



Sistema de Registro de Proyectos de Investigación en la UC

N° de Registro: UC-VI-2015-L-AEAT-001

Título de Tesis: El impacto que causa el valor agregado en la atención al cliente, de los servicios de post-venta en la sucursal de Mitsubishi de la Ciudad de Panamá

Autor: Daniel Alejandro Díaz Zoppi

RESUMEN

En la investigación se hace referencia a la problemática de muchas empresas hoy en día, se refiere a estudiar el impacto positivo y negativo que tiene una buena y mala atención de los clientes, específicamente en la sucursal de Mitsubishi de la Ciudad de Panamá. El mercado de Panamá está cansado de recibir un mal servicio por parte de las empresas. Este trabajo de investigación se ha elaborado con los lineamientos impartidos por la Universidad dividiéndola por capítulos: 1er y 2do capítulo describe el planteamiento del problema, algunas soluciones, sus objetivos. El capítulo II están los antecedentes y algunos conceptos que harán una importante referencia para el desarrollo del proyecto. El marco metodológico se desarrolla en encuestas realizadas a los clientes para conocer sus sugerencias y así ser analizadas para sacarle el máximo provecho de cada una. En el estudio se encontró el déficit y las quejas de los clientes entre las que se mencionan mala atención, atención lenta, precios, pocas promociones, se utilizó las encuestas para mejorar esta situación. Con la información obtenida a través de las encuestas se puede aumentar la satisfacción de los clientes, en la empresa se determinó un índice CASALE CA: Calidad, SA: Satisfacción, LE: Lealtad, eso ayudará a medir la satisfacción de los clientes y opiniones y puntos a mejorar.

Se puede recomendar realizar planes de capacitación para mejorar la atención a los clientes, ofertas e incentivos para los mismo se sientan motivados, planes de recepción rápida, planes de despeje de pista cuando los clientes lleguen a dejar el auto para su mantenimiento o reparación. Básicamente se logró aprender la importancia de los clientes y la satisfacción de los mismos para el éxito de cualquier negocio, la atención, la preocupación por su bienestar va a lograr una retribución y una frecuencia en el negocio. Las metas de Mitsubishi son claras, tanto de satisfacción como de facturación, es necesario tener un PNS mínimo al 50%, es un requerimiento, ya que se sabe que con la buena atención a los clientes garantizamos la buena comunicación con los clientes para tocar temas sobre el auto mientras se encuentre en el taller.

Palabras clave: Mitsubishi, atención al cliente, servicio, encuestas, auto, capacitación, calidad, quejas, satisfacción.