de datos de clientes Premiumcorp, la misma que ayudará a determinar la muestra.

#### **2.2.3. Tipos de datos**

Los tipos de datos utilizados en la presente investigación son cualitativos y cuantitativos. Y se realizan mediante las herramientas de entrevista a profundidad y encuesta respectivamente.

### 2.3. Target de aplicación

Se considera población del estudio, a la base de clientes que tiene la empresa, siendo un total de 300 casos. Para conocer la muestra se aplica la formula finita, en vista que se conoce la población y es inferior a 100 000 casos.

#### 2.3.1. Definición de la población para investigación cuantitativa

La población es de 300 casos, siendo empresas de naturaleza industrial, donde demandan accesorios y equipos para protección de actividades de alto riesgo.

#### 2.3.2 Definición de la muestra para investigación cuantitativa y tipo de muestreo

La muestra es calculada de la siguiente manera:

Tamaño de la Población: 300 empresas

Error muestral: 0,05

Proporción de éxito y fracaso: 0,50

Valor de confianza: 1,65

$$n = \frac{P * Q * z^2 * N}{N * e^2 * z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{0,5 * 0,5 * 1,65^2 * 300}{300 * 0,05^2 * 1,65^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 143$$

#### Perfil de encuestado

Personal que trabaja en área de compras y seguridad industrial, en tipo de empresas industriales y/o fábricas, entre las edades de 28 a 40 años en su gran mayoría hombres.

#### 3.3.3. Perfil de aplicación para investigación cualitativa

En el estudio cualitativo se realizará entrevista a profundidad al personal técnico y comercial de la compañía.

### 3.4 Formatos

#### 3.4.1 Formato de cuestionario: Encuesta

Estimado cliente, a continuación queremos medir la satisfacción del servicio que presta la empresa Premiumcorp, por lo cual esperamos nos colabore, respondiendo las siguientes preguntas, evaluando de esta manera nuestras áreas más importantes como es comercial y técnico.

Empresa.....Contacto.....Cargo.....

#### Desarrollo

**1. Evaluación de la empresa. Por cada variable seleccionar una opción.**

Variable	Insatisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho	Totalmente satisfecho
Infraestructura de laboratorio					
Tecnología					
Personal					

Observación \_\_\_\_\_

**2. Con respecto a la explicación del asesor comercial sobre los servicios que ofrece la empresa Premiumcorp Usted se encuentra (Por cada variable seleccionar una opción):**

Insatisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho	Totalmente satisfecho

**3. Marcas comercializadas. Por cada variable seleccionar una opción.**

Factores	Insatisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho	Totalmente satisfecho
Variedad de diseño					
Repuestos					
Stock					
Marcas comercializadas					
Amplio portafolio de servicios					
Amplio portafolio de productos					

**4. Calidad de servicio. Por cada variable seleccionar una opción.**

Factores	Insatisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho	Totalmente satisfecho
Conocimiento Técnico					
Atención Comercial					
Puntualidad entrega					
Tiempo de entrega de cotización					
Garantía					
Servicio postventa					

**5. Precios. Por cada variable seleccionar una opción.**

Insatisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho	Totalmente satisfecho

**6. ¿Ha recibido usted algún tipo de servicios por parte de la empresa Premiumcorp?**

Sí

No

Si su respuesta es NO ha concluido su encuesta.

**7. ¿Qué tipo de servicios ha realizado con la Empresa Premiumcorp? (Marque todos los servicios que ha recibido).**

1. Servicio de mantenimiento y calibración de detectores de gases \_\_\_\_
2. Servicio de POSICHEK \_\_\_\_
3. Recarga del Cilindro de 2216 psi (Baja Presión) \_\_
4. Pruebas de Presión para trajes Nivel A \_\_\_\_
5. Otros \_\_\_\_\_

**8. Qué tipos de servicios desearía que preste Premiumcorp? (Selección única).**

1. Servicio de mantenimiento de guantes dieléctricos \_\_
2. Servicio Bw technologies \_\_\_\_
3. Servicio Rae systems \_\_\_\_
4. Servicio Avon isi \_\_

**Tiene alguna sugerencia, comentarios o recomendación para Premiumcorp, en relación a los servicios que presta o que le gustaría que preste?**

---

### 3.4.2 Entrevista a profundidad

Estimado colaborador, a continuación queremos conocer la percepción que tiene Usted, en cuanto al servicio que se le brinda al cliente Premiumcorp, sus sugerencias y detectar las debilidades que se tiene en la empresa como también los servicios de mayor demanda.

Nombre.....Área.....Cargo.....

#### Desarrollo

##### Atención al Cliente

Temas a tratar
Atención de las quejas y reclamos
Tecnología
Atención del Personal técnico
Atención del Personal comercial
Puntualidad entrega
Tiempo de entrega de cotización
Garantía
Servicio postventa
Precio

#### Preguntas:

En cuanto a las marcas comercializadas, ¿qué opina Usted acerca de las mismas?

¿Sí existe variedad o cree que falta más?

¿Cree usted que sí abastecen los repuestos que ofrecen para la demanda del mercado?

¿Cree usted que la empresa mantiene stock de todo lo que ofrece?

¿Qué marcas serían necesarias para que la empresa tenga más cobertura en el mercado de equipos de seguridad y salud ocupacional?

¿Qué servicios de Premiumcorp cree usted que tiene mayor y menor demanda?

¿Se debería quitar alguna línea de producto o servicio del portafolio de Premiumcorp?  
Mencionar cuál.

¿Qué tipos de servicios desearía que preste Premiumcorp?

¿Cómo considera usted el servicio que presta Premiumcorp a sus clientes?

¿Qué espera de Premiumcorp en los próximos 5 años?

## 2.5 Resultados relevantes

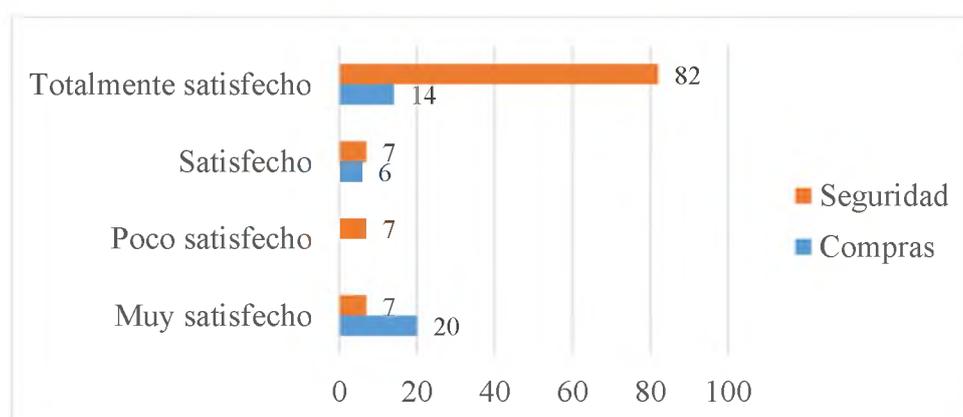
**Tabla 1 Infraestructura**

Satisfacción	Compras	Seguridad	Gran Total
Muy satisfecho	20	7	27
Poco satisfecho		7	7
Satisfecho	6	7	13
Totalmente satisfecho	14	82	96
<b>Gran Total</b>	<b>40</b>	<b>103</b>	<b>143</b>

Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

**Gráfico 1 Infraestructura**



Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

El 67% de la muestra está totalmente satisfecho con la infraestructura que brinda la empresa Premiumcorp, de los cuales el 85% corresponde a personal de seguridad y 15% al área de compras.

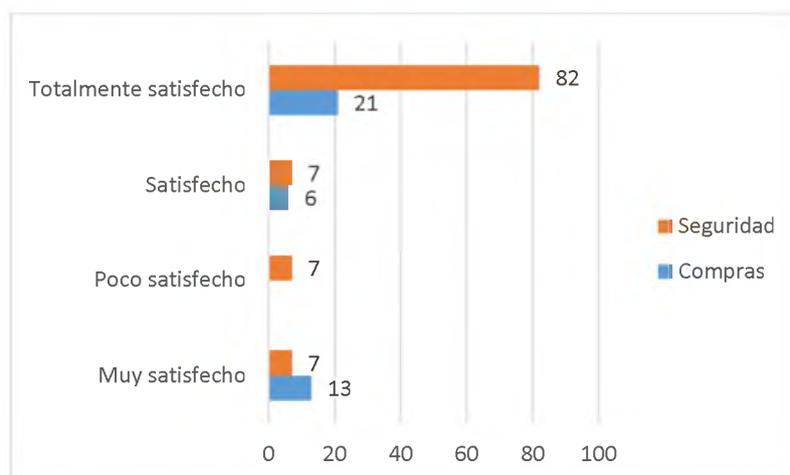
**Tabla 2 Tecnología**

Satisfacción	Compras	Seguridad	Gran Total
Muy satisfecho	13	7	20
Poco satisfecho		7	7
Satisfecho	6	7	13
Totalmente satisfecho	21	82	103
<b>Gran Total</b>	<b>40</b>	<b>103</b>	<b>143</b>

Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

**Gráfico 2 Tecnología**



Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

Siendo la mayoría de la muestra, que corresponde al 72% están totalmente de satisfechos con la tecnología implementada en la prestación de servicios y comercialización de productos de la empresa Premiumcorp, dado que cuenta con un laboratorio para realizar pruebas, lo que permite mantener esa entera satisfacción con el cliente, de los cuales el 80% son del área de Seguridad y 20% del área de compras.

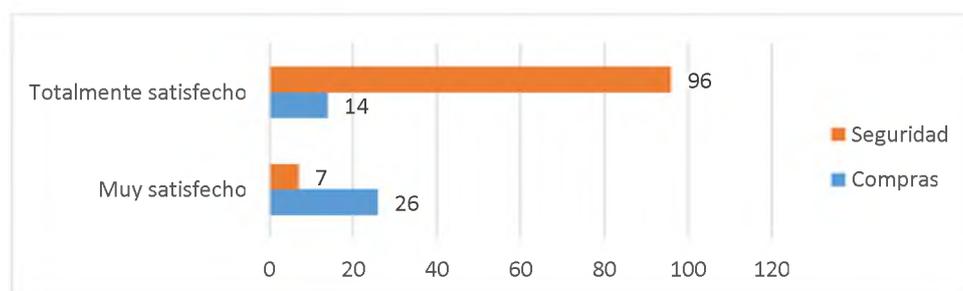
**Tabla 3 Atención al cliente**

Satisfacción	Compras	Seguridad	Gran Total
Muy satisfecho	26	7	33
Totalmente satisfecho	14	96	110
<b>Gran Total</b>	<b>40</b>	<b>103</b>	<b>143</b>

Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

**Gráfico 3 Atención al cliente**



Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

Analizando la atención al cliente, se detecta que el 76% de los casos encuestados están totalmente satisfecho con la atención que Premiumcorp brinda a sus clientes, siendo estos el 87% personal del área de seguridad y 13% del área de compras, demostrando que la gran mayoría si recibe los productos y servicios de acuerdo a lo ofertado por el área comercial. En general, evaluando a la empresa según su infraestructura, tecnología, atención al cliente, la mayoría de los 143 casos, en donde el 60% de la muestra está totalmente satisfechos. De los cuales el 72% son del área de seguridad y 28% del área de compras.

Con respecto a la explicación brindada por el asesor comercial sobre los productos que ofrece Premiumcorp, se obtuvieron los siguientes resultados:

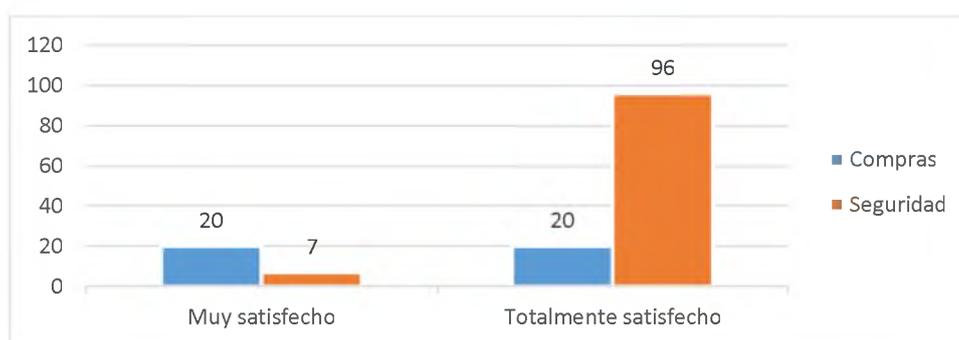
**Tabla 4 Satisfacción comercial**

Satisfacción de comercial	Column Labels		
	Compras	Seguridad	Gran Total
Muy satisfecho	20	7	27
Totalmente satisfecho	20	96	116
<b>Gran Total</b>	<b>40</b>	<b>103</b>	<b>143</b>

Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

**Gráfico 4 Satisfacción comercial**



Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

El 81% de la muestra está totalmente satisfecha con la atención que ha brindado el área comercial de Premiumcorp hasta el momento, siendo el 83% que corresponde a personal de seguridad industrial que hacen directamente los requerimientos, y el 17%

por parte de compras. Se demuestra un resultado completamente satisfactorio por parte de los clientes.

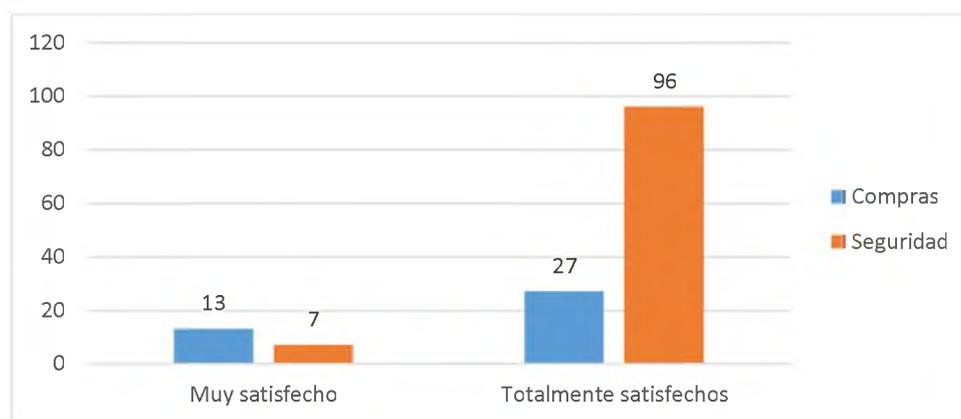
**Tabla 5 Satisfacción de productos**

<b>Productos adquiridos</b>			
<b>Row Labels</b>	<b>Compras</b>	<b>Seguridad</b>	<b>Gran Total</b>
Muy satisfecho	13	7	20
Totalmente satisfechos	27	96	123
<b>Gran Total</b>	<b>40</b>	<b>103</b>	<b>143</b>

Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

**Gráfico 5 Satisfacción de productos**



Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

El 86% de la muestra está totalmente satisfecho con los productos que adquiere en la empresa Premiumcorp, en donde el 78% de ellos son del área de seguridad y 22% son de compras.

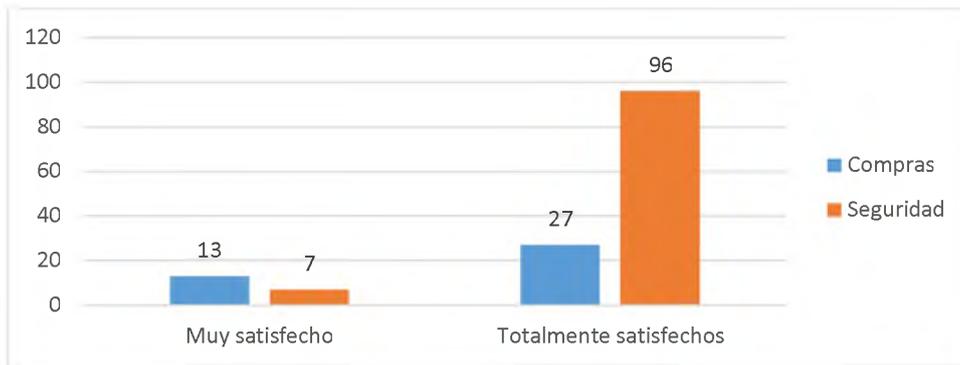
**Tabla 6 Satisfacción de servicios**

<b>Servicios recibidos</b>			
<b>Row Labels</b>	<b>Compras</b>	<b>Seguridad</b>	<b>Gran Total</b>
Muy satisfecho	13	7	20
Totalmente satisfechos	27	96	123
<b>Gran Total</b>	<b>40</b>	<b>103</b>	<b>143</b>

Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

**Gráfico 6 Satisfacción de servicios**



Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

El 86% de la muestra presenta una total satisfacción por los servicios recibidos por parte de Premiumcorp, de los cuales el 78% son del área de Seguridad y 22% de compras, aquellos que hacen directamente los requerimientos.

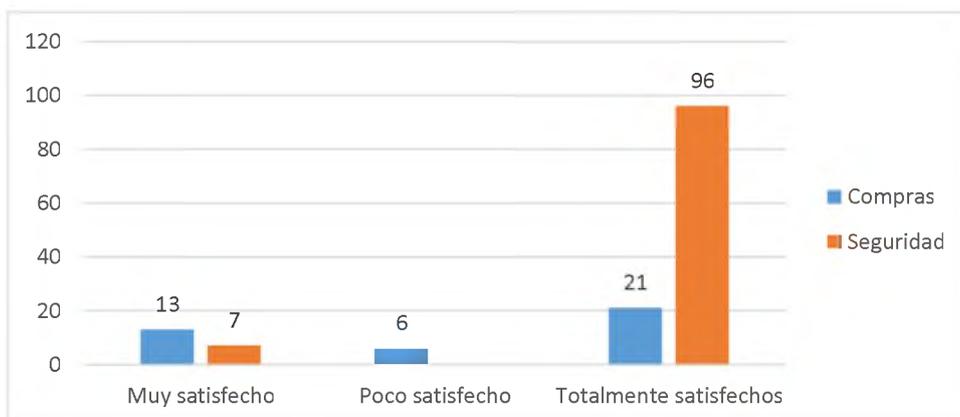
**Tabla 7 Satisfacción de variedad**

Variedad de diseños Row Labels	Column Labels		Gran Total
	Compras	Seguridad	
Muy satisfecho	13	7	20
Poco satisfecho	6		6
Totalmente satisfechos	21	96	117
<b>Gran Total</b>	<b>40</b>	<b>103</b>	<b>143</b>

Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

**Gráfico 7 Satisfacción de variedad**



Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

El 81% de la muestra tiene total satisfacción con la variedad que existe en Premiumcorp referente a su catálogo de producto y a los servicios que presta, mientras que el 4% de los está poco satisfecho con dicha variedad presentada en su portafolio. Es poca satisfacción es generada por los del área de compras que realizan el requerimiento.

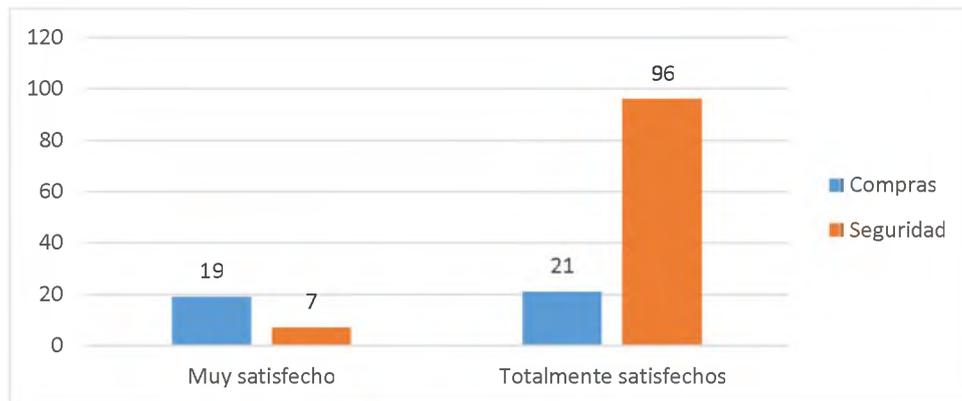
**Tabla 8 Satisfacción de repuestos**

Repuestos Row Labels	Column Labels		Gran Total
	Compras	Seguridad	
Muy satisfecho	19	7	26
Totalmente satisfechos	21	96	117
<b>Gran Total</b>	<b>40</b>	<b>103</b>	<b>143</b>

Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

**Gráfico 8 Satisfacción de repuestos**



Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

El 82% de los compradores que corresponden al área de seguridad están totalmente satisfechos con los repuestos que ofrece la empresa Premiumcorp. Así también el 18% de los compradores que pertenecen al área de compras tiene total satisfacción, ya que cuando tiene un problema con las máquinas o faltante de accesorios necesarios para el uso de los trabajadores, la empresa Premiumcorp puede cubrir siempre sus necesidades, por tener en stock.

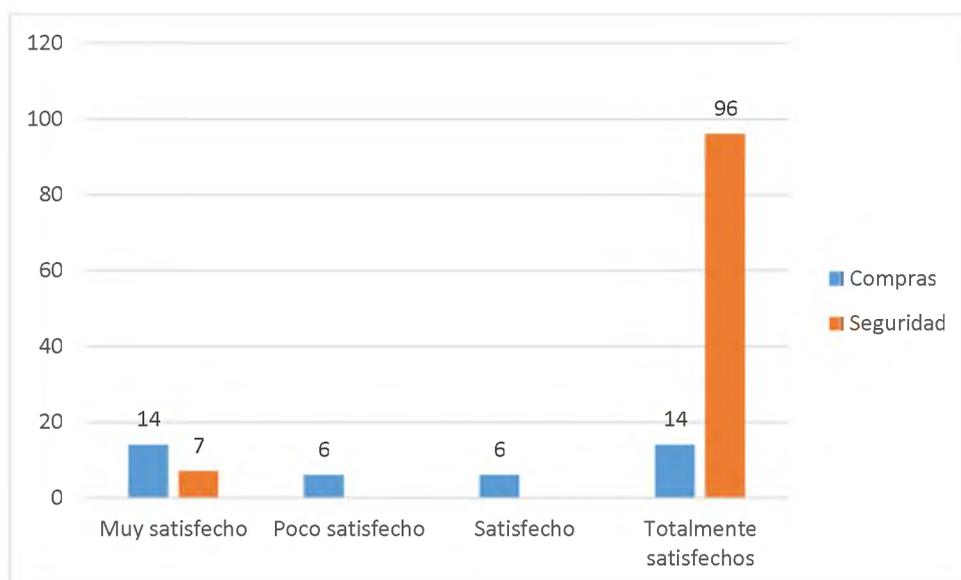
**Tabla 9 Satisfacción de stock**

Stock	Column Labels		Gran Total
	Compras	Seguridad	
Muy satisfecho	14	7	21
Poco satisfecho	6		6
Satisfecho	6		6
Totalmente satisfechos	14	96	110
<b>Gran Total</b>	<b>40</b>	<b>103</b>	<b>143</b>

Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

**Gráfico 9 Satisfacción de stock**



Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

El 78% de la muestra que representa a los 110 casos están totalmente satisfechos con el stock que maneja Premiumcorp en sus productos. Del total de la muestra el 87% pertenece a compradores del área de seguridad y el 13% al área de compras. Apenas el 4% de la muestra que equivale a 6 casos están poco satisfechos con el stock por la experiencia en compras pasadas.

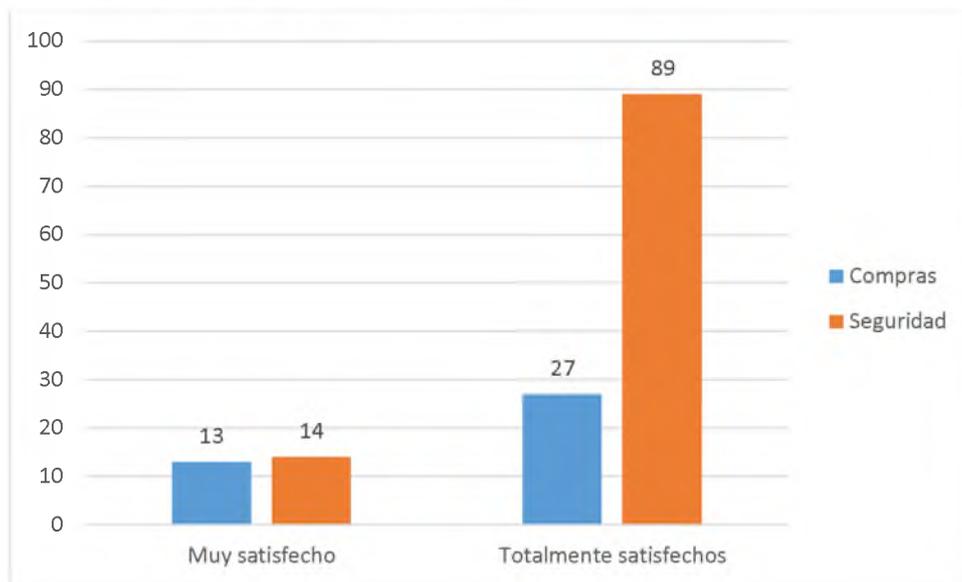
**Tabla 10 Satisfacción de marcas**

Marcas comercializadas	Column Labels		Gran Total
	Compras	Seguridad	
Muy satisfecho	13	14	27
Totalmente satisfechos	27	89	116
<b>Gran Total</b>	<b>40</b>	<b>103</b>	<b>143</b>

Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

**Gráfico 10 Satisfacción de marcas**



Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

Superando el 80% de los casos, en relación a las variables analizadas, los clientes de Premiumcorp están totalmente satisfechos. Entre las variables de total satisfacción se encuentra: producto, servicio, variedad, repuesto, stock y marcas comercializadas. En su gran mayoría la muestra está conformada por personal del área industrial y un 28% corresponde al área de compras.

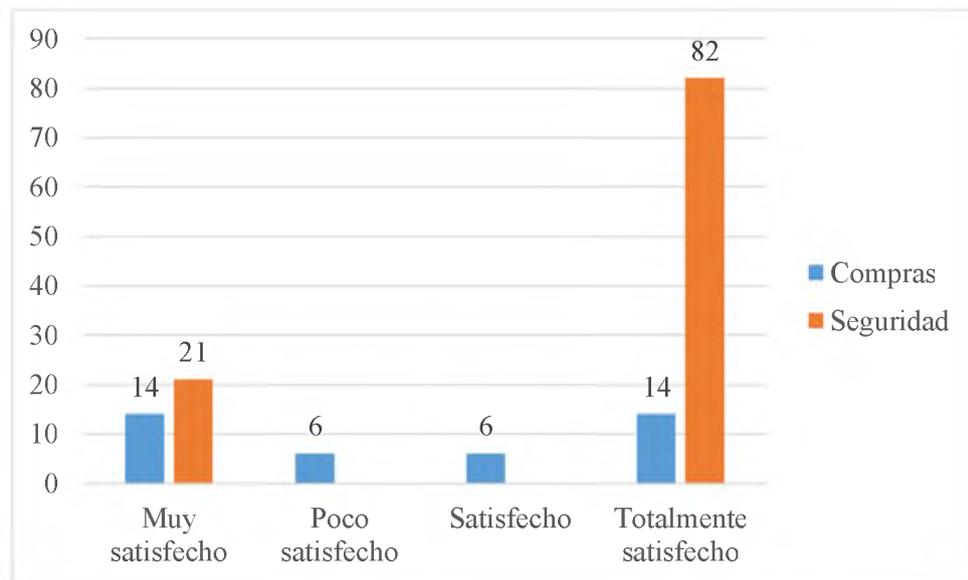
**Tabla 11 Satisfacción del precio**

Satisfacción de precio	Compras	Seguridad	Gran Total
Muy satisfecho	14	21	35
Poco satisfecho	6		6
Satisfecho	6		6
Totalmente satisfecho	14	82	96
<b>Gran Total</b>	<b>40</b>	<b>103</b>	<b>143</b>

Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

**Gráfico 11 Satisfacción de precio**



Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

En el área de seguridad existe un 80% que se encuentra totalmente satisfecho, mientras que el 20% corresponde al área de compras. Del total de 143 casos, son 96 casos que representan el 67% que están totalmente satisfechos, mientras que el 24% están muy satisfechos con el precio. Esto demuestra que los precios son aceptados por el cliente, aunque se encuentra por arriba de la media de precios del mercado.

**Tabla 12 Uso de servicios de Premiumcorp**

Servicio Premiumcorp	Column Labels		Gran
Row Labels	Compras	Seguridad	Total
Sí	40	103	143
<b>Gran Total</b>	<b>40</b>	<b>103</b>	<b>143</b>

Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

El 100% de la muestra ha tenido por lo menos un servicio de Premiumcorp, es por esta razón que se desea evaluar la satisfacción que en el actualidad brinda Premiumcorp a sus clientes para asegurarse del éxito de la nueva línea de servicios.

**Tabla 13 Servicios usados por los clientes**

Servicio de Mantenimiento	Column Labels		Gran
Row Labels	Compras	Segurida	Total
1	40	103	143
<b>Gran Total</b>	<b>40</b>	<b>103</b>	<b>143</b>

Servicio Posichek2	Column Labels		Gran
Row Labels	Compras	Segurida	Total
0	0	0	0
1	21	103	124
<b>Gran Total</b>	<b>21</b>	<b>103</b>	<b>124</b>

Recarga de cilindro	Column Labels		Grand
Row Labels	Compras	Segurida	Total
0	0	0	0
1	14	89	103
<b>Grand Total</b>	<b>14</b>	<b>89</b>	<b>103</b>

Pruebas de presión	Column Labels		Grand
Row Labels	Compras	Segurida	Total
0	0	0	0
1	7	82	89
<b>Grand Total</b>	<b>7</b>	<b>82</b>	<b>89</b>

Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

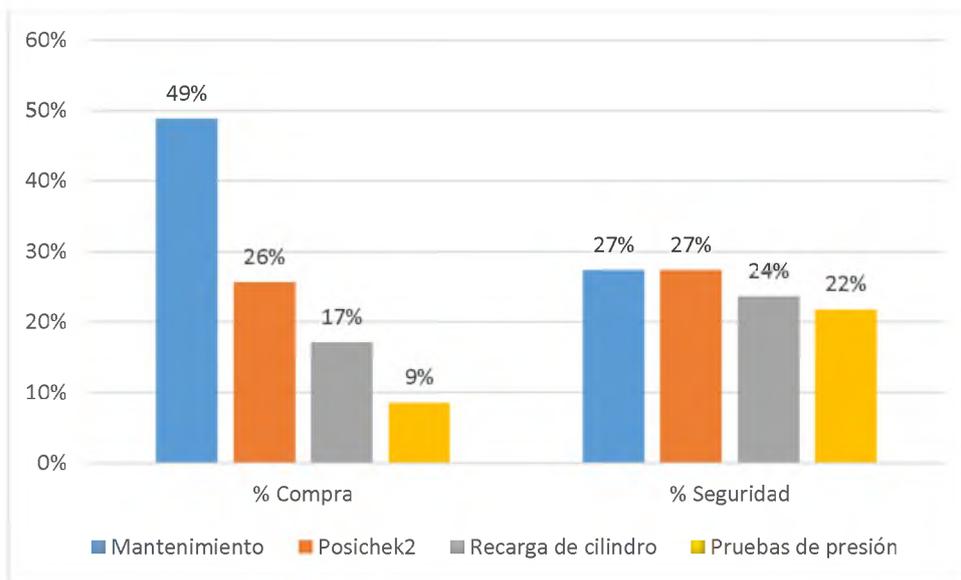
**Tabla 14 Servicio utilizados por clientes Premiumcorp**

Servicios	Frecuencia Compras	Frecuencia Seguridad	% Compra	% Seguridad
Mantenimiento	40	103	49%	27%
Posichek2	21	103	26%	27%
Recarga de cilindro	14	89	17%	24%
Pruebas de presión	7	82	9%	22%
Total	82	377	100%	100%

Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

**Gráfico 12 Servicio que utilizados por clientes Premiumcorp**



Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

El servicio que mayor demanda ha tenido dentro del portafolio de Premiumcorp es el mantenimiento y calibración de detectores de gases, lo que demuestra cuál es el servicio que se debe promocionar más, seguido del servicio Posichek en donde el 26%

del personal compra demanda este servicio y en el área de seguridad lo demanda el 27% de los casos encuestados. En el tercer lugar se encuentran los servicios de recarga de cilindro, demandando el servicio el 17% el área de compra y 24% el área de seguridad.

**Tabla 15 Calidad de servicio según conocimiento**

<b>Conocimiento</b>	<b>Column Labels</b>		<b>Gran Total</b>
	<b>Compras</b>	<b>Seguridad</b>	
<b>Row Labels</b>			
Muy satisfecho	13	7	20
Totalmente satisfecho	27	96	123
<b>Gran Total</b>	<b>40</b>	<b>103</b>	<b>143</b>

Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

El 86% de los clientes, de los cuales el 78% de ellos son del área de seguridad y el 22% es de compras, están totalmente satisfechos con el conocimiento del personal técnico que tiene la empresa Premiumcorp, mientras que el 14% está muy satisfecho.

**Tabla 16 Calidad de servicio según atención**

<b>atención</b>	<b>Column Labels</b>		<b>Gran Total</b>
	<b>Compras</b>	<b>Seguridad</b>	
<b>Row Labels</b>			
Muy satisfecho	19	7	26
Totalmente satisfecho	21	96	117
<b>Gran Total</b>	<b>40</b>	<b>103</b>	<b>143</b>

Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

El 81% de la muestra tiene un nivel alto de satisfacción por el servicio que brinda el personal comercial, de los cuales el 82% es relacionado con el departamento de seguridad y el 18% de compras.

**Tabla 17 Calidad de servicio según puntualidad**

<b>Puntualidad</b>	<b>Column Labels</b>		<b>Gran</b>
<b>Row Labels</b>	<b>Compras</b>	<b>Seguridad</b>	<b>Total</b>
Muy satisfecho	7	14	21
Satisfecho	12		12
Totalmente satisfecho	21	89	110
<b>Gran Total</b>	<b>40</b>	<b>103</b>	<b>143</b>

Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

El 77% de la muestra está totalmente satisfecho con la puntualidad que tiene la empresa Premiumcorp a nivel general. Sin embargo existe un 8% de la muestra que corresponde a 12 casos que están en un nivel 3 de satisfacción perteneciente al área de compras, lo que evidencia que hay necesidad de mejorar.

**Tabla 18 Calidad de servicio según tiempo de entrega**

<b>Tiempo de entrega</b>	<b>Column Labels</b>		<b>Gran</b>
<b>Row Labels</b>	<b>Compras</b>	<b>Seguridad</b>	<b>Total</b>
Muy satisfecho	19	7	26
Totalmente satisfecho	21	96	117
<b>Gran Total</b>	<b>40</b>	<b>103</b>	<b>143</b>

Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

El 81% de los casos entre área de compras y de seguridad tienen una total satisfacción, obteniendo un nivel 5 de satisfacción en relación a la entrega de cotización a tiempo.

**Tabla 19 Calidad de servicio según garantía**

Garantía Row Labels	Column Labels		Gran Total
	Compras	Seguridad	
0		7	7
Muy satisfecho	13	7	20
Totalmente satisfecho	27	89	116
<b>Gran Total</b>	<b>40</b>	<b>103</b>	<b>143</b>

Base de encuestados: 136

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

El 85% de la muestra está totalmente satisfecho por la garantía que ofrecen todas las marcas que comercializa Premiumcorp, motivo por el cual hasta el momento los casos que se han analizado no han tenido ningún problema con el uso de las garantías, cumplimiento por parte de Premiumcorp en su totalidad.

**Tabla 20 Calidad de servicio según servicio**

Servicio			Gran Total
	Compras	Seguridad	
0		7	7
Muy satisfecho	20	7	27
Totalmente satisfecho	20	89	109
<b>Gran Total</b>	<b>40</b>	<b>103</b>	<b>143</b>

Base de encuestados: 136

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

El 80% de la muestra está totalmente satisfecho con el servicio postventa que tiene premiumcorp, ya que siempre mantienen contacto el área comercial con el cliente, preguntando el stock y si ha existido alguna eventualidad con la última compra, y si la experiencia al compra estuvo de total satisfacción.

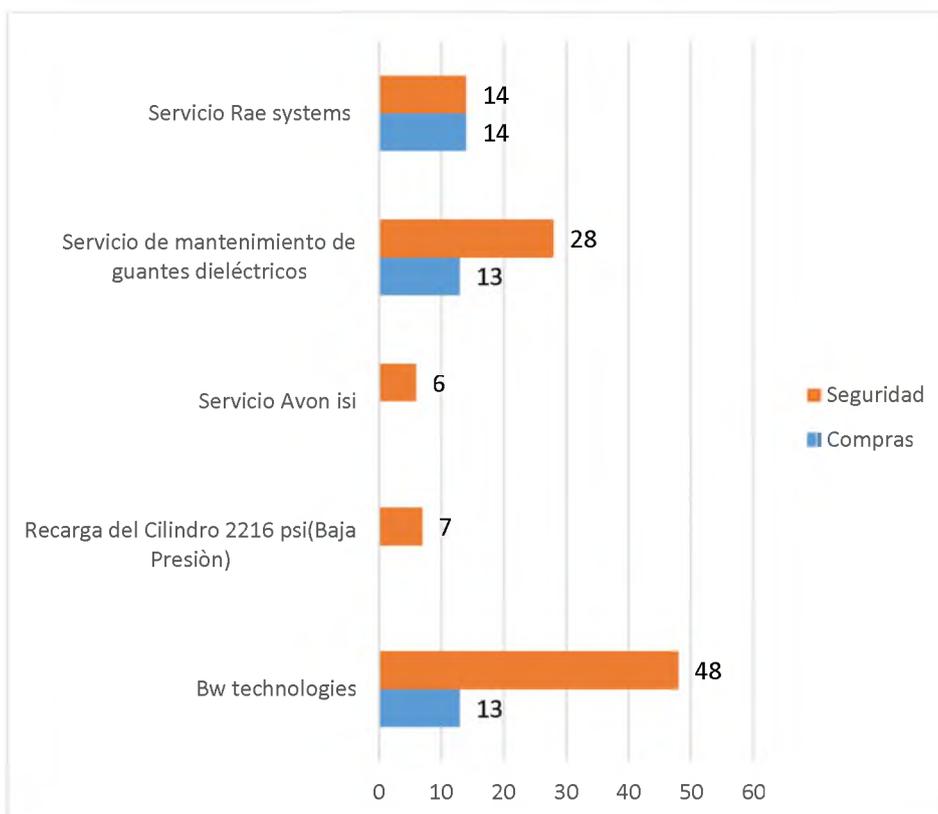
**Tabla 21 Tipos de servicios que desearían prestar en Premiumcorp**

Tipo de servicio	Compras	Seguridad	Grand Total
<b>Row Labels</b>	<b>Compras</b>	<b>Seguridad</b>	<b>Grand Total</b>
<b>Bw technologies</b>	<b>13</b>	<b>48</b>	<b>61</b>
<b>Recarga del Cilindro 2216 psi(Baja Presión)</b>		<b>7</b>	<b>7</b>
<b>Servicio Avon isi</b>		<b>6</b>	<b>6</b>
<b>Servicio de mantenimiento de guantes dieléctricos</b>	<b>13</b>	<b>28</b>	<b>41</b>
<b>Servicio Rae systems</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>28</b>
<b>Grand Total</b>	<b>40</b>	<b>103</b>	<b>143</b>

Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

**Gráfico 13 Tipos de servicios que desearían prestar en Premiumcorp**



Base de encuestados: 143

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

En relación a los resultados del estudio cualitativo para conocer la percepción que tiene el cliente interno del área comercial de los servicios que brinda Premiumcorp, dentro de los puntos positivos de la atención al cliente se aprecia el contacto que se tiene con el cliente directamente para detectar lo que desea, se cuenta con equipos y precios altamente competitivos, conocimiento del personal técnico para despejar cualquier duda y atender con amabilidad, existe puntualidad en la entrega, eso ha permitido ganar más clientes. La garantía es un punto positivo que tiene Premiumcorp y la cumple a cabalidad, esto con ayuda de las marcas que se comercializan entregando de esta manera una servicio postventa satisfactorio.

**Tabla 22 Datos generales de entrevistados**

<b>Nombre de entrevistado</b>	<b>Cargo</b>	<b>Años de trabajo</b>	<b>Empresa</b>
Johanna Jerez	Asesora Comercial	4 años	Premiumcorp
María Fernanda Vega	Asesora Comercial	2 años	Premiumcorp
Melina Mendoza	Asesora Comercial	2 años	Premiumcorp
Hugo Garcia	Asesor Comercial	6 años	Premiumcorp
Verónica Flores	Asesora Comercial	8 años	Premiumcorp
Gabriel Proaño	Técnico	5 años	Premiumcorp
Carlos Lago	Técnico	10 años	Premiumcorp

Elaborado por el Autor

Dentro de los puntos negativos, se menciona que la atención de quejas y reclamos no es muy rápida en resolver problemas, como es el caso de los técnicos que no siempre están disponibles para atender a los clientes, lo que hace una atención técnica deficiente, y por el área comercial, el envío de cotizaciones no tiene un tiempo de respuesta satisfactorio por lo que se percibe una impuntualidad. Cabe recalcar que en ocasiones el servicio postventa se ha vuelto afectado por no solucionar problemas de

clientes, por lo que se procede a que el área comercial no lo vuelva a visitar. Otro punto negativo es el precio ya que Premiumcorp es más caro que la competencia.

En cuanto a las marcas comercializadas, el personal comercial opina que falta impulsar más las marcas, por ser menos conocidas a las convencionales como 3M, en donde no se potencializa los beneficios para que conozcan los clientes siendo mejores que la competencia, así también ampliar el abanico de marcas para que el cliente tenga opciones al momento de la compra.

En variedad de equipos, se mencionó que falta alternativas más económicas en mascarillas y gafas dado que existen clientes que han solicitado y no han efectuado la compra por temas de costo. Aunque en abastecimiento de repuesto si se cuenta con un stock de repuestos para realizar mantenimientos, sintiéndose contentos la mayoría de los clientes, existen ciertos clientes que solicitan mercadería y no se dan respuestas inmediatas de abastecimiento, siendo una cantidad menor de clientes.

Existen marcas como 3M, que por cuestión de precios no se la comercializa, aunque los clientes la solicitan con mayor frecuencia. Entre otras marcas solicitadas están: MSA, Chaper, Industria Santific. Y en cuanto a servicio, menciona el área técnica y comercial que la calibración de equipos de los detectores de gases es la de mayor demanda, como también la certificación de los guantes dieléctricos resaltada por el área técnica. Ambas áreas comercial y técnica comparten que no se debe quitar ninguna línea de producto. Sin embargo el área comercial opina que no se debería incrementar líneas para no confundir al cliente.

## **2.6 Conclusiones de la investigación**

En el estudio cualitativo se concluye que existen inconformidades de atención al cliente en relación a la puntualidad de entrega de equipos y cotización, lo que se deberá mejorar. A través de esta investigación se definen los servicios que desearían los clientes, los cuales son: mantenimiento de otras marcas e impulsar más los servicios en sitio cumpliendo en tiempos para que el cliente sienta la importancia de puntualidad y seriedad del trabajo.

El personal de la empresa espera que en los próximos 5 años se logre posicionar la empresa en los servicios de las diferentes marcas, reconocidos en toda la ciudad y

resto del país. Se proyecta una visión como la única empresa en servicios de mantenimiento de calibración de equipos de primera respuesta.

En el estudio cuantitativo el objetivo fue evaluar a la empresa según su nivel de satisfacción, en donde se concluye que el 67% de la muestra siendo la mayoría está totalmente satisfecho con la infraestructura, 85% que corresponde a personal de seguridad y 15% de compras, el 72% está totalmente satisfecho en cuanto a tecnología, donde el 80% pertenece a personal de seguridad y 20% compras, y finalmente un 76% está totalmente satisfecho con la atención al cliente.

Es muy importante medir la satisfacción de la atención del personal comercial, y es por ello que se preguntó a los clientes qué tan satisfechos están con la explicación del personal comercial que atiende su requerimiento, dando como resultado que de los 143 casos el 81% está totalmente satisfecho y 19% muy satisfecho, donde su gran mayoría es personal de seguridad que del área de compras.

En el nivel de satisfacción según las marcas comercializadas, la muestra en su gran mayoría está totalmente satisfecho en cuanto a las variables de: productos adquiridos y servicios recibidos en un 86%, variedad de diseños y repuestos en un 86%, en el manejo de stock un 76%, dando así un 81% de los casos están totalmente satisfechos por las marcas que comercializa Premiumcorp.

El precio es una variable que también se evaluó según su nivel de satisfacción, donde el 72% pertenece a personal de seguridad y el 28% a personal de compras. Los clientes evaluaron al precio como una variable que cumple sus requerimientos indicando que el 67% está totalmente satisfecho, y apenas un 4% está poco satisfecho con el precio, demostrando que Premiumcorp cuenta con precios competitivos dentro del mercado de equipos y servicios de seguridad industrial.

El reconocimiento de que existe la necesidad de potencializar los servicios en Premiumcorp es importante, por esta razón se evaluó qué porcentaje ha contratado servicios en la empresa, en donde el 100% ha utilizado los servicios, siendo el 72% perteneciente al personal de seguridad por ser gran mayoría de los 143 casos y el 28% al área de compras.

Entre los servicios de mayor demanda se encuentra el mantenimiento y calibración de detectores de gases, en donde el 100% de la muestra han consumido dicho servicio, seguido del servicio de posichek con un 86% , 72% por recargas del cilindro 2216 psi y en un 62% los servicios de prueba de presión para trajes Nivel A. Lo que demuestra que el servicio con mayor demanda y que hay que potencializar son los mantenimiento y calibraciones de gases.

Se midió la calidad de servicio, por lo cual se evaluaron variables como el conocimiento técnico, atención comercial, puntualidad, tiempo de entrega garantía y el servicio postventa en donde su gran mayoría está totalmente satisfecho con el servicio que presta Premiumcorp. Sin embargo es necesario mejorar en la puntualidad de las entregas de cotizaciones y equipos, evidenciando este comportamiento en el estudio cualitativo.

El 72% de la muestra pertenece a personal de seguridad y el 28% a personal de compras, que son las áreas que frecuentemente están en contacto con los requerimientos de equipos o servicios de seguridad industrial. Los mismos que desearían que Premiumcorp brinde servicios como BW Technologies, siendo el servicio que fue solicitado por el 42% de los casos, seguido por servicios de mantenimiento de guantes dieléctricos en un 28% y servicios de RAE Systems en un 20%.

Con la presente investigación se concluye que los servicios brindados por Premiumcorp son de total satisfacción, sin olvidar la mejora continua en infraestructura, tecnología y atención al cliente para siempre mantener al cliente con la misma satisfacción.

### **Matrices de Satisfacción**

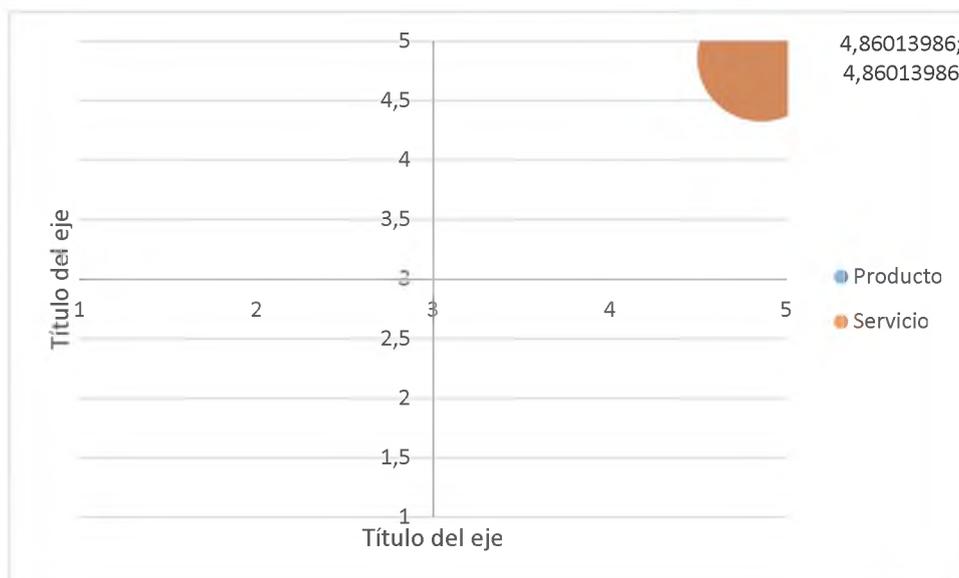
Para el análisis de la satisfacción, se crean unas matrices que ayudarán al reconocimiento de las variables que generan valor en la empresa Premiumcorp. Evaluando de tal manera la satisfacción del producto adquirido y del servicio recibido, así también la variedad, marcas comercializadas, garantía, stock, repuesto, garantía, conocimiento técnico, atención comercial y servicios postventa dentro de un nivel de satisfacción, donde 1 es insatisfactorio y 5 es totalmente satisfactorio.

Tabla 23 Satisfacción de producto vs servicio

	Producto	Servicio
<b>Satisfacción de cliente</b>	4,86013986	4,86013986

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

Gráfico 14 Satisfacción de producto vs servicio



**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

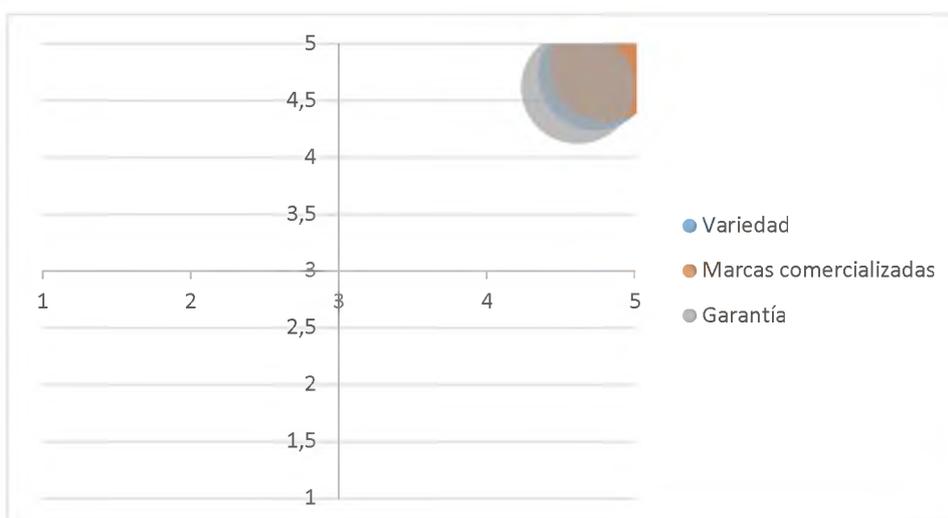
Se observa que existe una total satisfacción por parte de los clientes Premiumcorp en relación al producto y al servicio. Donde x puede ser un producto Bueno con la total satisfacción o un producto malo con un nivel de 1 que significa insatisfacción. Así mismo se gráfica al servicio, en donde 5 es un buen servicio y 1 es un malo servicio, ubicándose en 4,86 lo que genera una total satisfacción de los servicios recibidos por parte de la empresa Premiumcorp.

Tabla 24 Satisfacción de cliente de variables críticas para la decisión de compra

	Variedad	Marcas comercializadas	Garantía
<b>Satisfacción de cliente</b>	4,734265734	4,811188811	4,61538462

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

**Gráfico 15 Satisfacción de cliente de variables críticas para la decisión de compra**



**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

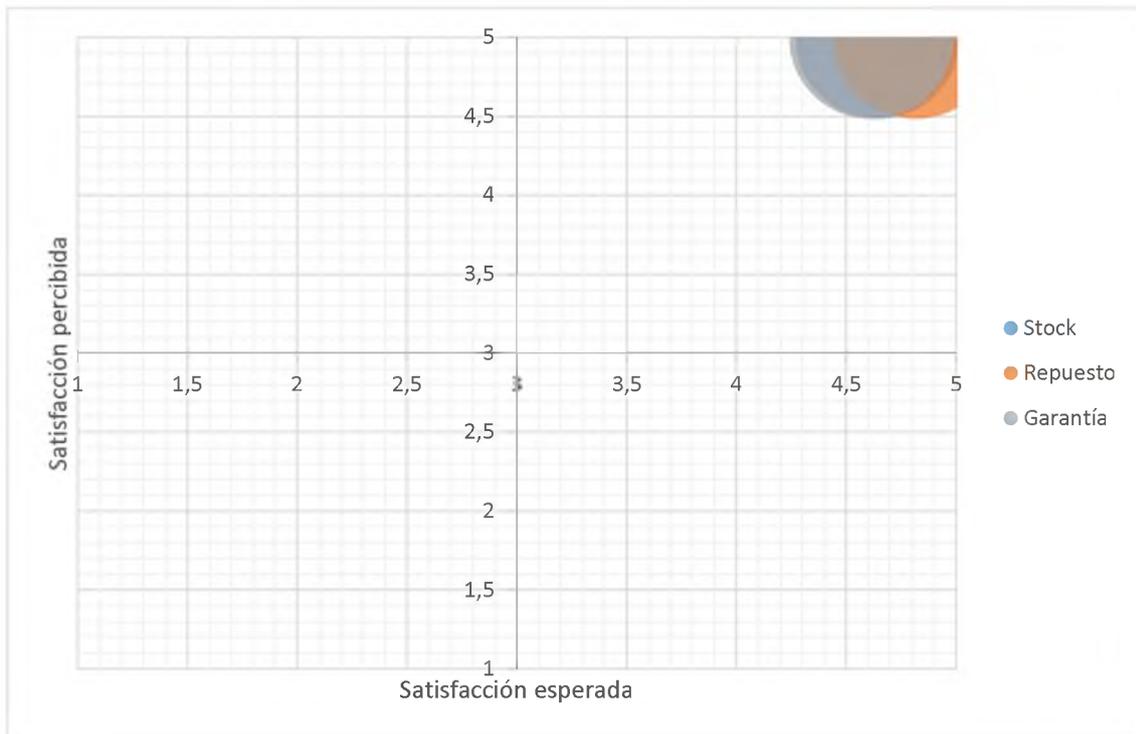
Variables como la variedad de productos que tiene un promedio de 4,73 que significa un alto nivel de satisfacción, marcas comercializadas 4,81 y garantía 4,61, son detonantes de compras para los clientes de Premiumcorp. Dado que superan el nivel de 4, llegando a una total satisfacción concluyendo que la empresa mantiene satisfechos a sus clientes, con las marcas y sus respectivas garantías, así también la variedad, para que el cliente tenga un abanico de alternativa al momento de compra un producto de seguridad industrial.

**Tabla 25 Satisfacción en relación al servicio percibida vs esperada**

	Satisfacción al cliente percibida	Satisfacción al cliente esperada
Stock	4,643356643	5
Repuesto	4,818181818	5
Garantía	4,615384615	5

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

**Gráfico 16 Satisfacción en relación al servicio percibida vs esperada**



**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

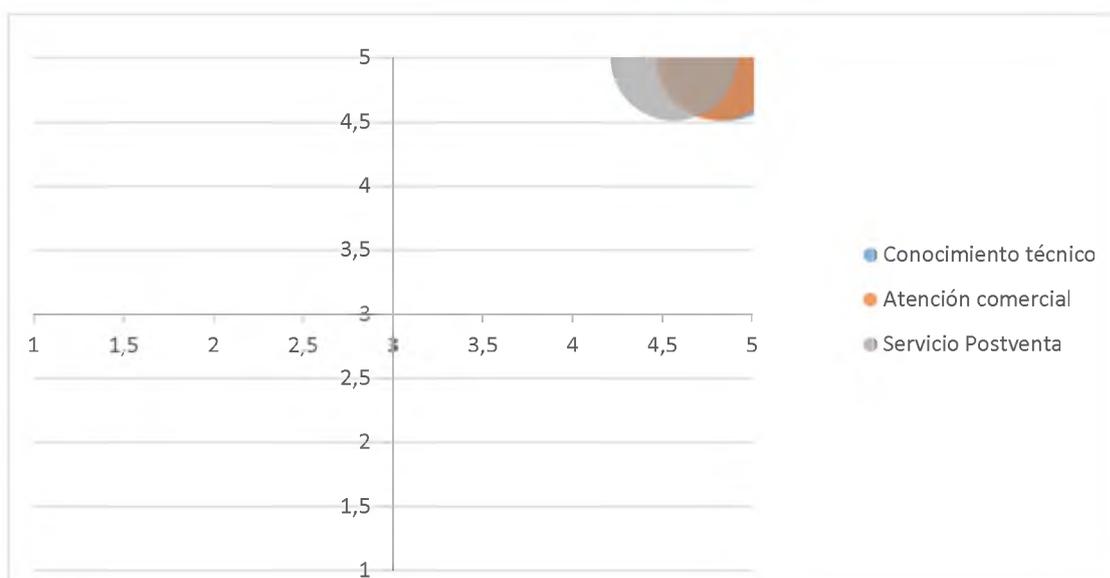
Existen variables como stock, repuesto y garantía que alcanzan la satisfacción esperada, ya que dentro de la percibida por el cliente se obtiene en stock 4,64, repuesto 4,8 y garantía 4,6 en relación a un nivel de 5 que genera un total de satisfacción. Lo que concluye que los clientes de Premiumcorp sienten una alta satisfacción en cuanto al stock, lo que da seguridad al cliente que tendrá siempre productos, así también sus repuestos y la garantía válida por el tiempo deseado.

**Tabla 26 Satisfacción de variables en cuanto a servicio**

	Satisfacción al cliente percibida	Satisfacción al cliente esperada
Conocimiento técnico	4,86013986	5
Atención comercial	4,818181818	5
Servicio Postventa	4,566433566	5

**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

**Gráfico 17 Satisfacción de variables en cuanto a**



**Fuente:** Investigación de mercado cuantitativa

Evaluando en la matriz de satisfacción las variables de conocimiento técnico, atención comercial y servicio postventa, se demuestra que existe casi un total satisfacción, dado que supera el 4,6 que redondea 5, siendo el nivel más alto de satisfacción. El cliente Premiumcorp se encuentra en total satisfacción con el conocimiento técnico que es impartido por el personal de la empresa, así también la atención del personal de ventas, lo que hace que exista un retorno de compra por la gestión de alta satisfacción que genera también el servicio postventa.

### **Recomendaciones para la propuesta**

En vista de la alta satisfacción que se obtuvo por parte de los clientes en función a los servicios se propone la creación de una nueva línea de servicios.

### **Estrategia de promoción**

Las estrategias de promoción serán direccionadas al cliente, mediante ferias internas ubicadas en las mismas empresas, servicios de mantenimiento gratuitos en primera compra para captar clientes, entrega de materiales promocionales para recordación de la marca, descuentos en repuesto entre 15% al 30% bajo contrataciones a largo plazo, capacitaciones sin costo por compras de equipos y capacitaciones con costo sino compran equipos.

Por otro lado, para la generación de recordación de marca se hará uso de la página web, que tiene una función informativa para los clientes, en el sitio web se expondrán los nuevos servicios y el uso de banner publicitarios digitales para su promoción.

### **Servicio de mantenimiento y calibración de detectores de gases BW TECHNOLOGIES**

- Diagnóstico del equipo.
- Verificación electrónica
- Mantenimiento preventivo
- Calibración
- Testeo del equipo
- Certificación
  
- Proaño Representaciones está avalado por el fabricante como único distribuidor y centro autorizado certificado por Honeywell Analytics.

(Se realiza el servicio también a otras marcas cumpliendo con los parámetros establecidos de cada fabricante)

### **Gráfico 18 Nuevos servicios**

Servicio de mantenimiento y calibración de detectores de gases BW TECHNOLOGIES

**Honeywell Analytics**

- Diagnóstico del equipo.
- Verificación electrónica
- Mantenimiento preventivo
- Calibración
- Testeo del equipo
- Certificación

**BW Technologies**  
by Honeywell

**Premiumcorp**  
SEGURIDAD Y CONFIANZA

*BW Clip detector libre de mantenimiento  
Descubra cómo las nuevas características del BW Clip pueden hacer la detección de gas más fácil, más segura y más confiable.*

Elaborado por la autora

## Servicio de mantenimiento y calibración de detectores de gases RAE SYSTEMS-

- Diagnóstico del equipo.
- Verificación electrónica
- Mantenimiento preventivo
- Calibración
- Testeo del equipo
- Certificación
  
- Proaño Representaciones está avalado por el fabricante como único distribuidor y centro autorizado certificado por Honeywell Analytics.

(Se realiza el servicio también a otras marcas cumpliendo con los parámetros establecidos de cada fabricante)

### Gráfico 19 Nuevo servicio

Servicio de mantenimiento y calibración de detectores de gases RAE SYSTEMS

RAE SYSTEMS

- Diagnóstico del equipo
- Verificación electrónica
- Mantenimiento preventivo
- Calibración
- Testeo del equipo
- Certificación

**Premiumcorp**  
SERVICIO Y CONFIANZA

Proaño Representaciones está avalado por el fabricante como único distribuidor y centro autorizado certificado por Honeywell Analytics

(Se realiza el servicio también a otras marcas cumpliendo con los parámetros establecidos de cada fabricante)

Elaborado por la autora

## Servicio de POSICHEK AVON ISI

Inspección y verificación conforme a la norma NFPA-1852 de los equipos SCBA.

Este equipo chequea:

- Rutina de inspección visual.
- Verificación de fugas de la máscara.
- Presión de apertura de la válvula de exhalación e inhalación
- Presión estática de la máscara.
- Hermeticidad de la máscara (aplicable también a mascararas de flujo continuo)
- Caudal del By Pass o desvió
- Precisión del manómetro.
- Activación de alarma de baja presión
- Rendimiento del regulador de primera etapa
- Rendimiento del regulador de primera etapa
- Resistencia de respiración al nivel estándar de trabajo (40 LPM)
- Resistencia de respiración al nivel máximo de trabajo (100 LPM)

### Gráfico 20 Nuevo servicio

**¿QUÉ TAN SEGURO ESTÁS?**

**AVON ISI PROTECTION**

**SERVICIO DE POSICHEK AVON ISI**  
INSPECCIÓN Y VERIFICACIÓN CONFORME A LA NORMA NFPA - 1852 DE LOS EQUIPOS SCBA.

- Rutina de inspección visual.
- Verificación de fugas de la máscara.
- Presión de apertura de la válvula de exhalación e inhalación.
- Presión estática de la máscara.
- Hermeticidad de la máscara.
- Caudal del By Pass o desvió
- Precisión del manómetro.
- Activación de alarma de baja presión.
- Rendimiento del regulador de primera etapa.
- Rendimiento del regulador de primera etapa.
- Resistencia de respiración al nivel estándar de trabajo (40 LPM).
- Resistencia de respiración al nivel máximo de trabajo (100 LPM).

**Premiumcorp**  
INGENIERÍA Y CONSTRUCCIÓN

(SE REALIZA EL SERVICIO TAMBIÉN A OTRAS MARCAS CUMPLIENDO CON LOS PARÁMETROS ESTABLECIDOS DE CADA FABRICANTE)

Elaborado por la autora

## CONCLUSIONES

Se concluye que debido al crecimiento del rubro generado por los servicios en los últimos 5 años en la empresa Premiumcorp, dado que el país ha logrado salvaguardar la vida del factor humano minimizando los riesgos laborales, por lo cual las empresas se ven en la obligación de adquirir servicios y productos de protección industrial, ha causado un desarrollo económico por tal demanda, viéndose una curva de crecimiento de empresas de servicios y comercialización de equipos de seguridad industrial y ocupacional, dentro de las cuales se encuentra Premiumcorp, siendo oportunidades de negocios, aunque viéndose afectado el comercio de equipos por temas de importaciones, lo que provocado que la empresa adopte medidas para generar ingresos, razones por las cuales el presente proyecto, motivado a implementar recursos tanto humano como tecnológicos, incorporando a sus filas técnicos especializados en equipos de primera respuesta que dan el apoyo al área comercial generando necesidades y desarrollando técnicamente la línea de servicios de calibración y monitoreo de Equipos de Primera Respuesta.

En vista de los resultados obtenidos en la investigación de mercado, y detectando la satisfacción de los clientes en variables tales como: infraestructura, tecnología y servicio al cliente, como también en precio, garantía y servicio postventa, superando así más del 80% de satisfacción de los clientes actuales, se demuestra que los servicios ofrecidos por la empresa Premiumcorp son de total satisfacción por los clientes. Sin embargo de acuerdo al estudio cualitativo se deberá mejorar en tiempo de entrega de cotización y la puntualidad de la entrega de equipos, para mantener siempre al cliente satisfecho.

Luego de los resultados obtenidos en la investigación, se concluye que para mantener una rentabilidad en la empresa, se lanzará una línea de servicios, en los cuales se ofrecerá: Servicio de mantenimiento de guantes dieléctricos, Bw technologies, Rae systems y Avon Isi, siendo los servicios que generaron preferencia dentro de las áreas de compras y seguridad, que son quienes levantan los requerimientos de este tipo de producto y servicio.

## **RECOMENDACIONES**

- Se recomienda realizar un estudio de satisfacción semestral con los clientes que presten los nuevos servicios, de esta manera se pueda medir el rendimiento del personal técnico al momento de brindar los nuevos servicios propuestos.
- Realizar activaciones en ferias generales expuestas en el palacio de cristal o expoplaza para hacer presencia de marca no solo a nivel industrial sino también en sector de comercio, construcción, pesca y minas, con el objetivo que realizar ventas cruzadas.
- Impulsar la línea de servicios, he incrementarla cada año, realizando estudios de factibilidad antes de comercializar un determinado servicio, ya que es necesario especializar al personal para que se pueda dar un servicio adecuado, a través del uso del laboratorio que tiene la empresa.

## BIBLIOGRAFIA

- Bajac, F., & Fernández, H. (2003). *La Gestión del Marketing de Servicios*. Argentina: Granica.
- Churchill, G., & Surprenant, C. (November de 1982). *An Investigation Into the Determinants of Customer Satisfaction*.
- Denton. (1991). *Calidad en el servicio a los clientes*. Madrid.
- Gronroos, C., & Kotler, P. (1990). *Marketing y Gestión de servicios*. Madrid: Diaz de Santos .
- Koltler, P., & Dubois, B. (2000). *Satisfacción al cliente a través de la calidad*.
- La calidad en el servicio al cliente* . (2008). España: Vertice.
- Larrea, P. (1991). *Calidad de Servicio*. Madrid: Edigrafos.
- Lavado , C., & Millán, L. (Agosto de 2015). *La teoría de los factores en la satisfacción del cliente*. Obtenido de <http://www.aedem-virtual.com/articulos/iedee/v04/041053.pdf>
- PROMONEGOCIOS. (2014). *Satisfacción al cliente*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>
- Schiffman, L., & Lazar, L. (2006). *Comportamiento del Consumidor*. México: Séptima Edición. Pearson Educación, S.A.
- Servicio Ecuatoriano de Normalización*. (2015). Obtenido de <http://www.normalizacion.gob.ec/>
- SGS. (2014). *Nueva ISO*. Obtenido de <http://www.nueva-iso-9001-2015.com/2014/12/iso-9001-satisfaccion-cliente/>



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Romero Bravo Kerly Vanessa, con C.C: # 0922332549 autora del trabajo de titulación: *"Factores que inciden en la satisfacción de los clientes de la empresa Premiumcorp"* previo a la obtención del grado de **MÁSTER EN GERENCIA DE MARKETING** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 29 de octubre de 2015

f. Kerly Vanessa Romero

Romero Bravo Kerly Vanessa  
C.C: 0922332549

## **REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN**

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	Factores que inciden en la satisfacción de los clientes de la empresa Premiuncorp.		
<b>AUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	Romero Bravo Kerly Vanessa		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	Moreira García Juan Arturo		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>UNIDAD/FACULTAD:</b>	Sistema de Posgrado		
<b>MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:</b>	Maestría en Gerencia de Marketing		
<b>GRADO OBTENIDO:</b>	Máster en Gerencia de Marketing		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	29 de octubre de 2015	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	50
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Marketing de Servicios, Comportamiento de Compra e Investigación de Mercados.		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Demanda, Satisfacción, Clientes, Investigación de Mercados.		
<b>RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):</b>			
<p>El incremento en la demanda de servicios y productos de protección industrial ha ocasionado que las empresas, que pertenecen a este sector de negocios, tomen en cuenta aspectos importantes relacionados con la satisfacción de los clientes para promover ofertas de servicios adicionales. Dentro de este contexto, se ha realizado una investigación de mercados para la compañía Premiumcorp, escogiendo una muestra de sus clientes formada por medianas y grandes empresas de la ciudad de Guayaquil, a efectos de identificar los factores que inciden en la satisfacción de aquellos.</p> <p>Una vez obtenidos los resultados en la investigación de mercados, se detectó que la satisfacción de los clientes es superior al 80% en variables como: infraestructura, tecnología, servicio al cliente, precio, garantía y servicio postventa; no obstante, se debe mejorar en variables como tiempo de entrega de cotización y puntualidad de entrega de equipos.</p> <p>El presente trabajo indica las propuestas relacionadas con cada hallazgo relacionado con los factores que inciden en la satisfacción de los clientes de la empresa Premiumcorp.</p>			
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593989516247	<b>E-mail:</b> romerokerlyv@hotmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>Nombre:</b> Correa Macías, Servio Tulio		
	<b>Teléfono:</b> +593-4 0980680701		
	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:servio.correa@cu.ucsg.edu.ec">servio.correa@cu.ucsg.edu.ec</a> / <a href="mailto:servio_correa@yahoo.com">servio_correa@yahoo.com</a>		

#### **SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA**

<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>	
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>	
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>	