

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Universidad de El Salvador
Hacia la libertad por la cultura

GARANTÍA EN EL SERVICIO COMO ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO EN LA RENTA DE MAQUINARIA Y EQUIPO PARA LA CONSTRUCCIÓN EN LA MEDIANA EMPRESA TEQUISAL, S.A. DE C.V., UBICADA EN LA CIUDAD DE SAN SALVADOR.

TRABAJO DE GRADUACIÓN

PRESENTADO POR:

INTEGRANTES

Corina Ivonne Hernández
Isaías Daniel Hernández Mejía
Keny Carolina Zúniga Hernández

CARNÉT

HH12020
HM11038
ZH03003

PARA OPTAR AL GRADO DE
Licenciatura en Administración de Empresas.

NOVIEMBRE 2020.

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMERICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS.

Rector: Msc Roger Armando Arias Alvarado.

Secretario General: Msc. Francisco Antonio Alarcón Sandoval.

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Decano: Lic. Nixon Rogelio Hernández Vásquez

Vicedecano: Lic. Mario Wilfredo Crespín Elías

Secretaria: Licda. Vilma Marisol Mejía Trujillo

DIRECTOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

Lic. Mauricio Ernesto Magaña

TRIBUNAL CALIFICADOR

Lic. Esaú Artiga Mejía.

Ing. Mauricio Alberto Rivas Romero.

Ing. José Ciriaco Gutiérrez Contreras (Docente Asesor)

NOVIEMBRE 2020

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMERICA

AGRADECIMIENTOS.

Primeramente quiero dar gracias a Dios por haber guiado mi camino y permitirme a pesar de todas adversidades culminar mi carrera, así también quiero dar gracias a mi hermana **Gladis Idalia Meléndez Hernández** por haber estado en presente en el transcurso de mi carrera: a mi madre **Evangelina Hernández** gracias hasta el cielo por haberme dado la vida: a mi esposo **Roberto Carlos Palacios** y mi hijo **Valentín Andrés Palacios** quienes fueron y son fuente de motivación e inspiración para esforzarme cada día. Agradezco de todo corazón a mis **suegros** quienes me han brindado su apoyo incondicional en esta etapa tan importante de mi vida. Finalmente mis más sinceros agradecimientos a mi compañera Carolina y mi compañero Isaías con quienes comparto este tan anhelado triunfo.

Corina Ivonne Hernández.

Primeramente doy gracias a Dios por darme la fuerza, capacidad, e inteligencia para terminar mis estudios de Licenciatura en Administración de Empresa., a la vez dedico este logro a mi esposa que fue uno de mis soportes ya que siempre me brindó su apoyo incondicional durante todo el proceso, a mi madre que me apoyo e impulso a lograr mis estudios, asimismo a mi hija que es el motivo por el cual me he esmerado por lograrlo, y a todas las personas que siempre confiaron en mí que lo lograría y me brindaron palabras de aliento.

Isaías Daniel Mejía Hernández.

Mis agradecimientos son primeramente a Dios quien me permitió culminar mi carrera profesional, le doy las gracias a mi padre **Guillermo Antonio Zúniga** y a mi madre **Ana Isabel de Zúniga** quienes siempre me han motivado a terminar mi carrera, por su apoyo incondicional, por sus consejos, a mi esposo **Eduardo Obto Alberto Menjivar** quien siempre me ha apoyado en todo de manera incondicional cuando lo he necesitado y por sus consejos, a mis hijos **Víctor Eduardo Alberto Zúniga** y **Helen Fiorela Alberto Zúniga** que han estado en todo este proceso de mis estudios; y finalmente gracias a mi equipo de trabajo con quien comparto este triunfo Corina Hernández e Isaías Mejía.

Keny Carolina Zúniga Hernández.

Gracias a nuestro apreciado asesor Ing. José Ciriaco Gutiérrez Contreras, quien nos orientó a la realización del trabajo de graduación, por habernos brindado su tiempo, apoyo, conocimientos y dedicación, en la cuarentena a causa del covid-19, que afecto los procesos de manera presencial.

Equipo de Trabajo.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.	i
RESUMEN	iii
CAPÍTULO I GARANTÍA EN EL SERVICIO COMO ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO EN LA RENTA DE MAQUINARIA Y EQUIPO PARA LA CONSTRUCCIÓN EN LA MEDIANA EMPRESA TEQUISAL, S.A. DE C.V., UBICADA EN LA CIUDAD DE SAN SALVADOR.	1
A. HISTORIA DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO PARA LA CONSTRUCCIÓN.	1
1. Antecedentes del Alquiler.....	3
2. La actividad constructora del ser humano.	3
3. La necesidad de usar herramientas.	4
4. El uso del equipo como respuesta a la solución de un problema.	4
5. Necesidad de alquiler de equipo para la construcción en la actualidad.	4
6. Beneficios económicos de alquiler de equipo.	5
7. Urgencia del desarrollo de la industria de alquiler de equipo.	5
B. GENERALIDADES DE LA EMPRESA TEQUISAL, S.A. DE C.V.	5
1. Antecedentes.....	5
2. Localización.....	6
3. Misión, Visión y Valores.....	6
4. Estructura Organizativa.....	7
5. Número de colaboradores que posee TEQUISAL, S.A. de C.V.....	7
6. Seguridad Industrial y Gestión Ambiental.	7
7. Políticas Institucionales.....	8
8. Manuales Administrativos.....	8
9. Forma de operar de las oficinas TEQUISAL, S.A. DE C.V.	9
a. Venta y Renta	9
b. Oficinas y Taller de TEQUISAL, S.A. de C.V.	9
c. Empresas a quienes alquila maquinaria y equipo TEQUISAL, S.A. DE C.V.	10
e. Depreciación de Maquinaria.	11
g. Características de la Maquinaria para Construcción.	11
h. Máquinas según su uso.	12
C. MARCO LEGAL	12
1. Constitución de la República de El Salvador.....	12
2. Código de Trabajo.	13
3. Ley de Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios.	14
4. Ley de Protección al Consumidor	15
5. Ley de Impuestos sobre la Renta.	16

6.	Ley del Seguro Social y reglamentos del régimen general de salud y riesgos profesionales ..	17
7.	Ley del Sistema de Ahorro para Pensiones.....	18
8.	Código Tributario.....	18
9.	Ley del Lavado de Dinero y de Activos de El Salvador.....	19
10.	Ley de Arrendamiento Financiero.....	19
D.	CARACTERÍSTICAS DE UN SERVICIO INNOVADOR.....	22
E.	GARANTÍA INCONDICIONAL PARA LOS SERVICIOS.....	23
1.	Importancia de la garantía en el servicio.....	23
2.	Obstáculos para garantizar los servicios.....	24
3.	Beneficios de una Estrategia de Garantía de Servicio.....	24
4.	Condiciones para una buena garantía de servicio.....	27
F.	GENERALIDADES DE LA MERCADOTECNIA.....	29
1.	Mercadeo en sus Inicios.....	29
2.	El Mercadeo de hoy en día.....	30
3.	Componentes de las Estrategias de Marketing.....	30
G.	ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO.....	31
H.	ESTRATEGIA EMPRESARIAL.....	34
	CAPÍTULO II: SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA TEQUISAL, S.A. DE C.V.....	35
A.	INVESTIGACIÓN DE CAMPO.....	35
1.	Objetivos.....	35
a.	General.....	35
b.	Específicos.....	35
B.	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	36
1.	Métodos de Investigación Científico.....	36
2.	Tipo de Investigación.....	37
3.	Fuentes de Información.....	37
4.	Técnicas de Recopilación de Información.....	38
5.	Instrumentos de Recolección de Información.....	39
6.	Ámbito de la Investigación.....	40
7.	Unidades de Análisis:.....	40
8.	Determinación del Universo y la Muestra.....	40
9.	Procesamiento de la Información.....	41
C.	DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA TEQUISAL, S.A. DE C.V., CON RELACIÓN A LA GARANTIA EN EL SERVICIO Y ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO QUE POSEEN ..	42
1.	Con relación a la satisfacción.....	42
2.	Con relación al servicio.....	42

3.	Con relación a las estrategias de posicionamiento.	44
4.	Con relación a la garantía que ofrece la empresa.	45
5.	Con relación al contrato.	46
6.	Con relación a la competencia.	46
7.	Con relación al servicio al cliente.	47
D.	CONCLUSIONES	50
E.	RECOMENDACIONES	51
CAPÍTULO III: FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA DE GARANTÍAS EN EL SERVICIO EN LA RENTA DE MAQUINARIA Y EQUIPO PARA LA CONTRUCCIÓN DE LA EMPRESA TEQUISAL, S.A. DE C.V.		
52		
A.	ASPECTOS GENERALES DE GARANTIAS EN EL SERVICIO	52
1.	Introducción	52
2.	Objetivos:	53
a.	Objetivo General:.....	53
b.	Objetivos Específicos:	53
B.	FORMULACIÓN DE LA FILOSOFÍA EMPRESARIAL	54
1.	Misión.....	54
2.	Visión.	54
3.	Valores.	55
4.	Estructura Organizativa.....	56
C.	GARANTÍA DE LOS SERVICIOS DE ALQUILER DE MAQUINARIA Y EQUIPO PARA LA CONSTRUCCIÓN.	57
1.	Beneficios al implementar una garantía en el servicio.	57
2.	Condiciones necesarias para la implementación de una garantía de servicio.	59
3.	Aspectos que involucra una garantía de servicio en TEQUISAL, S.A. DE C.V.	60
D.	ESTRATEGIAS PARA TEQUISAL, S.A. DE C.V.	63
1.	Estrategias de posicionamiento de imagen.	64
2.	Estrategias de fidelización.	65
3.	Estrategias de promoción.	66
4.	Estrategia de programa de capacitaciones en garantía de servicio en atención al cliente.	67
5.	Estrategia de programas de mantenimiento preventivo para la maquinaria y equipo.	68
6.	Estrategia de descuento por un mal servicio prestado en alquiler de equipo.....	69
E.	CONCEPTOS RELACIONADOS AL TEMA DE INVESTIGACIÓN.	70
F.	BIBLIOGRAFIA.	71
ANEXOS		73
	Anexo 1: Organigrama actual de la empresa TEQUISAL, S.A. DE C.V.	74

Anexo 2: Lista de precios de maquinaria y equipo que alquila TEQUISAL, S.A. de C.V.	75
Anexo 3: Carta Solicitud.	76
Anexo 4: Carta Compromiso.	77
Anexo 5: Guía de Entrevista.	78
Anexo 6: Cuestionario a Colaboradores.	79
Anexo 7 : Cuestionario a Clientes.	83
Anexo 8: Lista de Cotejo.	87
Anexo 9: Resultado de entrevista dirigida al Gerente Operativo.	88
Anexo 10: Resultado del cuestionario dirigido a colaboradores de TEQUISAL, S.A. de C.V.	92
Anexo 11: Resultado de cuestionario dirigido a los clientes de TEQUISAL, S.A. de C.V.	102
Anexo 13: Imágenes de la página web de TEQUISAL.	111
Anexo 14: Productos promocionales.	112
Anexo 16: Propuesta de logo y slogan para refrescar la imagen de TEQUISAL.	114
Anexo 17 Presupuesto General de Estrategias para TEQUISAL, S.A. de C.V.	115

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.

PÁGINA.

Ilustración 1 Prensa de Balancín	1
Ilustración 2 Máquina para colocar Pilotes	2
Ilustración 3 Máquina de Vapor.....	2
Ilustración 4 El Poder de la Garantía Autor Christopher Hart	23

INTRODUCCIÓN.

Las organizaciones cada día están inmersas en un entorno donde el cambio es constante, que les empuja a mejorar su competitividad y productividad para ofrecer mejores bienes y servicios a los clientes acorde a sus necesidades.

La presente investigación está enfocada a la Empresa TEQUISAL, S.A. DE C.V. que presta servicios de renta de maquinaria y equipo para la construcción con el objeto de conocer la garantía en el servicio como estrategia de posicionamiento en la mediana empresa, ubicada en la ciudad de San Salvador.

A continuación se presenta la Estructura de la Investigación por capítulos:

CAPÍTULO I

Se presenta la historia de la maquinaria y equipo para la construcción como actividad constructora del ser humano, la necesidad de alquiler de equipo de construcción, asimismo se muestran las generalidades de la Empresa TEQUISAL, S.A. DE C.V., partiendo de sus antecedentes, misión, visión, servicios que presta a sus clientes, en relación al tipo de maquinaria y descripción de sus proveedores de equipo, las principales leyes que regulan estas empresas y además se describen las características de un servicio innovador, y la garantía del servicio como estrategia de posicionamiento.

CAPÍTULO II

Contiene el desarrollo de la Investigación de Campo, recopilando información necesaria que ayudó a establecer un Diagnóstico de la Empresa TEQUISAL, S.A. DE C.V., con relación a la garantía en el servicio, lo cual permitió realizar el análisis y la interpretación final de la Investigación de Campo, determinando la necesidad de desarrollar un sistema de fortalecimiento

de garantía en el servicio como estrategias de posicionamiento y fortalecimiento de la relación entre el Cliente y Empresa por medio de la Interpretación y Análisis de los Datos obtenidos, finalizando con las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO III

Se presenta la propuesta para fortalecer el servicio en la Empresa y proponer las estrategias de posicionamiento para mejorar el servicio a los clientes, donde se requiere la participación de la Gerencia de la Empresa desarrollando acciones supervisadas de manera constante, actualización de información del entorno para la toma de decisiones de manera rápida y efectiva con la ayuda del equipo de trabajo conformado por colaboradores de diferentes áreas de la empresa que atiendan a los clientes de forma ágil que no retrasen los procesos, saber interpretar la información que llegue cada día, diseñando soluciones a problemas con las estrategias para lograr mejorar su posicionamiento en el rubro de alquiler de maquinaria y equipo para la construcción como empresa líder en ofrecer garantías en los servicios prestados, así mismo se elaboró la propuesta para la formulación de la filosofía empresarial donde se encuentra su misión, visión, valores y estructura organizativa, haciendo énfasis en las necesidades que fueron visualizadas en capítulo anterior.

RESUMEN

Al principio, las posibilidades de construcción se veían considerablemente condicionadas a las capacidades físicas de las personas. Hoy en día, se han generado importantes desarrollos en la tecnología de la construcción que se facilita con maquinaria de construcción, capaz de optimizar el trabajo con el suelo en los proyectos, haciéndolo más competitivo y logrando que puedan efectuar mayores cantidades de tareas en menor tiempo y a menos esfuerzo físico. Actualmente, la mayoría de las empresas que ofrecen servicios de alquiler de maquinaria y equipo pesado para la construcción no le dan la importancia que requiere el fortalecimiento de la garantía en el servicio, siendo ésta una base muy importante para mantener a los clientes satisfechos. Por tal motivo, el presente trabajo de investigación se originó a partir de la idea de posicionar el servicio de alquiler de maquinaria y equipo pesado para la construcción a través de la garantía en el servicio en la mediana empresa TEQUISAL, S.A DE C. V., ubicada en la ciudad de San Salvador. Por lo tanto, surge la necesidad de crear estrategias de posicionamiento a través de la garantía en el servicio para lograr obtener mejoras que permitan brindar a los clientes los más altos estándares de calidad garantizando los servicios, con el objeto de mantener a los clientes satisfechos y mejorar los procesos que presenten fallas a la hora de hacerse efectiva una garantía.

La investigación que se realizó es de tipo descriptiva, la cual permitió detallar las características y propiedades de los elementos que influyen actualmente en el problema, por lo que fue útil para guiar la recolección de información y sustentar la propuesta del estudio realizado. La investigación se efectuó por medio de técnicas de recolección de información como la Encuesta, Entrevista y la Observación Directa. Para el caso de Tequisal, S.A. de C.V., se llevó a cabo la determinación del universo, que incluyó al gerente de operativo y el personal que labora en la entidad haciendo un universo total de 52 personas.

Con el análisis de la información realizado a de Tequisal, S.A. de C.V., se concluyó que la empresa en gran medida, logra atraer y mantener la preferencia de los clientes con el servicio prestado, lo anterior se debe al eficiente manejo de la maquinaria por parte de los operarios, así como también la respuesta inmediata que tiene Tequisal, S.A. de C.V., ante problemas o fallas que se presentan en la maquinaria y equipo, lo cual incide en la satisfacción del cliente. Sin embargo, los colaboradores desconocen la identidad corporativa de la empresa, misión, visión, valores, motivo por el cual los trabajadores puede que no se desempeñen con el mismo objetivo que tiene la empresa.

Se debe proveer al personal de Tequisal, S.A. de C.V., los conocimientos necesarios para ofrecer un servicio de calidad, por medio de capacitaciones constantes acerca de la buena atención al cliente brindándoles los recursos necesarios a los operarios para poder realizar un buen servicio a la hora de manipular un determinado equipo, con el objetivo de culminar un determinado proyecto con éxito; además, se recomienda delegar a un supervisor o colaborador para que pueda colaborar o aportar en la formulación de las estrategias que servirán para el buen funcionamiento de la unidad de garantías .

CAPÍTULO I GARANTÍA EN EL SERVICIO COMO ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO EN LA RENTA DE MAQUINARIA Y EQUIPO PARA LA CONSTRUCCIÓN EN LA MEDIANA EMPRESA TEQUISAL, S.A. DE C.V., UBICADA EN LA CIUDAD DE SAN SALVADOR.

A. HISTORIA DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO PARA LA CONSTRUCCIÓN.

Las necesidades de refugio y seguridad siempre han estado presentes entre los humanos. De hecho existen desde antes de que fuéramos humanos, y por lo tanto la creatividad de nuestra especie se ha visto ligada a satisfacerlas. Más allá del refugio natural, la humanidad ha construido los propios, y así como para muchas actividades la fuerza y energía disponibles en un inicio eran solo las de cada persona y comunidad, eventualmente se desarrollaron herramientas para ayudar a dichas tareas.

Las primeras herramientas utilizadas en construcción fueron los tornos y los taladros, al principio muy rudimentario y manual. Hay evidencia de que al inicio tanto el hueso como la madera y algunas piedras se usaban sin ningún tratamiento de preparación, con tallado poco específico que solo se usaban para golpear y excavar en el suelo.

Ilustración 1 Prensa de Balancín



Prensa de Balancín de Nicolás Briot (1626), diseñada por Leonardo da Vinci, <https://www.interempresas.net/MetalMecanica/Articulos/1435-Evolucion-tecnica-de-la-maquina-herramienta-Resena-historica.html>.

Miles de años después, cuando la población aumento y sumado a ello sus necesidades, junto con la especialización de actividades, aparecieron las primeras máquinas dedicadas a la construcción. Estas fueron poleas y grúas básicas, para mover y acomodar elementos en una obra. Asimismo la combinación de palancas y la rueda se usaron para transportar materiales desde mucho tiempo atrás, aunque esto no fue diseñado específicamente para la construcción, sino como parte de la necesidad de mover grandes cargas fácilmente, a través de largas distancias.

En el año 1500 se inventó la máquina para colocar pilotes, tanto esta como la grúa funcionaron por siglos mediante esfuerzo humano y animal. Fue en el siglo XIX cuando la invención de la máquina de vapor y su eventual portabilidad, trajeron nuevos desarrollos a la tecnología de la construcción.

Ilustración 2 Máquina para Colocar Pilotes



Martinete de cabrestante, Doctor
Ingeniero Víctor Yepes Piqueras
<https://victoryepes.blogs.upv.es/tag/tablestacas/>

Ilustración 3 Máquina de Vapor



Fuente: Historia de Iberia Vieja/
Narrado por Genciana,
<https://au.toluna.com/opinions/3858039/La-primera-m%C3%A1quina-de-vapor?pageNum=1>

La maquinaria a vapor dio origen a motores capaces de hacer gran esfuerzo sin problema, lo cual más adelante se logró con el uso de combustibles fósiles, combinados con conocimientos de hidráulica, eléctrica y neumática. Entre los avances desarrollados estuvieron el tractor oruga y el montacargas, los cuales mejoraron las condiciones de trabajo y permitieron hacer obras en lugares de mayor dificultad. Asimismo la retroexcavadora y otras máquinas que funcionan con diésel, permitieron finalmente abrir paso más rápido al trabajo directo con el suelo que seguía siendo una dificultad antes de la segunda mitad del siglo XIX.

Poco a poco la maquinaria de construcción, así como la multiusos que se aprovecha en dichas obras, ha mejorado su eficacia y se espera que la entrada de mayor automatización, así como los

avances en energías renovables, eventualmente impacten también en estas máquinas y traigan nuevos cambios y mejoras.”¹

1. Antecedentes del Alquiler.

Los antecedentes más antiguos del alquiler los encontramos en el derecho romano, en las figuras contractuales se practicó en sus inicios solamente en esclavos y animales.

No fue hasta el siglo II A.C. cuando apareció la renta de tierras. Posteriormente, ya en época del imperio, en Roma fueron construidas grandes edificaciones con fines habitacionales, de esta manera comenzó el alquiler de viviendas.

El arrendamiento en el derecho romano, se aplica al acto jurídico por el cual una persona cede a otra el uso o goce de un bien mueble o inmueble. Consiste esencialmente en la concesión temporal del uso o goce de un bien mediante el pago de una renta o precio determinado.

2. La actividad constructora del ser humano.

El ser humano se inicia en el momento preciso en que tiene necesidad de acondicionar un lugar para protegerse de las inclemencias del medio ambiente que lo rodea, casi se puede afirmar que aun antes de que cambiara su condición de nómada a sedentario, ya se preocupaba por tener un lugar para pasar la noche en su camino sin rumbo fijo. Para llevar a cabo ciertas tareas que le permitieran desarrollarse, necesariamente tuvo que valerse de sus manos al no poseer herramientas adecuadas para hacerlas, siendo esto suficiente, ya que estas actividades no eran complejas además de ser provisionales.

¹ Breve Historia de la Maquinaria de Construcción, Bardahl Industrias, <https://www.bardahlindustria.com/breve-historia-de-la-maquinaria-de-construccion/>

3. La necesidad de usar herramientas.

Una vez que inicia el proceso de sedentarización se ve en la necesidad de construir lo propio es decir albergues permanentes, para lo cual fue seleccionando los materiales más adecuados al lugar en donde se encontraba y desarrollando nuevas técnicas constructivas, valiéndose en esta etapa, ya no de las manos sino de herramientas que fue perfeccionando en la medida que los materiales utilizados se los fueron requiriendo.

4. El uso del equipo como respuesta a la solución de un problema.

Al paso del tiempo, aquellos grupos originales se fueron transformando, llegando a formar sociedades organizadas y como consecuencia de esto se dieron los primeros asentamientos humanos con necesidades propias de infraestructura para comunicarse entre distintos grupos de poblaciones, originándose así la necesidad de construir edificios, caminos, acueductos, puentes, estructuras propias y lugares donde vivir, para lo cual fueron confeccionando rudimentario equipo, siendo este el antecedente del que actualmente utilizamos para la construcción de la infraestructura requerida”.²

5. Necesidad de alquiler de equipo para la construcción en la actualidad.

Hoy en día surge la necesidad de alquiler de maquinaria y equipo diseñado para realizar actividades que al utilizar herramientas pequeñas no sería posible ejecutar ya que el tiempo en poder terminar “x” proyecto llevaría meses mientras que con la ayuda de maquinaria pesada sería mucho más fácil poder terminar la obra en solo días.

² Instituto tecnológico de la construcción, autor: Pascual Sergio López de León, 27 de noviembre de 1984, <https://docplayer.es/8770471-La-descapitalizaci-n-de-las-empresas-constructoras-como-consecuencia-de-la-perdida-del-valor-del-eouipo-a-traves-del-tiempo.html>.

6. Beneficios económicos de alquiler de equipo.

La importancia del alquiler radica en que genera beneficios económicos dado que si el equipo, terreno u otros bienes, se requieren por un periodo de tiempo determinado, el necesario para poder desarrollar la obra, se elabora un contrato el cual establece las cláusulas que determinan los derechos y deberes del arrendador y arrendatario, que respalde el uso de estos sin tener que comprarlos, lo que significa que quien alquila no pierde utilidades al tenerlo embodegado por comprarlo o en su defecto lo tendría que vender a un precio mucho más bajo al que lo adquirió.

7. Urgencia del desarrollo de la industria de alquiler de equipo.

La demanda de maquinaria en la actualidad ha venido creciendo en forma gradual e importante en los últimos años, este fenómeno ha obedecido a la respuesta técnica dada por las empresas constructoras al enfrentarse a obras de gran magnitud en tamaño, volumen y en requisitos técnicos, que son exigidos para un buen resultado.

B. GENERALIDADES DE LA EMPRESA TEQUISAL, S.A. DE C.V.

1. Antecedentes.

TEQUISAL, S.A. DE C.V., inició en el año 1996 siendo una empresa informal, antes de legalizar la empresa, ellos viajaron a Estados Unidos lo cual les permitió adquirir conocimientos, recursos económicos y experiencia en el rubro de alquiler de maquinaria y equipo para la construcción, trabajaron informalmente durante nueve años acumulando utilidades es así como lograron comprar maquinaria pequeña y usada; además hicieron buenas relaciones con proveedores e inversionistas, entre las prioridades de ellos se consideraba saldar las deudas antes de cumplir cualquier otro compromiso y eso los llevo a ganar confianza ante quienes prestaban

sus servicios. Luego decidieron que era hora de trabajar de manera legal tener más credibilidad ante sus clientes y por la exigencia de los bancos.

El 22 de Enero del año 2005, fue constituida de manera legal la Empresa Terracería y Equipos Salvadoreños S.A. de C.V., que puede abreviarse TEQUISAL S.A. de C.V., ofreciendo servicios de alquiler de maquinaria y equipo, como retroexcavadoras, motoniveladoras, tractores además de contar con equipo pequeño para la construcción, siendo una de las empresas más reconocidas a nivel nacional. Su fuerte es el alquiler de maquinaria y equipo, cuyos estados financieros lo reflejan en sus activos con un 80%, el resto es de un 10% por prestación de servicios de terracería al gobierno y empresa privada y otro 10% en reparación, compra y venta de maquinaria y repuestos, de acuerdo a lo expresado por el Gerente Operativo de TEQUISAL, S.A. DE C.V.,

2. Localización.

La empresa TEQUISAL, S.A. de C.V., está ubicada en 27 Calle Poniente número 1119, colonia. Layco San Salvador.

3. Misión, Visión y Valores.

Actualmente la empresa no cuenta con una misión, visión y valores definidos ya que no lo consideraron prioritario, pero en su momento la hicieron solamente para cubrir requisitos por trámites bancarios, por lo cual solicitaron al equipo una propuesta que se adecúe al giro al que pertenece la empresa.

4. Estructura Organizativa.

La empresa funciona de acuerdo al organigrama que se encuentra en el Anexo Uno el cual fue proporcionado por la Gerencia y se encuentra vigente a la fecha. Como estudiantes de la carrera de administración de empresas, se detectaron algunos errores en el diseño del organigrama, por lo que se reelaboro tomando los requisitos y criterios de elaboración.

5. Número de colaboradores que posee TEQUISAL, S.A. de C.V.

El número de colaboradores que laboran dentro de las instalaciones de la empresa TEQUISAL, S.A. de C.V., son de 38 colaboradores fijos y 14 colaboradores eventuales contratados por proyectos.

6. Seguridad Industrial y Gestión Ambiental.

La empresa cuenta con un Comité de Seguridad Industrial el cual se rige por un conjunto de normas y actividades encaminadas a prevenir y limitar los posibles riesgos que puedan surgir durante el desarrollo de un proyecto. Implica también la puesta en práctica de dispositivos y protocolos de manejo para situaciones de emergencia como, por ejemplo, en casos de protección contra incendios, mal funcionamiento de una determinada maquina o desastres naturales, los trabajadores se apegan a las medidas de seguridad y actuación previamente determinadas. Así mismo con el fin de darles garantía de seguridad y protección a sus trabajadores TEQUISAL, S.A. de C.V. cumple con las normas y condiciones de ley que rigen la industria, como son el uso de cascos industriales, botas, guantes entre otras herramientas que se adecuan al trabajo que se realiza. Todas estas herramientas son proporcionadas por la empresa.

7. Políticas Institucionales.

- a. Promover la capacitación y competencia del personal, poniendo a disposición los recursos necesarios para la implementación de programas de capacitación, orientados a reforzar el compromiso y desarrollar las competencias de los integrantes de la organización.
- b. Orientar la actividad empresarial hacia el aseguramiento continuo de la satisfacción del cliente; buscando entregar un servicio de calidad en el tiempo requerido.
- c. Verificar continuamente las condiciones de seguridad en todas las áreas y lugares donde se realiza un determinado proyecto.
- d. Motivar al personal a participar en los procesos de seguridad.

8. Manuales Administrativos.

Además de las políticas antes mencionadas TEQUISAL, S.A. de C.V., cuenta con diferentes manuales que les permite desarrollar sus actividades de manera eficiente así mismo transmitir dicha información a sus colaboradores, como los siguientes:

Manual de Bienvenida a través del cual se le presenta al trabajador toda la información relevante de la empresa con el fin de darle respuesta a todas las inquietudes laborales del nuevo trabajador, facilitándole la integración como uno más del equipo.

Manual de Procedimientos que consiste en un documento que contiene la descripción de actividades que deben seguirse en la realización de las funciones de la Unidad Administrativa, así como también permite conocer el funcionamiento interno en lo que respecta a Descripción de Tareas.

Manual de Descripción de Puestos el cual tiene como fin proporcionar información de todas las funciones específicas, requisitos, responsabilidades comprendidas y las condiciones que el puesto exige para poder desempeñarlo adecuadamente.

9. Forma de operar de las oficinas TEQUISAL, S.A. DE C.V.

a. Venta y Renta

En TEQUISAL S.A. de C.V., se dedican al alquiler de maquinaria y equipo para la construcción. Además, cuentan con la venta de repuestos para maquinaria de construcción. Son importadores de partes de recambio para maquinaria de construcción en marcas reconocidas como Kubota, Lombardini, Wacker, New Holland, Bobcat, Honda, John Deere, Ingersoll Rand, Miller, entre otras. Ofrecen tanto repuestos nuevos como usados.

b. Oficinas y Taller de TEQUISAL, S.A. de C.V.

Las oficinas de la empresa se encuentran dentro de un plantel donde mantienen la maquinaria, la prioridad de la empresa es garantizarle una experiencia satisfactoria al momento de realizar sus proyectos, TEQUISAL S.A. de C.V., cuenta con un taller y un equipo de mecánicos altamente capacitados en todo lo relacionado con maquinaria de construcción, el cual está poniendo a disposición de sus necesidades en todo lo relacionado con mantenimiento y reparación de equipos para la construcción en general, con el propósito de resolver a la menor brevedad de tiempo.

c. Empresas a quienes alquila maquinaria y equipo TEQUISAL, S.A. DE C.V.

La maquinaria y equipo de construcción se alquila a todas partes del país, empresa privada y al gobierno, brindando un excelente servicio por el cual optan sus clientes fieles, además de ofrecer créditos que les permite la facilidad de contratarlos y darles un plazo de tiempo para que el cliente pueda pagar el servicio.

d. Condiciones de la maquinaria y equipo que alquila.

TEQUISAL, S.A. de C.V., a lo largo de su trayectoria ha trabajado con una serie de condiciones, las cuales han beneficiado en el posicionamiento en cuanto a las relaciones con sus clientes, las cuales son: (anexo 2).

- Los precios no incluyen IVA.
- Los precios no incluyen transporte de los equipos.
- Los pagos se realizan por anticipado.
- Los precios incluyen chequeo periódico en el campo de trabajo.
- El alquiler por día comprende 7 horas máquina de trabajo.
- Los precios no incluyen combustibles.
- El alquiler por mes se refiere a tiempo calendario o 176 horas. En el caso de minicargadores y otros equipos con hodómetro.
- El alquiler por semana y quincena se refiere a tiempo calendario. En el caso de minicargadores y rodos con hodómetro, la semana comprende de 44 horas máquina y la quincena 88 horas máquina.
- El alquiler de equipos por hora comprende de 4 horas mínimas diarias”.³

³Empresa Tequisal, S.A. de C.V., <https://www.tequisal.com/venta-y-renta-de-equipos>

e. Depreciación de Maquinaria.

La maquinaria grande se deprecia de acuerdo a la ley, si esta falla o los repuestos tienen un costo más alto estas se reemplazan manteniendo un control de los costos en que estas incurren además con el uso del odómetro se determina la vida útil de la maquinaria.

f. Proveedores de Maquinaria.

La maquinaria que alquila se compra nueva y usada, las nuevas se compran en plaza y las usadas en el extranjero en los países de España, Estados Unidos, China, Canadá, alguna haciendo uso de subastas por lo cual deben dejar un depósito de diez mil 00/100 dólares (\$10,000), en físico para poder comprar lo cual es una ventaja competitiva que tienen ante la competencia.

g. Características de la Maquinaria para Construcción.

Toda la maquinaria de construcción sirve para realizar diversas actividades tales como excavaciones, levantamiento de peso, compactación de pisos, todas estas son máquinas que están elaboradas para afrontar las duras condiciones a las que son sometidas mientras son utilizadas, como por ejemplo la retroexcavadora, excavadora, tractor, motoniveladora, por lo general todas están provistas de sistemas de tracción en todas sus ruedas o sistemas de movimiento para poder maniobrar en los terrenos agrestes en los que desarrollan sus tareas. Mientras que algunas poseen neumáticos similares a los automóviles aunque de bandas de rodadura mucho más anchas, otras poseen orugas similares a las de los carros de combate, y en otras máquinas las cubiertas de caucho están recubiertas de mallas metálicas para proteger la goma contra el daño que de otra forma le producirían las piedras filosas que se excavan”.⁴

⁴ Información proporcionada por el gerente de operaciones de la empresa TEQUISAL, S.A. de C.V. entrevista realizada 23/10/2019

h. Máquinas según su uso.

Acarreo de materiales: es un amplio grupo de camiones reforzados para tareas pesadas, con capacidad de acarrear varias toneladas de materiales. Algunos de ellos tales como el camión volquete están concebidos para el acarreo y descarga rápida de materiales sueltos tales como arenas, o pedregullo. Otros poseen estructuras especiales para poder transportar contenedores de transporte marino, mientras que otros están diseñados para transportar pallets con diversos elementos requeridos en una obra. Otros camiones denominados hormigoneras permiten el transporte de hormigón preparado, mientras que otros poseen tanques de agua para su acarreo.

Demolición: Existen máquinas específicas concebidas para tareas de demolición, tales como la bola de demolición, hidrosferas, martillo mecánico, u hoja de corte.

C. MARCO LEGAL.

1. Constitución de la República de El Salvador

Art. 3. Todas las personas son iguales ante la ley. Para el goce de los derechos civiles no podrán establecerse restricciones que se basen en diferencias de nacionalidad, raza, sexo o religión. No se reconocen empleos ni privilegios hereditarios.

Art. 38. El trabajo estará regulado por un Código que tendrá por objeto principal armonizar las relaciones entre patronos y trabajadores, estableciendo sus derechos y obligaciones. Estará fundamentado en principios generales que tiendan al mejoramiento de las condiciones de vida de los trabajadores.

Art. 43. Los patronos están obligados a pagar indemnización, y a prestar servicios médicos, farmacéuticos y demás que establezcan las leyes, al trabajador que sufra accidente de trabajo o cualquier enfermedad profesional”.⁵

2. Código de Trabajo.

Art. 1. El presente código tiene por objeto principal armonizar las relaciones entre patronos y trabajadores, estableciendo sus derechos, obligaciones y se funda en principios a que tiendan al mejoramiento de las condiciones de vida de los trabajadores, especialmente en los establecidos en la sección segunda capítulo ii, del título ii de la constitución.

Art. 2.- Las disposiciones de este Código regulan:

- a) Las relaciones de trabajo entre los patronos y trabajadores privados; y
- b) Las relaciones de trabajo entre el Estado, los Municipios, las Instituciones Oficiales Autónomas y Semiautónomas y sus trabajadores

Art. 7. Todo patrono está obligado a integrar el personal de su empresa con un noventa por ciento de salvadoreños, por lo menos. Cuando por el número del personal el tanto por ciento dé por resultado un número mixto, la fracción se tomará como unidad.

Art. 17. Contrato individual de trabajo, cualquiera que sea su denominación, es aquél por virtud del cual una o varias personas se obligan a ejecutar una obra, o a prestar un servicio, a uno o varios patronos, institución, entidad o comunidad de cualquier clase, bajo la dependencia de éstos y mediante un salario.

⁵ Constitución de la República de El Salvador. Decreto Constituyente N° 38. 15/12/1983. Diario Oficial N° 234, del 02 de octubre del 2003, tomo 361, del 15 de octubre del 2003.

Quién presta el servicio o ejecuta la obra se denomina trabajador; quien lo recibe y remunera, patrono o empleador.

Art. 19. El contrato de trabajo se probará con el documento respectivo y, en caso de no existir el documento, con cualquier clase de prueba.

Art. 314. Todo patrono debe adoptar y poner en práctica medidas adecuadas de seguridad e higiene en los lugares de trabajo, para proteger la vida, la salud y la integridad corporal de sus trabajadores, especialmente en lo relativo a:

1º) Las operaciones y procesos de trabajo;

2º) El suministro, uso y mantenimiento de los equipos de protección personal;

3º) Las edificaciones, instalaciones y condiciones ambientales; y

4º) la colocación y mantenimiento de resguardos y protecciones que aíslen o prevengan de los peligros provenientes de las máquinas y de todo género de instalaciones”.⁶

3. Ley de Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios.

Art. 1. Por la presente ley se establece un impuesto que se aplicará a la transferencia, importación, internación, exportación y al consumo de los bienes muebles corporales; prestación, importación, internación, exportación y el autoconsumo de servicios, de acuerdo con las normas que se establecen en la misma”.⁷

⁶ Código de Trabajo. Decreto n° 15. San Salvador, a los treinta días del mes de junio de mil novecientos setenta y dos. n° del Diario Oficial 142. Tomo n° 236, 31 de julio de 1972.

⁷ Ley de Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios. Decreto N° 296, 24/07/1992. Diario oficial N° 143. Tomo N° 316, 31/07/1992

4. Ley de Protección al Consumidor

Protección de los intereses económicos y sociales Disposición general Art. 11.-

Los intereses económicos y sociales de los consumidores serán protegidos en los términos establecidos en esta ley, aplicándose supletoriamente lo previsto por las normas civiles, mercantiles, las que regulan el comercio exterior y el régimen de autorización de cada producto o servicio.

Prestación de Servicios Art. 24.-

Todos los profesionales o instituciones que ofrezcan o presten servicios, están obligados a cumplir estrictamente con lo ofrecido a sus clientes. Defensoría del Consumidor 37 Ley de Protección al Consumidor Las ofertas de servicios deberán establecerse en forma clara, de tal manera que, según la naturaleza de la prestación, los mismos no den lugar a dudas en cuanto a su calidad, cantidad, precio, tasa o tarifa y tiempo de cumplimiento, según corresponda.

Obligación General de Información Art. 27.-

En general, las características de los bienes y servicios puestos a disposición de los consumidores, deberán proporcionarse con información en castellano, de forma clara, veraz, completa y oportuna, según corresponda, especialmente en los siguientes aspectos: a) El origen, composición y finalidad; b) La calidad, cantidad, peso o medida, en su caso, de acuerdo a las normas internacionales, expresadas de conformidad al sistema de medición legal o con indicación de su equivalencia al mismo; c) El precio, tasa o tarifa y en su caso, el importe de los incrementos o descuentos, los impuestos que correspondan y los costos adicionales por servicios, accesorios, financiamiento, prórroga del plazo u otras circunstancias semejantes; d) Fecha de

caducidad de los bienes perecederos; y, e) Las instrucciones o indicaciones para su correcto uso o consumo, advertencias y riesgos previsibles.

Garantía Legal sobre Bienes Art. 33.-

Las garantías ofrecidas por los proveedores sobre bienes y servicios, deberán expresarse claramente en el documento contractual o en documento anexo, que contendrá: las condiciones, formas y plazos de la garantía de uso o funcionamiento con que se adquiere el bien, las responsabilidades del consumidor, la forma en que puede hacerse efectiva y la individualización de las personas naturales o jurídicas que la extienden y que las cumplirán”.⁸

5. Ley de Impuestos sobre la Renta.

Art. 2. Se entiende por renta obtenida, todos los productos o utilidades percibidas o devengados por los sujetos pasivos, ya sea en efectivo o en especie y provenientes de cualquier clase de fuente, tales como:

- a) Del trabajo, ya sean salarios, sueldos, honorarios, comisiones y toda clase de remuneraciones o compensaciones por servicios personales;
- b) De la actividad empresarial, ya sea comercial, agrícola, industrial, de servicio y de cualquier otra naturaleza;
- c) Del capital tales como, alquileres, intereses, dividendos o participaciones; y
- d) Toda clase de productos, ganancias, beneficios o utilidades, cualquiera que sea su origen”.⁹

⁸ Ley de Protección al Consumidor, Diario Oficial No. 407, Fecha 10 de junio de 2015.

⁹ Ley de Impuestos Sobre la Renta. Decreto No 134, 18/12/1991. Publicado en el Diario Oficial No. 242. Tomo No 313, 21 de diciembre de 1991.

6. Ley del Seguro Social y reglamentos del régimen general de salud y riesgos profesionales

Art. 2- El Seguro Social cubrirá en forma gradual los riesgos a que están expuestos los trabajadores por causa de:

- a) Enfermedad, accidente común
- b) Accidente de Trabajo
- c) Enfermedad profesional,
- d) Maternidad
- e) Invalidez
- f) Vejez
- g) Muerte
- h) Cesantía involuntaria. Asimismo tendrá derecho a prestaciones por las causales.

Art. 48. En caso de enfermedad, las personas cubiertas por el Seguro Social tendrán derecho, dentro de las limitaciones que fijen los reglamentos respectivos, a recibir servicios médicos, quirúrgicos, farmacéuticos, odontológicos, hospitalarios y de laboratorio, y los aparatos de prótesis y ortopedia que se juzguen necesarios. El Instituto prestará los beneficios a que se refiere el inciso anterior, ya directamente, ya por medio de las personas o entidades con las que se contrate el efecto. Cuando una enfermedad produzca una incapacidad temporal para el trabajo, los asegurados tendrán, además derecho a un subsidio en dinero. En los reglamentos se determinará el momento en que empezarán a pagarse, la duración y el monto de los subsidios, debiendo fijarse este último de acuerdo con tablas que guarden relación con los salarios devengados, o ingresos percibidos”.¹⁰

¹⁰ Ley del Seguro Social. Decreto N° 927, del 20/1/96. Diario Oficial No. 243. Tomo 333, del 23/12/96.

7. Ley del Sistema de Ahorro para Pensiones.

Art. 1.- Créase el Sistema de Ahorro para Pensiones para los trabajadores del sector privado, público y municipal, que en adelante se denominará el Sistema, el cual estará sujeto a la regulación, coordinación y control del Estado, de conformidad a las disposiciones de esta Ley. El Sistema comprende el conjunto de instituciones, normas y procedimientos, mediante los cuales se administrarán los recursos destinados a pagar las prestaciones que deban reconocerse a sus afiliados para cubrir los riesgos de Invalidez Común, Vejez y Muerte de acuerdo con esta Ley.

Art. 6.- Para los efectos de esta Ley, se entenderá por empleador tanto al patrono del sector privado como de las instituciones del Gobierno Central, Instituciones Descentralizadas no empresariales, municipalidades e instituciones del sector público con regímenes presupuestarios especiales. Se considerarán trabajadores dependientes, los que tengan una relación de subordinación laboral tanto en el sector privado como en el sector público y municipal. Cada vez que en esta Ley se haga referencia a los trabajadores independientes, se comprenderá a los salvadoreños domiciliados que no se encuentren en relación de subordinación laboral y a todos los salvadoreños no residentes”.¹¹

8. Código Tributario.

Artículo 139.- Para efectos de este Código se entiende por contabilidad formal la que, ajustándose consistentemente a uno de los métodos generalmente aceptados por la técnica contable apropiada para el negocio de que se trate, es llevada en libros autorizados en legal

¹¹ Ley del sistema de Ahorro para pensiones. Decreto Legislativo N 927 de 20 de diciembre de 1996 Diario Oficial 243: 333 Diario Oficial 23 de diciembre de 1996.

forma.- Están obligados a llevar contabilidad formal los sujetos pasivos que de conformidad a lo establecido en el Código de Comercio o en las leyes especiales están obligados a ello”.¹²

9. Ley del Lavado de Dinero y de Activos de El Salvador.

Art. 1.- la presente ley tiene como objetivo prevenir, detectar, sancionar y erradicar el delito de lavado de dinero y de activos, así como su encubrimiento. Sujetos de aplicación de la ley y sujetos obligados.

Art. 2.- la presente ley será aplicable a cualquier persona natural o jurídica aun cuando esta última no se encuentre constituida legalmente; quienes deberán presentar la información que les requiera la autoridad competente, que permita demostrar el origen lícito de cualquier transacción que realicen”.¹³

10. Ley de Arrendamiento Financiero.

Aplicación

Art. 1.- La presente Ley se aplicará a los contratos de arrendamiento financiero y a los sujetos que los celebren.

En el texto de esta Ley, el arrendador financiero se denominará "el arrendador" y el arrendatario financiero se denominará "el arrendatario".

No se sujetarán a la presente Ley las operaciones de arrendamiento civil.

Contrato de arrendamiento y sus partes

¹² Código Tributario. Decreto Legislativo N230 del 14 de diciembre del año 2000. Diario Oficial N 241 Tomo: 349 Publicación en el Diario Oficial 22 de diciembre del año 2000.

¹³ Ley del Lavado de Dinero y de Activos. Diario oficial No.240 Tomo: 341. publicado el 02 de diciembre de 1998.

Características

Art. 2.- se entiende por arrendamiento financiero, el contrato mediante el cual el arrendador concede el uso y goce de determinados bienes, muebles e inmuebles, por un plazo de cumplimiento forzoso al arrendatario, obligándose este último a pagar un canon de arrendamiento y otros costos establecidos por el arrendador. Al final del plazo estipulado el arrendatario tendrá la opción de comprar el bien a un precio predefinido, devolverlo o prorrogar el plazo del contrato por períodos ulteriores. Para efectos de la presente Ley, el objeto del arrendamiento financiero se denominarán "bien" o "bienes".

De las partes

Art. 3.- En el contrato de arrendamiento financiero se constituyen las siguientes partes:

Proveedor: La persona natural o jurídica, salvadoreña o extranjera que transfiere al arrendador la propiedad del bien objeto del contrato. El proveedor puede ser una persona que se dedica habitual o profesionalmente a la venta de bienes, o una persona que ocasionalmente enajena un bien o el mismo arrendador.

Arrendador: La persona natural o jurídica que entrega bienes en arrendamiento financiero a uno o más arrendatarios.

Arrendatario: La persona natural o jurídica, nacional o extranjera que al celebrar contrato de arrendamiento financiero, obtiene derecho al uso, goce y explotación económica del bien, en los términos y condiciones contractuales respectivas.

Formalización del contrato

Art. 7.- El contrato de arrendamiento financiero deberá constar por escrito, ya sea en escritura pública o en documento privado autenticado. Para que dicho contrato sea oponible ante terceros, deberá inscribirse en el Registro de Comercio, siendo los costos y derechos que cause dicho registro, por cuenta del Arrendatario, salvo pacto expreso en contrario. La tasa o derecho de inscripción será de veintitrés centavos de dólar por millar hasta un límite máximo de dos mil trescientos dólares.

Prohibiciones

Art. 8.- Los Arrendatarios no podrán transferir ni transmitir los bienes amparados al contrato de arrendamiento financiero, ni perfeccionar garantías reales sobre ellos por obligaciones contraídas, ni incluirlos dentro de la masa de bienes en eventos de insolvencia, quiebra, disolución, liquidación o proceso de reorganización de obligaciones. El Arrendador podrá obtener la indemnización de los perjuicios que le causen dichos actos o acciones de terceros, sin perjuicio de las sanciones penales a que haya lugar.

Rentas y plazos contractuales

Art. 9.- El plazo contractual es un derecho del Arrendador, el cual no podrá ser modificado Sin que medie su aceptación y la compensación plena de los perjuicios que le cause dicha modificación. Para todos los efectos legales, se presume que el Arrendador sufre, por causa de la modificación del plazo contractual, perjuicios por valor de las sumas de dinero que hubiere recibido de haberse mantenido en vigencia el contrato, los cuales podrán estimarse contractualmente¹⁴.

¹⁴ Ley de arrendamiento financiero. San Salvador, a los veintisiete días del mes de junio del año dos mil dos. Decreto No 884

D. CARACTERÍSTICAS DE UN SERVICIO INNOVADOR.

Un gran potencial de la garantía del servicio es su capacidad de cambiar las reglas del juego de un sector cambiando el proceso de prestación del servicio respecto a la forma en que lo conciben los competidores.- Una compañía debe considerar cuatro características especiales del servicio cuando diseña sus programas de mercadotecnia estas son:

a. La intangibilidad del servicio significa.

Que los servicios no se pueden ver, saborear, sentir, oír ni oler antes de comprarlos. Las personas para comprar buscan señales de la calidad del servicio. Llegan a conclusiones acerca de la calidad basándose en el lugar, las personas, el precio, el equipo y las comunicaciones que ven.

b. La inseparabilidad del servicio significa.

Que los servicios no se pueden separar de sus proveedores, no importa si esos proveedores son personas o máquinas. Si un colaborador proporciona el servicio, entonces el colaborador es parte del servicio. Debido a que el cliente también está presente cuando se produce el servicio, la interacción proveedor-cliente es una característica especial de la mercadotecnia de servicio.

c. La variabilidad del servicio.

Significa que la calidad de los servicios depende de quiénes los proporcionan, así como de cuándo, en dónde y cómo se proporcionan.

d. Naturaleza perecedera.

Una característica que distingue a los servicios es que su capacidad no se puede reservar o inventariar. Los servicios que no se venden cuando están disponibles dejan de existir.

E. GARANTÍA INCONDICIONAL PARA LOS SERVICIOS.

Toda empresa para posicionarse debe tener una estrategia que la haga diferente de otra que preste igual servicio, una manera sería ofrecer una garantía en caso que el servicio no se ofrezca de acuerdo a lo acordado.



Ilustración 4 el
Poder de la
Garantía Autor
Christopher Hart

Muchos ejecutivos consideran que los servicios no se pueden garantizar, dado que los realizan seres humanos y que estos pueden comportarse de manera imprevisible contrario a una máquina que se espera que actúe según lo establecido. Además que el servicio se produce en el mismo momento que se consume.

Por lo anterior se debe conocer en que consiste, cuales son los beneficios que proporciona a los clientes y a la empresa de cómo funciona la garantía del servicio, por lo tanto es importante hacer una breve introducción al tema de la garantía en los servicios.

1. Importancia de la garantía en el servicio.

La garantía es un sinónimo de respaldo, es la protección que se le brinda a quien adquiere un servicio o realiza una acción la cual necesita de supervisión directa para que el cliente se sienta a gusto y seguro de comprar.

La garantía efectiva de los servicios es un apoyo al departamento de marketing, hace que sus clientes se sientan satisfechos y mejora las ventas y beneficios, esto significa lo importante que es la satisfacción del cliente, mediante la garantía.

2. Obstáculos para garantizar los servicios.

Entre los principales obstáculos por los cuales los ejecutivos no están de acuerdo para ofrecer una garantía de servicio son:

- a. Los servicios se consumen a medida que se van prestando y no pueden tener una inspección antes que se brinden, por lo que argumenta que no se puede garantizar algo que aún no se ha consumido
- b. La calidad del servicio normalmente se basa en un sentimiento que no se puede medir o garantizar, por lo que el argumento es que cada cliente es diferente en sus gustos y preferencias.
- c. Las fuerzas externas que escapan del control del prestador de servicio pueden hacer estragos en el proceso de prestación.

3. Beneficios de una Estrategia de Garantía de Servicio.

Una garantía es una herramienta poderosa tanto para comercializar la calidad en el servicio, como para lograrla por las siguientes razones.

- a. Una garantía le obliga a centrarse en sus clientes. Saber lo que quieren los clientes es una condición a la hora de ofrecer una garantía de un servicio. Una empresa tiene que identificar las expectativas de sus clientes potenciales respecto a los elementos del servicio y la importancia que atribuyen a cada uno. Si carece de este conocimiento de las necesidades del cliente puede garantizar las cosas que no debe.
- b. Una garantía establece estándares claros. Lo que ayuda a mejorar la moral y la actuación de los colaboradores ante la prestación del servicio, de manera que los

colaboradores saben lo que el cliente espera de ellos lo que hace que el cliente valore el servicio prestado.

- c. Se generan datos fiables mediante los reembolsos de cuándo se produce una actuación deficiente ya que queda registro de una mala actuación por lo que los colaboradores procuran ofrecer el resarcimiento al cliente cuando regresa de nuevo.
- d. Obliga a la organización a examinar todo su sistema de prestación del servicio en busca de posibles puntos débiles para mejorar su posicionamiento.
- e. Sin una garantía, los clientes no se quejarán, pero: ¿volverán? no tener un sistema eficaz que genere datos sobre el cliente y actuar de acuerdo con ellos, dar solución es difícil ya que el servicio posee elementos que son intangibles. Sin el equivalente de una garantía del producto, los consumidores no conocen sus derechos.

Con demasiada frecuencia, no hay nadie a quien quejarse; al menos no hay nadie que parezca capaz de resolver el problema. Y en no pocos casos, quejarse directamente a la persona que está realizando un servicio deficiente sólo empeorará las cosas. Una garantía ataca este mal, al dar a los clientes un incentivo y un vehículo para hacer llegar sus quejas a la dirección

- f. Una garantía le obliga a entender por qué fracasa. Al definir una garantía, los directores deben hacerse preguntas como: ¿En qué puntos puede fallar el sistema? Si se pueden identificar puntos de éstos, ¿se pueden localizar sus orígenes y corregirlos? Para implementar un sistema de prestación del servicio una empresa

debe tomar en cuenta el tiempo, capacidad operativa y los factores que limitan dicha capacidad, además pueda que algunos directivos, no quieran gastar más dinero para desarrollar la clase de ventaja competitiva que proviene de una buena garantía del servicio.

- g.** Una garantía refuerza la función de marketing. Puede que la razón más clara para ofrecer una garantía interesante del servicio sea su capacidad de reforzar la función de marketing: anima a los clientes a comprar un servicio reduciendo el riesgo de la decisión de adquisición, y genera más ventas a los clientes actuales, al reforzar su lealtad”.¹⁵

La parte medular de la garantía en el servicio es crear las condiciones para que los clientes que reciban una garantía, se posicione en la mente del cliente y seguir consumiendo el servicio.

También es importante mantener a los clientes actuales y conseguir que éstos hagan comentarios positivos, evitar que las ventas que pudieran haberse hecho a los clientes perdidos o insatisfechos sean enormes.

Se debe invertir tiempo y dinero en mejorar el servicio para el cliente actual y que su recomendación atraiga nuevos clientes; la garantía funcionara si la empresa empieza por sentirse comprometida con el cliente.

¹⁵ Autor Christopher Hart El poder de la garantía incondicional de los servicios. 1989. Este artículo ha sido publicado anteriormente en Harvard Business <https://estrategiasmarketing.com/garantia-incondicional-en-servicios-te-atreves/>

4. Condiciones para una buena garantía de servicio.

Una buena garantía funciona si se cumplen las siguientes condiciones:

a. Incondicional

Se refiere a que la mejor garantía del servicio, debe prometer al cliente satisfacción sin condiciones, sin excepciones, es decir, los clientes no deberían necesitar la ayuda de un abogado para que les explique las condiciones de una garantía, simplemente, un cliente está satisfecho o no lo está.- Si una empresa no puede garantizar incondicionalmente todos los elementos de su servicio, al menos debería de garantizar incondicionalmente los elementos que pueda controlar de esta manera no perderá valor la garantía.

b. Fácil de entender y comunicar

Se refiere a que una garantía debe estar escrita en un lenguaje sencillo y conciso, que detalle la promesa de manera que los consumidores saben exactamente qué pueden esperar, y los colaboradores saben exactamente qué se espera de ellos. Crea expectativas claras, de manera que en el rubro de alquiler de maquinaria y equipo para la construcción se entienda el alquiler por unidad de tiempo, las horas de alquiler por día y si se incluye combustible, tiempo mínimo de alquiler y chequeo en el campo de trabajo.

c. Significativa

Se refiera a que una buena garantía de un servicio es significativa, si al momento de un incumplimiento vale la pena hacer un reclamo.- Se debe garantizar aquellos aspectos del servicio que sean importantes para los clientes como lo puede ser el refuerzo de camiones de volteo o descarga rápida de materiales o garantizar que el equipo sea entregado en el tiempo solicitado y acordado.

Así mismo una buena garantía es significativa en el plano económico; porque obliga a un pago sustancial cuando no se cumple la promesa por lo que la devolución de dinero debe ser suficientemente cuantiosa para que ofrezca un incentivo a los clientes para hacer valer la garantía si quedan insatisfechos.

d. Fácil de hacer valer

Esto se refiere a que si un cliente está insatisfecho, no debe acudir a hablar con personas diferentes, rellenar más de un formulario, ir a otro sitio diferente de donde está haciendo el reclamo, hacer llamadas telefónicas innecesarias, y mucho menos obligarlo a hacer una descripción completa de los acontecimientos. Debe procurar darle una solución eficaz a su problema.

e. Fácil de cobrar

El personal que atiende el servicio debe ser empático en el sentido que el cliente quiere las cosas rápidas, por lo que el procedimiento debe ser sencillo y rápido; en el acto, si es posible.- En resumen no debe prometer nada que sus clientes ya esperen; no sujete su garantía a tantas condiciones que pierda su sentido; y no ofrezca una garantía tan débil que nunca se haga valer o que sea de poco valor para sus clientes que provoque risas incluso para sus colaboradores.

F. GENERALIDADES DE LA MERCADOTECNIA.

Esta disciplina, también llamada mercadotecnia, se responsabiliza de estudiar el comportamiento de los mercados y de las necesidades de los consumidores. Analiza la gestión comercial de las compañías con la finalidad de atraer, captar, retener y fidelizar a los clientes finales a través de la satisfacción de sus deseos y resolución de sus problemas.

El término marketing viene desde la época de la primera guerra mundial. Décadas más tarde, en 1936, surge el Journal of Marketing, una especie de diario de los profesionales de mercadeo. La asociación American Marketing Association en 1960 definió por primera vez el marketing como “la realización de actividades empresariales que dirigen el flujo de bienes y servicios desde el productor al consumidor o usuario”. Y en este año también surge el concepto de las 4p de Mercadeo, de Jerome Mc Carthy.

1. Mercadeo en sus Inicios

Se necesitaron grandes inventos durante la revolución industrial, como la imprenta, para que la publicación masiva de información permitiera a las personas conocer acerca de temas que iban más allá de lo que oían de otras personas.

La producción en serie de artículos permitió que las personas accedieran a la información que, aunque al principio era un lujo, gracias a la diversificación de mercado se volvió más asequible.

La radio y la televisión como medios de difusión masiva llevaron al estudio de características demográficas del público, una acción de mercadeo usada actualmente.

La aparición del teléfono en la década de los 70 trajo lo que conocemos como telemercadeo, una práctica vigente hasta hoy, querida y odiada por muchos. Podríamos

nombrar otras maneras de hacer mercadeo hace décadas, pero fue Internet lo que marcó un antes y un después en la práctica de acciones de mercadeo.

2. El Mercadeo de hoy en día.

El marketing cambio y evoluciono gracias a la tecnología. Tenemos redes sociales, micro-medios, empoderamiento de los ciudadanos, segmentación hasta el infinito, identificación de nichos y múltiples formas novedosas de la mano de la tecnología, para posicionarnos en la mente de nuestros clientes y consumidores.

Estar en las redes sociales permite tener una relación con los clientes de manera distinta y dinámica. Así mismo, el marketing digital puede llegar a ser una poderosa herramienta cuando es usada correctamente.

Hoy, el marketing digital es absolutamente esencial para todos quienes quieren vender, promocionar o dar a conocer sus productos y servicios. Las agencias y las empresas han debido desarrollar nuevas estrategias para mejorar la relación con sus consumidores y potenciales clientes. Es por ello que conocer las claves y herramientas se vuelve de gran importancia.

3. Componentes de las Estrategias de Marketing.

Las 4 Ps del marketing son una fórmula sencilla para identificar y trabajar en los elementos esenciales de una estrategia de marketing.

- a. **Producto o servicio** es la raíz de toda estrategia de marketing, ya que es la clave para satisfacer los deseos del público objetivo. Aquello que una empresa puede ofrecer para ver cumplidas las expectativas de los clientes.

- b. **Punto de venta o distribución.** Los lugares estratégicos de comercialización pueden ir desde una tienda online hasta una cadena de distribución con stores físicas en varios lugares y países.
- c. **Precio.** Es el que se le pone al producto o servicio siendo una decisión muy importante dentro de la estrategia de marketing.
- d. **Promoción.** Son todas aquellas acciones de marketing y comunicación que se llevan a cabo para difundir las características y beneficios del producto o servicio. Así conseguimos aumentar las ventas.

G. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO.

El posicionamiento significa diferentes cosas para diferentes personas. Para algunos, la decisión de segmentación. Para otros, es una cuestión de imagen. Para otros todavía significa seleccionar las características del producto o servicio que serán enfatizadas. La comprensión de estos enfoques debe llevar un análisis más sofisticado en el cual se identifican y evalúan de manera más completa las alternativas de posicionamiento.

El posicionamiento es un concepto basado en la colocación por parte de las empresas de sus marcas por medio de mecanismos de mercadotecnia las compañías hacen que los clientes tengan una percepción particular de ellas.

A través del posicionamiento, una compañía persigue contar con una posición distinguida y positiva en cuanto a las opiniones que sus potenciales clientes puedan tener de ella. Este conocimiento ayuda a la creación de diferentes acciones en la vida de una empresa y a la toma de decisiones”.¹⁶

¹⁶ <https://economipedia.com/definiciones/posicionamiento.html>

El posicionamiento es un importante mecanismo en términos de medición de competencia, ya que las empresas buscan conocer lo que provocan en las personas frente a la reacción por parte de estas frente a sus habituales competidores, valorando esta percepción y sacando conclusiones de dicho análisis de cara a futuras estrategias de marketing.

Alternativamente, el posicionamiento permite a las empresas conocer si la imagen que desean proyectar al mundo es la que es recibida por parte de los consumidores de sus bienes y servicios, afectando esta comparación a la imagen de marca.

1. Elementos comunes en una estrategia de posicionamiento.

- a) Distinción y la originalidad a la vez que se evita la repetición y la copia.
- b) Dar una imagen fiel sobre la naturaleza de la firma y las virtudes únicas de sus productos.
- c) Medir desde el punto de vista económico, de cara a la búsqueda de rentabilidad.
- d) crear valor y no deteriorar la imagen de la empresa o su funcionamiento en el mercado.

2. Acciones a emprender para posicionar un servicio:

- a) Ofrecer una imagen atractiva y coherente de la personalidad de la empresa en todas las manifestaciones de la organización que lleguen al público.
 - b) Crear una personalidad perfectamente reconocible y humanizada de la empresa, a fin de contrarrestar la intangibilidad o diversidad de la gama de productos.
 - c) Considerar al personal de la empresa como el colectivo clave al que se deben dirigir todos los esfuerzos publicitarios, y tratar su motivación como uno de los objetivos principales.
-

- d) Propiciar un buen resultado con el empleo de técnicas de comunicación que se usan poco o nada en su sector.
- e) Resaltar cualquier especialización que se posea, ayudará a superar la imagen homogénea, que es la perdición de las empresas de servicios.

3. Tipos de posicionamiento.

- a. **Por atributo:** buscar una característica técnica que posea el producto o servicio como tamaño, antigüedad, precio, etc., para resaltarlo frente a sus competidores.
- b. **En base a sus beneficios:** es resaltar el beneficio que ofrece el producto que se intenta vender. Es la necesidad que el consumidor intenta cubrir, lo que ayudaran a la fidelización del consumidor sobre el producto.
- c. **En función de la competencia:** se puede resaltar el producto en base a la comparación con otras marcas líderes. Los consumidores tienden a comparar antes de comprar el producto deseado.
- d. **Con base a la calidad o precio:** es una estrategia de posicionamiento que se basa principalmente en la calidad del producto o en función de su precio
- e. **Basado en su uso:** se tiene en cuenta el uso del producto, es decir, como lo utiliza, cuando lo utiliza, donde lo utiliza y para qué lo utiliza. Es destacar la finalidad para la que se ha desarrollado el producto o servicio.
- f. **Basado en el consumidor:** es el posicionamiento realizado por los propios consumidores, donde cuentan su experiencia con el producto.

H. ESTRATEGIA EMPRESARIAL.

Actualmente, el entorno cambia muy rápido, las nuevas tecnologías cada vez influyen más en la gestión de las empresas, el talento es escaso y a la vez más necesario, la globalización cada vez es un fenómeno más importante.

Por ello, todas las instituciones necesitan tener claro cuál es la razón de ser de su existencia en el mercado y a dónde quiere llegar, cuándo, cómo y con qué recursos humanos y económicos. Además, el equipo de trabajo debe tenerlo igualmente claro por lo que la comunicación interna es definitiva. Corresponde su aplicación al líder, director o responsable del área en cuestión.

La Planificación Estratégica no es una enumeración de acciones y programas, detallados en costos y tiempos, sino que involucra la capacidad de determinar un objetivo, asociar recursos y acciones destinados a acercarse a él y examinar los resultados y las consecuencias de esas decisiones, teniendo como referencia el logro de metas predefinidas. Así, pues, debiera tener al menos cinco atributos para ser una estrategia.

- a. Que se pueda medir.
- b. Que se pueda controlar.
- c. Que consuma recursos.
- d. Que tenga un objetivo claro.
- e. Que se le pueda asignar un responsable.

CAPÍTULO II: SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA TEQUISAL, S.A. DE C.V.

A. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

A continuación, se presenta el proceso de la investigación que se desarrolló en TEQUISAL, S.A. DE C.V., teniendo como propósito la obtención de información relevante por parte de los clientes y del personal que labora en el establecimiento.

1. Objetivos.

a. General.

- Determinar la Situación Actual de la empresa TEQUISAL, S.A de S.V., en la ciudad de San Salvador en cuanto a su nivel de posicionamiento en el mercado.

b. Específicos.

- Conocer mediante la información obtenida el nivel de involucramiento de los colaboradores para cumplir con la garantía de servicio.
- Conocer la opinión de los Gerentes hacia una política de garantía de servicio.

B. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.

Para realizar la investigación se utilizaron métodos y técnicas que sirvieron de orientación para poder llevar un adecuado manejo de la información y su respectivo análisis, los cuales se mencionan a continuación:

1. Métodos de Investigación Científico.

El tipo de investigación que se utilizó es el método hipotético deductivo debido a que permite desarrollar las características de la problemática en estudio, y de esto se derivaron las hipótesis, ya que se establecieron preguntas iniciales donde se valoraron variables, se analizó y se obtuvo una conclusión.

Para obtener resultados claros se aplicó el método analítico-sintético que permitió lograr los objetivos planteados y obtener la información necesaria a continuación se detallan:

a. Analítico.

Este método de investigación fue útil, debido a que permitió visualizar los elementos que contiene la garantía en el servicio y como la empresa TEQUISAL, S.A. DE C.V., lo está abordando.

Al momento de aplicarlo, se consideró el problema planteado como un todo que debe ser estudiado, el cual fue dividido en los respectivos elementos de análisis con los cuales se procedió a elaborar un diagnóstico de la empresa.

b. Sintético.

Una vez obtenidos los pormenores de como TEQUISAL, S.A. DE C.V., brinda la garantía en los servicios prestados, la percepción de cada uno de las unidades de análisis, se procedió a conjuntar cada opinión para establecer un patrón de conducta generalizado.

2. Tipo de Investigación.**a. Investigación Descriptiva.**

La cual se centró en detallar las características y propiedades de los elementos que influyeron en el problema para poder analizar, tener información fundamentada para buscar una solución, por lo que fue útil para guiar la recolección de información y elaborar un diagnóstico sobre la situación actual de la empresa, TEQUISAL, S.A. DE C.V.

b. Diseño de la Investigación.

En la investigación se utilizó el tipo de diseño no experimental para obtener la información y procesarla; debido a que no se realizó ningún tipo de experimento, ya que todos los sucesos están ocurriendo y se enfocará en observar el impacto que tienen las garantías de servicio y los beneficios de las mismas, para después analizar todos los elementos que forman parte de estas implicaciones y situaciones; es decir, no se manipulo, controlo ni se influyó en ninguna variable, puesto que ya sucedieron.

3. Fuentes de Información.**a) Fuentes de Información Primaria.**

Dentro de este tipo de fuente, se dispuso de la información proporcionada por los encargados de las diversas áreas que integran la empresa, por medio de la entrevista dirigida al Gerente Operativo, como el cuestionario a los colaboradores y Clientes.

b) Fuentes de Información Secundaria.

Para este tipo de fuente, la información se obtuvo por medio de la página web de TEQUISAL, S.A. de C.V., libros que facilitaron la realización de la investigación, Trabajos de Graduación realizados con anterioridad, folletos que poseen información que aportaron a la misma para complementar la Investigación, así como otras fuentes que contribuyeron en gran medida con el desarrollo del Trabajo de Investigación.

4. Técnicas de Recopilación de Información.

Para obtener información oportuna, veraz y objetiva, se aplicaron las siguientes técnicas e instrumentos de recolección de la misma, que favorecieron al proceso de la investigación en la tabulación, análisis e interpretación de la información.

a) La Entrevista.

Es la acción de obtener información directa con las personas, es decir, cara a cara. Por lo que fue de mucha utilidad, tanto la entrevista estructurada como la no estructurada, ya que permitió conocer de manera directa, información necesaria sobre el funcionamiento de la empresa.

Se hizo una entrevista dirigida al gerente operativo de la empresa, para conocer sus puntos de vista sobre la situación actual y planteamiento de cuáles deben de ser las propuestas de estrategias más óptimas de posicionamiento en el mercado a través de las garantías de servicio.

b) Encuesta.

Para obtener información de los colaboradores de cada área de TEQUISAL, S.A. DE C.V., se realizó un censo debido a que es un mínimo número de colaboradores, para conocer su opinión

acerca de los servicios de alquiler que posee la empresa actualmente. Así también se llevó a cabo una encuesta con los clientes previamente identificados a lo largo de la investigación, para identificar la percepción y la satisfacción del servicio que ofrece TEQUISAL, S.A. DE C.V.

Para aplicar la técnica de la encuesta se realizaron preguntas, abiertas y cerradas y de opción múltiple, que permitió conocer acerca del funcionamiento de la empresa y el nivel de satisfacción de los clientes.

c) La Observación Directa.

Esta técnica se llevó a cabo mediante las visitas realizadas a la Empresa TEQUISAL, S.A. DE C.V., las cuales se lograron realizar antes de la pandemia COVID-19 ya que por medio de éstas se pudo obtener información objetiva para el desarrollo de la investigación.

5. Instrumentos de Recolección de Información.

➤ Guía de Entrevista.

Para poder obtener información se realizó tanto la entrevista estructurada y no estructurada, ambas tuvieron una serie de preguntas claras y concisas para facilitar su respuesta al entrevistado luego se pudo identificar el porqué de sus respuestas a las interrogantes.

➤ Cuestionario.

Con este instrumento se obtuvo información proporcionada por los Clientes y colaboradores de TEQUISAL, S.A. DE C.V., consistió en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables del problema.

➤ **La Observación.**

La lista de cotejo, se diseñó para determinados parámetros que nos permitieron verificar la información proporcionada por el gerente operativo y colaboradores.

6. Ámbito de la Investigación.

El ámbito de la investigación tendrá lugar en las instalaciones de la empresa TEQUISAL, S.A. DE C.V., en la ciudad de San Salvador, de donde provendrá la información necesaria para la explicación de la investigación.

7. Unidades de Análisis:

a) Objeto de Estudio.

El objeto de estudio medioambiental es la empresa TERRACERÍA Y EQUIPO SALVADOREÑO, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE que se abrevia TEQUISAL, S.A. de C.V.

b) Indicadores Sociales:

Son sujetos de estudio individuos a quienes se entrevistaron y encuestaron.

- ✓ Gerente Operativo de TEQUISAL, S.A. DE C.V.
- ✓ Clientes y colaboradores de TEQUISAL, S.A. DE C.V.

8. Determinación del Universo y la Muestra.

a) Universo.

Para el caso de la empresa Terracería y Equipo Salvadoreño S.A de C.V. (TEQUISAL, SA. DE C.V.), se tomaron en cuenta para el universo la Gerencia de Operaciones y el personal que labora en la entidad haciendo un Universo total de 52 personas.

b) Censo.

Debido al número reducido de colaboradores que posee TEQUISAL, S.A. DE C.V., se aplicó el censo de Hecho, el cual es una metodología para censar a la población donde los datos que se obtienen son los de las personas que se encuentran en ese momento en la empresa.

A continuación en el siguiente cuadro se presenta la cantidad de colaboradores por cada área de la empresa:

Tabla 1 número de trabajadores.

Área de Trabajo	No
Operarios Fijos	14
Operarios Eventuales	17
Ventas	6
Administración	8
Contabilidad	7
Total	52

9. Procesamiento de la Información

a) Tabulación de la Información

Los datos fueron procesados por medio del sistema de software llamado Microsoft Excel, por medio del cual se recopiló la información obtenida de las preguntas que se realizaron en el cuestionario, de acuerdo a cada uno de sus objetivos la cual se llevará a procesar en diversos gráficos que serán utilizados para la investigación y así mismo, para la interpretación de datos.

b) Análisis e Interpretación de Datos

La interpretación de los resultados obtenidos en la investigación se procesó en su mayoría, por medio de gráficos de barra, ya que dan un mayor nivel de representatividad de la información; estos sirvieron de base para la elaboración del diagnóstico y las conclusiones y recomendaciones de la investigación. Los cuáles se muestran en los ANEXOS 7,8 Y 9.

C. DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA TEQUISAL, S.A. DE C.V., CON RELACIÓN A LA GARANTIA EN EL SERVICIO Y ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO QUE POSEEN.

1. Con relación a la satisfacción.

Los colaboradores de la empresa manifestaron que a pesar que hay clientes insatisfechos por fallas del equipo alquilado siempre los buscan porque cuando hay fallas tratan de resolver tan pronto pueden de esa forma sus clientes siempre están satisfechos con el servicio de alquiler de equipo y que además siempre están sujetos a imprevistos que pueden pasar con el servicio prestado. **(Pregunta 2 del anexo 7 y 8).**

2. Con relación al servicio.

Con respecto al tipo de servicio que ofrecen al público es la venta y renta de maquinaria para la construcción, siendo este equipo de terracería, de volteo, pantallas electrónicas, reflectores, rastras, retroexcavadoras, compactadoras, mini cargador, pala mecánica, lob voy, entre otros, y que cuentan con la venta de repuestos nuevos y usados para los mismos, son importadores de partes de recambio en marcas reconocidas como Kubota, Lombardini, Wacker, New Holland, Bobcat, Honda, John Deere, Ingersoll Rand, Miller, etc. , el personal que poseen está distribuido

en diferentes departamentos, sin embargo en su mayoría son operadores de maquinaria y equipo. (**Pregunta 1, Anexo 7 y 8**)

Se manifestó que en efecto hay reclamos de parte de los clientes debido a la mala calidad de la maquinaria y en ocasiones se da porque los operadores no acatan órdenes, no respetan jerarquía y que en cuanto a capacitaciones la empresa se encuentra deficiente por lo mismo es que son hábiles en algunas actividades y en otras no, pero experiencia si la tienen sin embargo nos mencionaron que se han tomado algunas medidas para ir minimizando ese tipo de reclamos el cual no nos comentaron. (**Pregunta 3 del Anexo 7 y 8**).

Los medios de comunicación que más utiliza la empresa TEQUISAL, S.A. DE C.V., para dar a conocer sus servicios de alquiler y venta de maquinaria y equipo, son las redes sociales como WhatsApp, la página Web que poseen, sin embargo anteriormente utilizaban los anuncios en el periódico y el más eficaz es la recomendación de sus clientes a otras personas. (**Pregunta 5 del anexo 7 y 8**).

El gerente operativo manifestó que la garantía es el cumplimiento de una obligación mientras que los colaboradores respondieron que una garantía de servicio debe ser un respaldo y una protección en los servicios que brinda la empresa a sus clientes (**Pregunta.6 anexo 7 y 8**).

TEQUISAL,S.A. DE C.V., es una empresa que se caracteriza por su responsabilidad, motivando así a sus clientes a contratar sus servicios de alquiler de maquinaria y equipo, debido a que cuando se presenta un problema con el equipo alquilado responde a la brevedad. (**Pregunta14 anexo 8**).

3. Con relación a las estrategias de posicionamiento.

La empresa está bien posicionada porque de acuerdo a sus colaboradores se basan en tres pilares: existe demanda, cuidan a sus clientes antiguos y mantienen la nueva clientela sin mencionar que el producto estrella es el alquiler de equipo de compactación cuya ventaja competitiva se sustenta en la demanda que tiene y es por lo que son bien conocidos, ellos lo llaman estrategia competitiva, incluso los equipos que están en el mercado han sido provistos por TEQUISAL, S.A. DE C.V., tienen venta de repuestos, como también en maquinaria y equipo diverso **Pregunta 4 anexo 7 y 8).**

La garantía en el servicio refuerza las ventas porque en la competencia hay muchos que no responden de manera inmediata y otros que no responden para nada, y eso se debe a que muchos o no tienen los equipos suficientes para sustituir el que falla en el lugar de destino y llevar otro o simplemente no lo quieren hacer y mandan al mecánico a revisarlo y se tardan dos o tres días y eso genera retraso en el servicio prestado. **(Pregunta 8 anexo 7 y 8).**

El Gerente Operativo está de acuerdo en que la garantía en el servicio prestado incrementa el posicionamiento de la empresa y por esa razón los clientes los buscan porque saben que nunca les fallan, por lejos que estén y por caro que salga siempre les responden, ellos, hablan que se invierten miles de dólares y que en esos casos ya no están percibiendo ingresos y hay que montar logística para solucionar una serie de cosas, retirar el equipo, llevar otro y si no lo tienen, tienen que buscarlo, definitivamente la gente sabe que les responden, es una inversión, es la credibilidad que ofrecen al cliente y por lo que son bien conocidos . **(Pregunta 10 anexo 7 y 8).**

4. Con relación a la garantía que ofrece la empresa.

El Gerente Operativo manifestó que la garantía que ofrece TEQUISAL, S.A. DE C.V., es que si llegase a fallar el equipo se lo cambian sin ningún costo , dependiendo si se ocasiona algún tipo de atraso, no cobran el servicio del día que se dio el problema o lo arreglan con un descuento a la empresa, pero algo hacen, no dejan al cliente resolviendo solo, compensan la molestia causada, lo han hecho en varias ocasiones, sin embargo al consultarle al personal respondieron que no tienen conocimiento si ofrecen alguna garantía ya que ese tipo de información solo la conoce el gerente operativo y sus asistentes además mencionaron que si el cliente llama responden a la brevedad posible. **(Pregunta 7, anexo 7 y 8).**

El Gerente Operativo manifestó con relación a la garantía en el servicio que es fácil de cobrar y los clientes la hacen efectiva, llamando al vendedor que les vendió el servicio, muchas veces la falla proviene por mal uso del equipo alquilado o porque se alquilan sin operador, se debe de tener algún conocimiento para la manipulación del equipo y eso se sale de sus manos, lo que hacen es brindar asesoría sobre el uso del equipo que se les alquila., sin embargo al consultarle a los colaboradores ellos manifestaron que los reclamos los solucionan, pero, que no conocen con exactitud si el servicio ofrecido lleva implícita una garantía de servicio y si es fácil de cobrar por la misma falta de información al personal administrativo. **(Pregunta 9 anexo 7 y 8).**

Se manifestó que el servicio de alquiler de maquinaria no lleva una duración en si debido a que la prestación del servicio dura lo que dura el proyecto y durante ese tiempo el cliente puede hacer sus quejas si las hay. El lema de la empresa TEQUISAL, S.A. DE C.V., es “el mejor servicio para el cliente”. Mientras que los colaboradores no están seguros de conocer si hay una garantía pero que por lo general el servicio está vigente mientras dura el proyecto al que han

destinado el alquiler del equipo. Una fortaleza para TEQUISAL, S.A. DE C.V., es utilizar la figura financiera de leasing, alquilando inicialmente el equipo, con una promesa de venta. Si la empresa que toma el equipo no le parece y lo devuelve solo le cobran los días de alquiler, pero si el equipo le pareció se tramita la venta **(Pregunta 11, anexo 7 y 8)**.

5. Con relación al contrato.

Cuando TEQUISAL, S.A. DE C.V., realiza ventas por alquiler de maquinaria y equipo, da a conocer a los clientes las condiciones que conlleva el alquiler de los servicios; para eso la empresa realiza la emisión de una cotización, documento que les indica la forma de contratación de los servicios, la forma de pago, el tiempo de duración y el precio por el que los clientes eligen contratarlos. **(Pregunta 12, anexo 8)**.

TEQUISAL, S.A. DE C.V., gana credibilidad con sus clientes al cumplir de manera responsable las condiciones de contratación de los servicios que la empresa misma indica en la emisión de una cotización y en la factura por pagos que realizan clientes por los servicios prestados, documentos que son valiosos para los clientes y que hace que valga la garantía de los servicios, ya sea por venta o alquiler de maquinaria y equipo para la construcción, reparación de equipo, venta de repuestos, trabajos con la empresa privada y pública. **(Pregunta 13, anexo 4)**.

6. Con relación a la competencia.

TEQUISAL, S.A. DE C.V., busco ser competitiva cuando tomó la decisión de renovar su flota de equipos que da en alquiler, eliminando aquellos equipos que daban problema en su funcionamiento, lo que hacía quedar mal la imagen de la empresa además de aumentar los

costos de reparación y mantenimiento. La renovación del equipo que alquilan, permitió mejorar el servicio al cliente, sin embargo se tuvo que hacer un riguroso análisis financiero, dado que la inversión fue muy alta, fue necesario establecer la tasa de retorno, tasa de financiamiento, periodo de recuperación y las condiciones de financiamiento de instituciones bancarias que permitiera un flujo de caja favorable. **(Pregunta 12 anexo 7 y pregunta 15 anexo 4).**

7. Con relación al servicio al cliente.

Se determina que, la empresa se esmera en posicionarse como líder en el mercado ya que trata de mantener una ventaja competitiva, la cual a la vez también la diferencia de su competencia al tener en su servicio de alquiler maquinaria y equipo vibro compactadoras, las cuales en el ámbito de la construcción solo las posee TEQUISAL, S.A. DE C.V. **(pregunta 1, anexo 9).**

Se puede afirmar que, la satisfacción de los clientes con respecto a los servicios que brinda la empresa es positiva, y es que, según los mismos, dicha entidad posee maquinaria y equipo de calidad **(pregunta 2 y 6, anexo 9).**

Se manifestó que, la empresa ha logrado mantenerse líder en el mercado gracias a la recomendación que hace un cliente a otro, lo que termina de reafirmar el grado de satisfacción que poseen los clientes con respecto a los servicios ofrecidos por la empresa **(pregunta 3, anexo 9)**

Con la garantía se pudo notar, que los clientes manifestaron que la maquinaria y equipo se encuentra en óptimas condiciones para desarrollar un proyecto, además si el equipo falla TEQUISAL, S.A. DE C.V., responde de inmediato en caso de reparar o cambiar el equipo **(pregunta 4, anexo 9).**

Con respecto al significado de garantía, los clientes en su mayoría opinan que, al ofrecer una garantía, la empresa adquiere un cumplimiento de una obligación, así como también, tiene que brindar respaldo y protección en los servicios ofrecidos con garantía (**pregunta 5, anexo 9**).

Se observó que la mayoría de los clientes opinan que la calidad de la maquinaria y equipo pesado para la construcción ofrecido por la empresa está en excelentes condiciones para llevar a cabo los proyectos exitosamente (**pregunta 6, anexo 9**).

Se evidencia que, los motivos principales por los cuales los clientes contratan los servicios de TEQUISAL, S.A. DE C.V., son los bajos precios que la misma ofrece, así como también el alto grado de responsabilidad y confiabilidad que posee la empresa para con sus servicios ofrecidos en el mercado (**pregunta 7, anexo 9**).

En relación a las garantías los clientes opinan que, la empresa debería de incluir en las ya existentes, planes de facilidad de pagos accesibles, ya que los clientes son etiquetados en la empresa por su grado de antigüedad y responsabilidad en diferentes categorías como lo son A, B y C, y en muchas ocasiones a las categorías B y C no se les brinda facilidades de pagos (**pregunta 8, anexo 9**).

Los clientes opinan que las respuestas son inmediatas a la hora de presentarse fallas en los equipos, ya que los riesgos no se pueden eliminar, pero si reducir, en ese sentido manifiestan que están más que satisfechos ya las garantías ofrecidas en los servicios son fáciles de cobrar y hacer valer (**pregunta 9, anexo 9**).

En su totalidad los clientes afirman que, la duración de las garantías ofrecidas por la empresa está vigentes el tiempo que dure el proyecto, ya que por factores internos o externos pueden resultar imprevistos que no se tenían planeados (**pregunta10, anexo 9**).

Se concluyó, que con el fin de fidelizar a los clientes la empresa a la hora de brindar el servicio le explica detalladamente todos los beneficios que brinda TEQUISAL, S.A. DE C.V., en sus servicios de alquiler de maquinaria para la construcción y es una característica que a muchos de

ellos les ha gustado ya que según opinión la empresa cumple en su totalidad todos los beneficios que ofrece (**pregunta 11, anexo 9**).

El total de los clientes opinan que, a la hora de hacer uso de los servicios de la empresa son debidamente informados del estado en el que se encuentra la maquinaria, así como también la experiencia que posee el encargado de manipular la misma y las garantías que incluye el servicio (**pregunta 12, anexo 9**)

Se denota que la empresa comunica con claridad a sus clientes, la duración de la garantía la cual generalmente dura el tiempo que dure el proyecto en desarrollo (**pregunta 10,13, anexo 9**)

Generalmente, la competencia brinda garantía como por ejemplo rapidez en solución de problemas o mantenimiento de equipo, pero no tienen diversidad de maquinaria como TEQUISAL, S.A. DE C.V., y analizan el caso si amerita o no hacer valer la garantía (**pregunta 14, anexo 9**).

En su mayoría los clientes opinan que, la garantía que ofrezca la empresa siempre debe contener, una respuesta inmediata a los problemas, lograr la satisfacción del cliente y deben ser posibles de hacerlas valer (**pregunta 15, anexo 9**).

D. CONCLUSIONES

- 1.** Se puede observar que la empresa es eficiente con el uso y manejo de la maquinaria así como el operario encargado de la misma, lo anterior se denota en la satisfacción que tienen la mayor parte de los clientes con los servicios prestados. Sin embargo, los colaboradores desconocen la identidad corporativa de la empresa (Misión, Visión, Valores), motivo por el cual los trabajadores puede que no trabajen con el mismo objetivo que tiene la empresa.
- 2.** Se determinó que en relación a sus garantías los clientes están informados de cada una de las garantías que brindan, al igual que el periodo de duración de las mismas y de su cobrabilidad esto le ha permitido posicionarse en el mercado por su credibilidad y confianza con los clientes.
- 3.** En relación a la calidad, se concluye que a pesar de tener buenas reseñas de parte de los clientes, existen reclamos. Los más frecuentes son hacia los trabajadores motivo por el cual se debe de implementar un plan de capacitaciones para los colaboradores.
- 4.** En cuanto a los servicios que ofrece la empresa cabe destacar que tiene diversidad de clientes tanto de empresas privadas reconocidas como la participación en licitaciones con el gobierno por lo cual su cartera de clientes es amplia y de eso depende la garantía en los servicios a la que el cliente aplica así mismo servirá como estrategia de posicionamiento en la renta de maquinaria y equipo para la construcción.

E. RECOMENDACIONES

- 1.** Se recomienda a los socios y gerentes generales el desarrollo y diseño de la estructura organizativa de la empresa, con el objeto de orientar a los colaboradores a trabajar hacia un mismo objetivo para obtener resultados positivos en todas las actividades que se desarrollan dentro de la organización.- Contribuyendo también a eliminar las malas actitudes que presentan una minoría de colaboradores a la hora de desarrollarse un proyecto determinado, comunicándoles dicha estructura a través de reuniones haciéndoles conciencia de los beneficios que se obtendrán con la implementación de la misma.
- 2.** Con respecto a las garantías ya ofrecidas por la empresa queda en evidencia que han dado buenos resultados y se recomienda ofrecer a sus clientes planes de créditos y pagos más flexibles, ya que muchos de ellos no hacen uso de los servicios ofrecidos por la empresa ya que no pueden acceder a dichos beneficios.
- 3.** Para mejorar en relación a la calidad, es importante para los socios crear un estándar en control de calidad, basado en las exigencias del mercado que se desea penetrar y posicionar, así como también mantener la satisfacción de la cartera de clientes y así evitar los diversos reclamos hechos por los mismos, lo anterior solo se logrará si se unen los esfuerzos de socios y trabajadores.
- 4.** Se recomienda a los dueños y gerentes crear garantías en el servicio aplicables a todas las categorías de clientes con las que cuenta la empresa, así también ofrecerla a los clientes potenciales, sirviendo esto como una estrategia de posicionamiento en el mercado.

CAPÍTULO III: FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA DE GARANTÍAS EN EL SERVICIO EN LA RENTA DE MAQUINARIA Y EQUIPO PARA LA CONTRUCCIÓN DE LA EMPRESA TEQUISAL, S.A. DE C.V.

A. ASPECTOS GENERALES DE GARANTIAS EN EL SERVICIO.

1. Introducción

La garantía de servicios representa una oportunidad para la empresa de posicionarse, sobre la base de mantener a los clientes satisfechos.

Habiendo identificado las limitantes que tiene la empresa TEQUISAL, S.A. DE C.V., y las expectativas de los clientes respecto a la garantía de servicio, se presenta una propuesta para fortalecer el servicio en la empresa y obtener una estrategia de posicionamiento.

Lograr un posicionamiento en la mente de los clientes, requiere por parte de la Gerencia de una empresa, desarrollar acciones que requieren de un constante monitoreo del entorno, actualización de información y toma de decisiones de manera rápida. Además debe tener un líder que cuente con un equipo convencido que la garantía de servicio es clave para la retención de clientes, mantenerlos satisfechos y que a través de ellos se obtengan nuevos, este equipo o grupo de tarea se conformara de entre los mismos colaborador de las diferentes unidades que atienden a los clientes. Este equipo deberá fomentar que las decisiones se tomen de forma ágil, que la burocracia interna no retrasa el proceso, saber interpretar la información que llegue cada día, diseñar soluciones a problemas y validar su alineamiento con la estrategia.

2. Objetivos:

a. Objetivo General:

- ✓ Proporcionar a TEQUISAL, S.A. DE C.V., estrategias basadas en la garantía de servicio que permita mejorar el posicionamiento en el rubro de alquiler de maquinaria y equipo para la construcción.

b. Objetivos Específicos:

- ✓ Proporcionar diversa información sobre la garantía en el servicio que permita la ejecución optima de los procesos administrativos, en relación al alquiler de maquinaria y equipo para la construcción y poder obtener mejores resultados en el ámbito laboral y económico.
- ✓ Diseñar a TEQUISAL, S.A. DE C.V., una adecuada filosofía empresarial que se adapte a los objetivos y metas de la organización.

B. FORMULACIÓN DE LA FILOSOFÍA EMPRESARIAL.

Antes de desarrollar las diferentes estrategias basadas en la garantía incondicional de los servicios de la empresa TEQUISAL S.A, DE C.V., debe tener definida la misión, visión y valores y su estructura organizacional.

1. Misión.

TEQUISAL,S.A DE C.V., siendo una empresa reconocida no contaba con una misión que le diera sentido a sus acciones y objetivos en vista de eso se diseñó la misión a solicitud y en conjunto con el gerente operativo de acuerdo a lo que se dedican quedando la misión de la siguiente manera:

“Brindar a nuestros clientes la asesoría, en el alquiler de maquinaria y equipo para la construcción, aportando soluciones con equipos de alta calidad que cumplan de manera satisfactoria las necesidades y expectativas de nuestros clientes”.

2. Visión.

La visión es un modo de realizar la misión de TEQUISAL, S.A. DE C.V., es por eso que se diseñó la visión a solicitud y en conjunto con el Gerente Operativo de acuerdo a lo que se dedican quedando la visión de la siguiente manera:

“Ser reconocida como la empresa líder en el servicio de alquiler, venta y reparación de equipos para la construcción, garantizando siempre un buen estándar de calidad”.

3. Valores.

La Empresa TEQUISAL, .S.A de C.V., no cuenta con valores por lo que en conjunto con el gerente operativo se propone lo siguiente:

- **Compromiso:** Los colaboradores deben exteriorizar que ellos son la imagen de la empresa por lo que deben poner su mayor esfuerzo por atender bien al cliente, realizar el trabajo de la mejor manera posible. El futuro de la empresa depende de ellos al lograr que los clientes queden satisfechos con el servicio.
- **Honestidad:** Se refiere al hecho de que cada miembro de la empresa reconozca la obligación de detallar claramente cada una de las actividades económicas realizadas, reportar el total de ventas efectuadas personalmente o del equipo a cargo, cuadrando la cantidad del servicio realizado con el monto de dinero respectivo. En los demás ámbitos de convivencia debe practicarse este valor para que exista una sana relación laboral.
- **Lealtad:** Cada colaborador debe exteriorizar este valor ya que es parte de una gran familia, por lo que cada acción que realiza en el campo laboral repercute en las finanzas de la empresa TEQUISAL, S.A. DE C.V., ya que un cliente perdido por una falta cometida disminuye el ingreso tanto de la empresa como del colaborador.
- **Responsabilidad:** Los colaboradores deben comprometerse a cumplir con el horario establecido y realizar adecuadamente sus funciones, es decir, que cada trabajo asignado lo efectúen de manera eficiente, lo cual será percibido por los clientes. TEQUISAL, S.A. DE

C.V., incentivará a los colaboradores cumpliendo con el pago puntual y justo para cada colaborador.

- **Amabilidad:** Debe ser imprescindible ante el cliente al ofrecerle los servicios, aclararle dudas y aun cuando no adquiera el servicio, siempre hay que dejarle las puertas abiertas para que analice y opte en algún momento en solicitar los servicios que ofrece la empresa.

4. Estructura Organizativa.

La empresa funciona de acuerdo a una Estructura Organizativa que poseen actualmente, sin embargo se le propuso una estructura organizativa con los principios y criterios de elaboración ya que el que poseen no cuenta con estos requisitos y en conjunto con el Gerente Operativo se elaboró uno que si cumpla con estos alcances y que además posea una unidad de garantía en el servicio para que sus clientes tengan un lugar claro dónde poner sus reclamos en caso de fallas en el servicio. (Anexo 4).

C. GARANTÍA DE LOS SERVICIOS DE ALQUILER DE MAQUINARIA Y EQUIPO PARA LA CONSTRUCCIÓN.

A continuación, se detalla el plan a seguir por TEQUISAL, S.A. DE C.V., para fortalecer la garantía del servicio que prestara.

1. Beneficios al implementar una garantía en el servicio.

Una garantía será una herramienta poderosa para comercializar la calidad de los servicios en TEQUISAL, S.A. DE C.V., como para lograrla, es por esa razón que se le recomienda a la empresa implementarla obtendría los siguientes beneficios:

a. Una garantía obligará a TEQUISAL, S.A. DE C.V., a centrarse en sus clientes.

Conocer lo que podrían desear sus clientes será una condición a la hora de ofrecerles una garantía de un servicio. La empresa tendrá que identificar las expectativas de sus actuales y futuros clientes respecto a los elementos del servicio y la importancia que atribuirán a cada uno. Si desconoce las necesidades de sus clientes podría garantizar las cosas que no debería y lograría que sus clientes no se sientan satisfechos con el servicio.

b. TEQUISAL, S.A. DE C.V., establecerá estándares claros con una buena garantía del servicio.

La empresa se beneficiara logrando mejorar la moral y la actuación de sus colaboradores, de tal manera que obligará también a definir el papel y las responsabilidades de cada colaborador en la prestación del servicio.

c. Un reembolso significativo asegurara a TEQUISAL, S.A. DE C.V., que tanto el nivel medio como el superior se tomen en serio la garantía del servicio.

Tanto el Gerente Operativo, Administrativo y demás personal se comprometerán a cumplir con la garantía del servicio ya que el mal comportamiento de los colaboradores con el cliente quedará registrado compensando el daño causado soportando el coste de los errores esto hará que tengan bastantes motivos para encontrar la forma de que no sucedan, la culpa se la atribuirán como empresa y no será del cliente.

Porque creará el objetivo; definirá lo que debería hacer para satisfacer a sus clientes. Una garantía obligará a crear un sistema para detectar los errores, lo que la empresa deberá atesorar y verlo como oportunidades de aprender y hacer mejor las cosas.

d. Una garantía obligará a TEQUISAL, S.A. DE C.V., a crear un sistema para detectar errores.

Ayudará a examinar todo su sistema de prestación del servicio en busca de posibles puntos débiles para mejorar su posicionamiento además fomentara la lealtad del cliente hacia la empresa y mejorara las ventas y la participación en el mercado.

e. Una garantía del servicio será un beneficio del que TEQUISAL, S.A. DE C.V., podrá gozar.

Porque sus clientes insatisfechos con el servicio contaran con un incentivo para quejarse si en caso el servicio de alquiler de maquinaria y equipo llegase a fallar será una manera de atacar este mal por otra parte los clientes tendrán la oportunidad de a quién acudir para resolver el problema haciendo llegar sus quejas. Contará con información sobre los errores lo que

significaría más oportunidades de mejorar, y en última instancia se darían menos errores en el servicio y menor insatisfacción de los clientes, un ciclo del cual será consciente la dirección.

f. Una garantía le permitirá a TEQUISAL, S.A. DE C.V., obtener ganancias.

Le permitirá poner atención a aquellos puntos en los que podría fallar su servicio de alquiler de maquinaria y equipo, lo que podría representar pérdidas económicas sin embargo al definir la garantía, los gerentes deberán prever situaciones que surjan por fallas en el sistema de servicio y elaborar una lista de chequeo para verificarlas.

g. TEQUISAL, S.A. DE C.V., verá reforzada su función de mercadeo.

al ofrecer una garantía de servicio siendo interesante ya que permitirá que los clientes se sientan atraídos reduciendo el riesgo de la duda por un mal servicio de alquiler de maquinaria, reparación de equipos, compra de repuestos, lo que generará más ventas al reforzar la lealtad de los clientes actuales y el incremento de la cartera de los posibles cliente.

2. Condiciones necesarias para la implementación de una garantía de servicio.

TEQUISAL, S.A. DE C.V., deberá crear las condiciones para que sus clientes puedan recibir una garantía que se posicionara en la mente del cliente que permitirá seguir solicitando o requiriendo de los servicios de alquiler de maquinaria y equipo.

Será importante que la empresa pueda seguir manteniendo a los clientes actuales lo que lograra que éstos hagan comentarios positivos, evitando que las ventas que pudieran haberse hecho a los clientes perdidos o insatisfechos sean enormes.

Se deberá invertir tiempo y dinero en mejorar el servicio para el cliente actual y que su recomendación atraiga nuevos clientes; la garantía funcionara si la empresa empieza por sentirse comprometida con el cliente.

3. Aspectos que involucra una garantía de servicio en TEQUISAL, S.A. DE C.V.

Una buena garantía funciona si se cumplen las siguientes condiciones:

a. Incondicionalidad.

La garantía en el servicio que ofrezca la empresa TEQUISAL, S.A. DE C.V., debe ser sin condiciones, no importando la queja por la cual el cliente pueda manifestar su insatisfacción por el servicio brindado, siempre deberá ser atendido de manera inmediata, ya sea porque la maquinaria en alquiler presentara fallas, porque además en ocasiones los operadores no acatan indicaciones y no respetan el orden jerárquico o por la razón que fuera se deberá llegar a un acuerdo con el cliente, de esa manera ellos siempre estarán satisfechos y serán fieles al servicio de alquiler de maquinaria y equipo por el cual recurren a contratar sus servicios.

Si la empresa no garantizara incondicionalmente todos los elementos de su servicio, sí deberá garantizar incondicionalmente los elementos que pueda controlar y así garantizara la satisfacción de sus clientes.

b. Fácil de entender y comunicar

Se refiere a que el cliente de TEQUISAL, S.A. DE C.V., deberá tener claridad en el servicio que le prestarán, el cual consistirá en el alquiler de maquinaria y equipo para la construcción el cual llevara implícita una garantía de calidad que deberá ir en un lenguaje sencillo y conciso que el cliente mismo lo entenderá detallando así la promesa y así el cliente estará sabedor de lo que

puede esperar y los colaboradores sabrán exactamente que se espera de ellos, además deberá comunicarle al cliente las condiciones que conllevará el alquiler de los servicios; para eso la empresa deberá realizar la emisión de una cotización, documento que indique la forma las condiciones que incluirá el servicios y la forma de contratación de los servicios, la forma de pago, el tiempo de duración y el precio por el que los clientes elijan contratarlo.

c. Significativa

Se refiere a que una buena garantía de un servicio es significativa, si al momento de un incumplimiento vale la pena hacer un reclamo.

Se deberá garantizar que el servicio contratado lo tendrá con calidad, además de garantizar aspectos importantes como la entrega a tiempo del servicio o en caso de falla del equipo alquilado recibirá una respuesta inmediata sin ningún cobro adicional de tal manera que satisfaga las expectativas del cliente con respecto a TEQUISAL, S.A. DE C.V., y se pueda contar con su fidelidad.

Así mismo una buena garantía es significativa en el plano económico; porque obligara a un pago sustancial si no se cumpliera la promesa por lo que la devolución de dinero debe ser suficientemente cuantiosa para que ofrezca un incentivo a los clientes para hacer valer la garantía si quedan insatisfechos.

d. Fácil de hacer valer.

Cuando un cliente estuviera insatisfecho no deberá de acudir o hablar con personas diferentes de quien le prestara el servicio, llenar una solicitud de reclamo y esperar un tiempo para que le

dieran solución, simple y sencillamente una vez reportada la insatisfacción del cliente la solución deberá ser inmediata de manera que puedan enviar al personal de la empresa que pudiera estar cerca del incidente a solucionar el inconveniente o envíen al personal correspondiente desde las oficinas, y no deberá de haber mayor trámite que la llamada telefónica por parte del usuario.

Del mismo modo, no se debe hacer que los clientes se sientan culpables por haber hecho valer la garantía, ni preguntas, ni malas caras, ni miradas, la organización deberá animar a sus clientes insatisfechos a hacer valer su garantía, y no deberá evitar que hablen, sino tomar esa insatisfacción como una fortaleza para mejorar y brindar un servicio de calidad y una garantía que se hará valer.

e. Fácil de cobrar.

El proceso de solución al inconveniente o reclamo deberá ser sencillo e, igualmente importante, rápido; en el acto, si es posible de manera que el personal que atiende al cliente deberá ser empático para poder solventar el problema y buscar la manera correcta solucionarlo. Es fundamental, darle el mismo nivel de importancia a cada cliente y a cada tipo de problema.

En resumen TEQUISAL, S.A. DE C.V., siendo una empresa reconocida en el ámbito de alquiler de equipo para la construcción, se les recomienda no prometer nada que no puedan cumplir en el servicio prestado, de esa manera siempre generaran credibilidad en sus clientes y dará seguridad de que si sucede un inconveniente podrá hacer uso de sus derechos al reclamar con propiedad el uso de la garantía es por eso que no debe ofrecer una garantía tan débil que nunca podrá hacer valer el cliente o que sea de poco valor para sus clientes incluso puede ser motivo de risa para sus colaboradores.

D. ESTRATEGIAS PARA TEQUISAL, S.A. DE C.V.

Actualmente, el entorno cambia muy rápido, las nuevas tecnologías cada vez influyen más en la gestión de las empresas, el talento es escaso y a la vez más necesario, la globalización cada vez es un fenómeno más importante.

Por ello, que TEQUISAL, S.A. DE C.V., necesitará tener claro cuál es la razón de ser de su existencia en el mercado y a dónde quiere llegar, cuándo, cómo y con qué recursos humanos y económicos y, además, el equipo deberá tenerlo igualmente claro por lo que la comunicación interna es definitiva. Corresponderá su aplicación al líder, director o responsable del área en cuestión.

La planificación estratégica no es una enumeración de acciones y programas, detallados en costos y tiempos, sino que involucrara la capacidad de determinar un objetivo, asociar recursos y acciones deberán de acercarse a él y examinar los resultados y las consecuencias de esas decisiones, teniendo como referencia el logro de metas predefinidas.

Se ha diseñado estrategias que serán propuestas a TEQUISAL, S.A. DE C.V., para mejorar aquellas fallas que hace que pierdan credibilidad ante sus clientes, entre ellas están:

1. Estrategias de posicionamiento de imagen.
2. Estrategias de fidelización.
3. Estrategia de promoción.
4. Programa de capacitaciones en garantía de servicio en atención al cliente.
5. Estrategia de programas de mantenimiento preventivo para la maquinaria y equipo.
6. Estrategia de descuento por un mal servicio prestado en alquiler de equipo.

E. CONCEPTOS RELACIONADOS AL TEMA DE INVESTIGACIÓN.

Garantía

Garantía es sinónimo de respaldo, es la protección que se brinda cuando se adquiere un servicio que necesita para que el cliente o comprador se sienta a gusto y seguro.¹⁷

Posicionamiento

Se refiere al lugar que ocupa una determinada marca o producto en la mente de los consumidores en relación a su competencia.¹⁸

Estrategia

Estrategia es un plan para dirigir un asunto una estrategia se compone de una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y a conseguir los mejores resultados posibles.¹⁹

Servicio

Representa un conjunto de acciones las cuales son realizadas para servir a alguien, algo o alguna causa. Los servicios son funciones ejercidas por las personas hacia otras personas.²⁰

Construcción

Es aquel proceso que supone el armado de cualquier cosa, desde cosas consideradas más básicas como ser una casa, edificios, hasta algo más artístico como es el caso de un rascacielos, un camino y hasta un puente.²¹

Renta: Cantidad de dinero u otro beneficio que produce regularmente un bien.²²

¹⁷ <https://conceptodefinicion.de/garantia/>

¹⁸ <https://www.emprendepyme.net/que-es-el-posicionamiento.html>

¹⁹ <https://www.significados.com/estrategia/>

²⁰ <https://conceptodefinicion.de/servicio/>

²¹ <https://www.definicionabc.com/general/construccion.php>

²² <https://www.google.com/search?q=concepto+de+renta&oq=concepto+de+renta>

F. BIBLIOGRAFIA.

1. LIBROS

Dr. Roberto Hernández Sampieri. Metodología de la Investigación Quinta Edición DERECHOS RESERVADOS © 2010, 2006, 2003, 1998, 1991 respecto a la quinta edición por: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

2. LEYES

- ✓ Constitución de la República de El Salvador. Decreto Constituyente N° 38. 15/12/1983. Diario Oficial N° 234, del 02 de octubre del 2003, tomo 361, del 15 de octubre del 2003.
- ✓ Código de Trabajo. Decreto n° 15. San Salvador, a los treinta días del mes de junio de mil novecientos setenta y dos. n° del Diario Oficial 142. Tomo n° 236, 31 de julio de 1972.
- ✓ ¹ Ley de Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios. Decreto N° 296, 24/07/1992. Diario oficial N° 143. Tomo N° 316, 31/07/1992
- ✓ ¹ Ley de Protección al Consumidor, Diario Oficial No. 407, Fecha 10 de junio de 2015.
- ✓ ¹ Ley de Impuestos Sobre la Renta. Decreto No 134, 18/12/1991. Publicado en el Diario Oficial No. 242. Tomo No 313, 21 de diciembre de 1991.
- ✓ Ley del Seguro Social. Decreto N° 927, del 20/1/96. Diario Oficial No. 243. Tomo 333, del 23/12/96.
- ✓ Ley del sistema de Ahorro para pensiones. Decreto Legislativo N 927 de 20 de diciembre de 1996 Diario Oficial 243: 333 Diario Oficial 23 de diciembre de 1996.
- ✓ ¹ Código Tributario. Decreto Legislativo N230 del 14 de diciembre del año 2000. Diario Oficial N 241 Tomo: 349 Publicación en el Diario Oficial 22 de diciembre del año 2000.
- ✓ ¹ Ley del Lavado de Dinero y de Activos. Diario oficial No.240 Tomo: 341. publicado el 02 de diciembre de 1998.
- ✓ Ley de arrendamiento financiero decreto No 884ADO EN EL PALACIO LEGISLATIVO: San Salvador, a los veinte días del mes de junio del año dos mil dos.

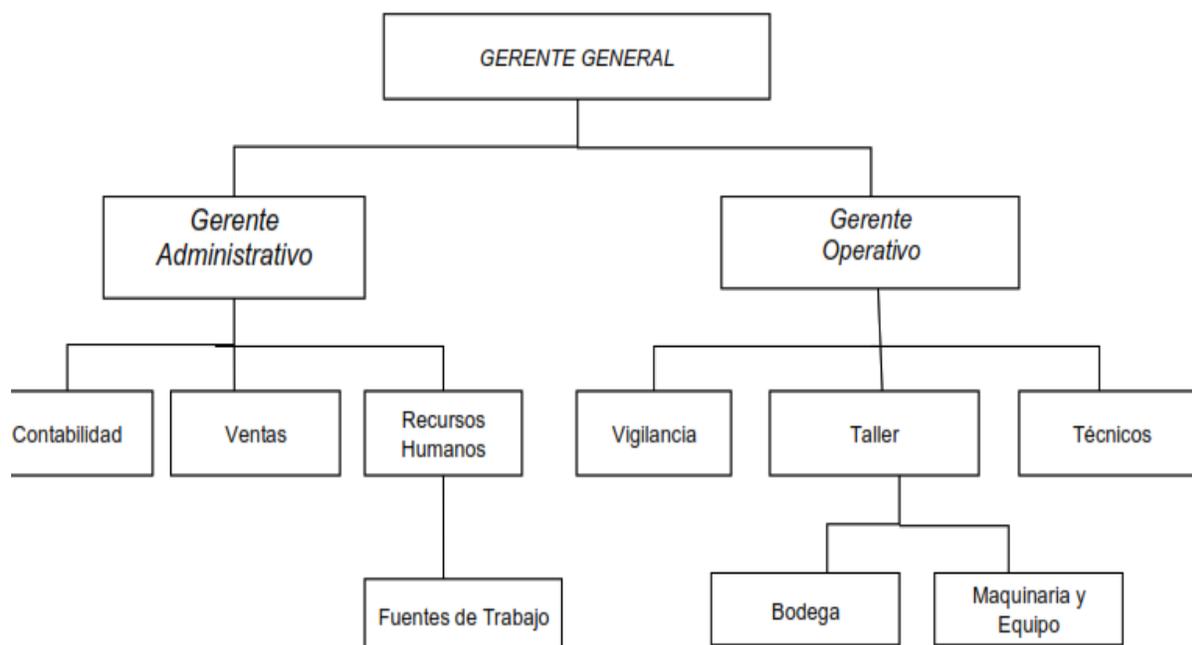
3. OTROS

- ✓ Información proporcionada por el gerente de operaciones de la empresa TEQUISAL, S.A. de C.V. entrevista realizada 23/10/2019^a
- ✓ Apuntes de clase, de la Cátedra de Seminario de Graduación, Impartida en Septiembre del Ciclo I/2019.
- ✓ Información proporcionada por Asesor de Trabajo de Graduación:
El poder de la garantía incondicional de los servicios. 1989. Este artículo ha sido publicado anteriormente en Harvard Business.

4. PAGINAS WEB

- ✓ Breve Historia de la Maquinaria de Construcción, Bardahl Industrias, <https://www.bardahlindustria.com/breve-historia-de-la-maquinaria-de-construccion/>
- ✓ Instituto tecnológico de la construcción, autor: Pascual Sergio López de León, 27 de noviembre de 1984, <https://docplayer.es/8770471-La-descapitalizacign-de-las-empresas-constructoras-como-consecuencia-de-la-perdida-del-valor-del-eouipo-a-traves-del-tiempo.html>
- ✓ Empresa Tequisal, S.A. de C.V., <https://www.tequisal.com/venta-y-renta-de-equipos>
- ✓ Empresa Tequisal, S.A. de C.V., <https://www.tequisal.com/venta-y-renta-de-equipos>
- ✓ <https://economipedia.com/definiciones/posicionamiento.html>
- ✓ <https://www.emprendices.co/que-es-una-estrategia-y-como-se-elabora/>
- ✓ <https://www.significados.com/estrategia/>
- ✓ <https://conceptodefinicion.de/servicio/>
- ✓ <https://www.definicionabc.com/general/construccion.php>
- ✓ <https://www.google.com/search?q=concepto+de+renta&oq=concepto+de+renta>
- ✓ <https://www.significados.com/calidad/>
- ✓ <https://www.significados.com/investigacion/>

ANEXOS

Anexo 1: Organigrama actual de la empresa TEQUISAL, S.A. DE C.V.

Fecha: 11/10/2019

Fuente: Gerente de Administrativo.

Anexo 2: Lista de precios de maquinaria y equipo que alquila TEQUISAL, S.A. de C.V.

 TERRACERÍA Y EQUIPOS SALVADOREÑOS, S.A. DE C.V. VENTA, RENTA Y REPA. DE EQUIPOS PARA LA CONSTRUCCIÓN 27 calle Poniente y diagonal Universitaria #1119, San Salvador PBX: 2226-2749				
EQUIPO DE COMPACTACIÓN	ALQUILER POR			
	DÍA	SEMANA	QUINCENA	MES
Vibro compactadoras de mezcla	\$20.00	\$120.00	\$240.00	\$440.00
Vibro compactadoras de diésel	\$25.00	\$145.00	\$280.00	\$520.00
Plancha vibratoria	\$20.00	\$120.00	\$240.00	\$440.00
Rodo liso vibratorio 1 Ton	\$55.00	\$310.00	\$600.00	\$1,150.00
Rodo liso vibratorio 4 Ton con	\$125.00	\$700.00	\$1,300.00	\$2,200.00
Rodo liso de 10 Ton con operador	\$40.00	por hora (Se alquila por hora, Mínimo de horas 4		
EQUIPOS PARA CONCRETO	ALQUILER POR			
	DÍA	SEMANA	QUINCENA	MES
Concretera de 1 bolsa	\$20.00	\$120.00	\$240.00	\$440.00
Vibrador eléctrico	\$15.00	\$90.00	\$180.00	\$300.00
Vibrador a gasolina	\$20.00	\$120.00	\$240.00	\$440.00
Regla vibratoria (3.05m o 10 pies)	\$50.00	\$300.00	\$550.00	\$1,000.00
Cortadora para concreto o asfalto	\$60.00	\$340.00	\$640.00	\$1,200.00
Cortadora para concreto o asfalto	\$30.00	\$170.00	\$320.00	\$600.00
Llanatoro lisa	\$15.00	\$90.00	\$180.00	\$300.00
Llanatoro rayada	\$15.00	\$90.00	\$180.00	\$300.00
Alianadora tipo helicóptero con plato	\$50.00	\$300.00	\$550.00	\$1,000.00
EQUIPOS PARA MOVIMIENTO DE TIERRA	ALQUILER POR			
	DÍA	SEMANA	QUINCENA	MES
Minicargador con operador	\$110.00	\$600.00	\$1,100.00	\$2,000.00
Minicargador con martillo y operador	\$225.00			
Minicargador con fresadora de 14	\$200,200.00			
Minicargador con fresadora de 24	\$225.00			
Minicargador con rodo vibratorio liso	\$175.00			
Minicargador con cuchilla tipo Bull	\$175.00			
Minicargador con brazo excavador con	\$175.00			
Minicargador con pallet y operador	\$125.00			
Bandas para minicargador	\$60.00			
Retroexcavadora 4x4 con operador	\$30.00	por hora (Se alquila por hora, Mínimo de horas 4		
Retroexcavadora 4x4 con martillo y	\$65.00	por hora (Se alquila por hora, Mínimo de horas 4		
Cargador frontal con operador	\$45.00	por hora (Se alquila por hora, Mínimo de horas 4		
Pala mecánica con operador	\$45.00	por hora (Se alquila por hora, Mínimo de horas 4		
Pala mecánica con martillo y operador	\$125.00	por hora (Se alquila por hora, Mínimo de horas 4		
Motoniveladora 4x4 con operador	\$50.00	por hora (Se alquila por hora, Mínimo de horas 4		
Compresor Ingersoll Rand 185 CFM	\$70.00	\$400.00	\$775.00	\$1,500.00
Compresor con dos martillo de aire	\$110.00	\$600.00	\$1,100.00	\$2,000.00
Demolidor eléctrico	\$45.00	\$250.00	\$475.00	\$900.00
Roto martillo industrial	\$30.00	\$170.00	\$320.00	\$600.00
EQUIPOS PARA GENERACIÓN	ALQUILER POR			
	DÍA	SEMANA	QUINCENA	MES
Torre luminaria	\$60.00	\$310.00	\$600.00	\$1,150.00
generador soldador Ranger 10,000	\$50.00	\$300.00	\$550.00	\$1,000.00
Planta eléctrica 6,000 WATTS	\$25.00	\$145.00	\$280.00	\$520.00
OTROS EQUIPO	ALQUILER POR			
	DÍA	SEMANA	QUINCENA	MES
Bomba achicadora de 3 pulg.	\$25.00	\$145.00	\$280.00	\$500.00
Bomba achicadora de 4 pulg.	\$35.00	\$200.00	\$375.00	\$700.00
Montacargas de 2.5 ton.	\$125.00	\$550.00	\$850.00	\$1,500.00
Montacargas de 5 ton.	\$250.00			
1 juego de andamio (2 cuerpos, dos				\$8.00
Plataforma (1 u.)				\$6.00
4 Llantas para andamios				\$20.00
Elevador de plataforma 6 mts.	\$50.00	\$300.00	\$550.00	\$1,000.00
Elevador de plataforma 8 mts. Diésel	\$70.00	\$400.00	\$775.00	\$1,500.00
Elevador de plataforma 10 mts. Diésel	\$90.00	\$500.00	\$925.00	\$1,800.00
SERVICIO DE TRANSPORTE DE MAQUINARIA - LOWBOY Y CAMIONES				
SERVICIO DE REPARACIÓN DE MAQUINARIAS				

Anexo 3: Carta Solicitud.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

Facultad de Ciencias Económicas

CALLE CALLES

CALLE CALLES

CALLE CALLES

TELÉFONO (503) 2411-1111 FAX (503) 2411-1111

San Salvador, 23 de octubre de 2019.

Señores:
TEQUISAL, S.A. DE C.V.
Atención: Julio Alas Palacios
Gerente General
Presente

Estimados señores reciban un cordial saludo, deseándoles éxitos en sus labores diarias.

Nosotros estudiantes egresados de la carrera Licenciatura en Administración de Empresas Corina Ivonne Hernández, Isafas Daniel Hernández Mejía y Keny Carolina Zúniga Hernández, tenemos el agrado de exponer a ustedes el tema propuesto que se formuló en conjunto y a través de la necesidad que posee la empresa TEQUISAL, S.A. DE C.V., de ofrecer garantías a sus clientes y posicionarse en el mercado como estrategia.-

Tema: "GARANTIA EN EL SERVICIO COMO ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO EN LA RENTA DE MAQUINARIA Y EQUIPO PARA LA CONSTRUCCION EN EMPRESA TEQUISAL, S.A. DE C.V., UBICADA EN LA CIUDAD DE SAN SALVADOR".

Agradecidos con usted por la oportunidad de realizar nuestro proyecto en su empresa nos suscribimos de usted amablemente.-

Atentamente,

Corina Ivonne Hernández
 Estudiante Egresada

Keny Carolina Zúniga Hernández
 Estudiante Egresada

Isafas Daniel Hernández Mejía
 Estudiante Egresado

Lic. José Ciriaco Gutiérrez Contreras
 Asesor de Trabajo de Graduación



23/10/19
 13:30 p.m.
 Julio Alas

17-10-2019
 530 pm

Anexo 4: Carta Compromiso.



Terracería y Equipos Salvadoreños, S.A. de C.V.

Fecha 27 de Agosto de 2019.

Señores
Universidad De El Salvador
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Administración de Empresas
Presente

Estimados señores:

La sociedad **TEQUISAL, S.A. DE C.V.**, por medio de la presente, se compromete a colaborar con los Estudiantes Corina Ivonne Hernández, Isaías Daniel Hernández Mejía y Keny Carolina Zuniga Hernández, Egresados de la Carrera Licenciatura en Administración de Empresas y proporcionar la información que sea necesaria con fines estudiantiles, para culminar el requisito de Elaborar su Trabajo de Graduación.

Firma: _____

Nombre: Julio Cesar Alas Palacios

Cargo: Gerente de Operaciones

Teléfono: 2226-2749

Dirección: 27 Calle Pte. Y Diag. #1119



27 Calle Pte. Y Diagonal Universitaria #1119, Col Layco, San Salvador. PBX: 2226-2749

Anexo 5: Guía de Entrevista.



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Administración de Empresas



Entrevista dirigida a: Gerente de operaciones TEQUISAL

Objetivo: Conocer la situación actual que posee la empresa “TEQUISAL” en relación a las garantías en el servicio que ofrece y como incide en el posicionamiento en el mercado de alquiler de maquinaria y equipo para la construcción.

Indicaciones: Contestar cada una de las preguntas, según su criterio personal. Le agradeceremos enormemente su participación, su aporte será de mucho interés y se presentará de manera anónima. La información recopilada será manejada con entera confidencialidad y tiene un fin estrictamente académico.

1. Qué tipo de servicios ofrece TEQUISAL.
2. Sus clientes se encuentran satisfechos con el servicio de alquiler
3. han recibido algún reclamo de parte de sus clientes por el servicio brindado?
4. ¿Qué estrategias utilizan para mantenerse posicionados en el mercado?
5. ¿Cuáles son los medios de publicidad que utiliza la empresa?
6. ¿Para usted que es una garantía de servicio?
7. ¿Qué tipo de garantías ofrece TEQUISAL a sus clientes?
8. Considera usted que la garantía en el servicio puede reforzar las ventas y atraer nuevos clientes?
9. La garantía en el servicios que ofrece TEQUISAL es fácil de cobrar?
10. ¿Considera usted que una garantía en el servicio incrementaría el posicionamiento de la empresa en el mercado?
11. ¿Cuánto tiempo dura la garantía que le ofrece TEQUISAL en caso de falla en el servicio de alquiler de maquinaria y equipo?
12. Considera usted que sus competidores ofrecen garantías en el servicio

Anexo 6: Cuestionario a Colaboradores.



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Administración de Empresas



Encuesta dirigida a: Colaboradores de TEQUISAL

Objetivo: Conocer la opinión de los colaboradores de la empresa “TEQUISAL” en relación a las garantías en el servicio que ofrece y estrategias de posicionamiento en el mercado de alquiler de maquinaria y equipo para la construcción.

Indicaciones: Contestar cada una de las preguntas marcando con una o lo que corresponda, según su criterio personal. Le agradeceremos enormemente su participación, su aporte será de mucho interés y se presentará de manera anónima. La información recopilada será manejada con entera confidencialidad y tiene un fin estrictamente académico.

1. ¿En qué área de trabajo se desempeña?

- a) Operación
- b) Mercadeo
- c) Finanzas
- d) Contabilidad

2. ¿Considera usted que los clientes de TEQUISAL se encuentran satisfechos con el servicio prestado?

- a) Si
- b) No

Porque? _____

3. Marcar con “X” el reclamo más frecuente que hacen los clientes a los servicios que ofrece TEQUISAL.

Precios altos	
Mal servicio al cliente	
Personal no capacitado	
No hay Garantías en el servicio	
Maquinaria y equipo en mal estado	

4. ¿Marcar con “X” la mejor estrategia de posicionamiento en el mercado de TEQUISAL?

Atención al cliente	
Precios accesibles	
Créditos a largo plazo	
Imagen de la empresa	
Experiencia	

5. ¿Marcar con “X” el medio de publicidad que más utiliza la empresa?

Anuncios en radio	
Anuncios en televisión	
Periódicos	
Internet	
Recomendación de otros clientes	

6. ¿Para usted que es una garantía de servicio? seleccione el concepto que usted considere.

Seguridad de que una cosa va a suceder	
Cumplir lo acordado	
Derechos de las partes	
Protección contra pérdidas	
Respaldo del servicio ofrecido	

7. ¿Podría mencionar brevemente que tipo de garantías ofrece TEQUISAL a sus clientes?

8. ¿Considera usted que la garantía en el servicio puede reforzar las ventas y atraer nuevos clientes?

Si

No

Porque? _____

9. Considera usted que las Garantías que ofrece la empresa son fácil de cobrar?

a) Si

b) No

Porque? _____

10. De acuerdo a su conocimiento ¿le comunican al cliente la duración de la garantía que ofrecen?

a) Si

b) No

Explique. _____

11. De acuerdo a su conocimiento ¿Cuánto tiempo dura la garantía que ofrece TEQUISAL en caso de presentarse fallas en el servicio de alquiler de maquinaria y equipo?

Un mes	<input type="checkbox"/>
Tres meses	<input type="checkbox"/>
Seis meses	<input type="checkbox"/>
Un año	<input type="checkbox"/>
Duración del proyecto	<input type="checkbox"/>

12. En su opinión ¿le dan a conocer las condiciones que establece el contrato de alquiler de maquinaria y equipo pesado para la construcción al cliente?

Si

No

Explique. _____

13. ¿Considera usted que la empresa cumple con las condiciones establecidas en el contrato al momento de brindarle el servicio al cliente?

a) Si

b) No

Explique. _____

14. Marque con una "X" el motivo por el cual los clientes de TEQUISAL contratan el servicio de alquiler de maquinaria.

1	Por bajos precios	
2	Porque es responsable	
3	Porque es confiable	
4	Por la calidad del servicio	
5	Maquinaria y equipo de calidad	

15. ¿Conoce usted si los competidores de TEQUISAL ofrecen garantías en el servicio a los clientes?

Si

No

Explique. _____

Anexo 7 : Cuestionario a Clientes.



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Administración de Empresas



Encuesta dirigida a: Clientes de TEQUISAL

Objetivo: Conocer como describen los clientes a “TEQUISAL” en relación al servicio que ofrecen y determinar en qué medida aumentaría la fidelidad de los mismos al implementar una estrategia de garantía en el servicio.

Indicaciones: Contestar cada una de las preguntas marcando con una X o lo que corresponda, según su criterio personal. Le agradeceremos enormemente su participación, su aporte será de mucho interés y se presentará de manera anónima. La información recopilada será manejada con entera confidencialidad y tiene un fin estrictamente académico.

1. ¿Mencione qué tipo de maquinaria y equipo alquila con frecuencia a TEQUISAL?

2. ¿Califique la satisfacción del servicio brindado por la empresa TEQUISAL según escala descriptiva siguiente:

1	Excelente	
2	Muy bueno	
3	Bueno	
4	Regular	
5	Malo	

3. ¿Marcar con “X” el medio de publicidad por el cual conoció los servicios que ofrece la empresa TEQUISAL?

Redes sociales	
Anuncios de radio	
El Periódico	
Televisión	
Recomendado por otro cliente	

4. ¿Qué tipo de garantías le ofrece TEQUISAL al momento de adquirir un servicio?

5. ¿Dentro de los literales siguientes que es garantía para usted? Seleccione una opción.

Seguridad de que una cosa va a suceder o realizarse	
Cumplimiento de una obligación	
Derechos de alguna de las partes	
Una fianza o seguridad para protegerse contra pérdidas	
Respaldo y protección del servicio ofrecido	

6. ¿Cuál es su opinión sobre la calidad de la maquinaria y equipo ofrecido por TEQUISAL? Seleccione una según escala descriptiva de la calidad.

1	Excelente	
2	Muy bueno	
3	Bueno	
4	Regular	
5	Malo	

7. Marque con una "X" el motivo por el cual contrata los servicios de TEQUISAL

Por bajos precios	
Porque es responsable	
Porque es confiable	
Por la calidad del servicio	
Maquinaria y equipo de calidad	

8. ¿Mencione que garantías le gustaría que TEQUISAL brinde?

9. ¿Considera usted que las Garantías que le ofrece la empresa son fácil de cobrar?

Si

No

Porque? _____

10. De acuerdo a su conocimiento ¿Cuánto tiempo dura la garantía que le ofrece TEQUISAL en caso de falla en el servicio de alquiler de maquinaria y equipo?

Un mes	
Tres meses	
Seis meses	
Un año	
El tiempo que dure el proyecto.	

11. ¿Considera usted que la empresa cumple las condiciones en el contrato de alquiler de servicios prestados?

c) Si

d) No

Explique: _____

12. En su opinión ¿Le dan a conocer las condiciones de la contratación de los servicios?

a) Si

b) No

Explique. _____

13. ¿Le comunican la duración de la garantía que le ofrece la empresa TEQUISAL?

c) Si

d) No

Explique. _____

14. ¿Usted alquila servicios de maquinaria y equipo a otras empresas? Mencione por favor el tipo de garantía en el servicio que le ofrecen.

15. Marque con una "X" la característica que debería tener la garantía en el servicio.

Incondicional: satisfacción	
Fácil de entender	
Significativa: respuesta inmediata	
Fácil de hacer valer	
Fácil y rápida de cobrar	

Anexo 8: Lista de Cotejo.



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias Económica
Escuela de Administración de Empresa



INDICADOR	SI	NO	OBSERVACIONES
Se observó visible la misión y visión de la empresa		x	no lo consideraron necesario para el funcionamiento de la empresa
se observó orden en las instalaciones de maquinaria y talleres	x		
Hay suficiente iluminación en las zonas de trabajo	x		en el área de oficina pero en talleres no se pudo determinar lo suficiente
Se evidenció limpieza en las instalaciones de la empresa	x		la área de recepción la pintura no está muy presentables
El mobiliario de oficina es suficiente para desempeño de las funciones	x		
El mobiliario de oficina se encuentra en buen estado	x		
Está adecuadamente aprovechado cada espacio de la empresa		x	hay maquinaria obsoleta que limita el espacio de la entrada
Hay adecuada ventilación en las instalaciones		x	en el área administrativa no solo en el área gerencial
Cuenta con salida de emergencia y su correspondiente señalización		x	no se encuentra ninguna señalización
Los baños sanitarios están adecuadamente limpios y evidencian mantenimiento		x	
cuenta con un lugar específico para que los trabajadores ingieran sus alimentos		x	cada persona come donde quiere
Se cuenta con espacio de recreación para los colaboradores.		x	
Existe una buena comunicación patrono-colaborador.	x		
cuenta con equipo y herramienta adecuado para los trabajadores	x		
cuenta con botiquín de primeros auxilio y camilla por cualquier accidente	x		

Anexo 9: Resultado de entrevista dirigida al Gerente Operativo.



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Administración de Empresas



Entrevista dirigida a: Gerente operativo de TEQUISAL

Objetivo: Conocer la situación actual que posee la empresa “TEQUISAL” en relación a las garantías en el servicio que ofrece y como incide en el posicionamiento en el mercado de alquiler de maquinaria y equipo para la construcción.

Indicaciones: Contestar cada una de las preguntas, según su criterio personal. Le agradeceremos enormemente su participación, su aporte será de mucho interés y se presentará de manera anónima. La información recopilada será manejada con entera confidencialidad y tiene un fin estrictamente académico.

1. Qué tipo de servicios ofrece TEQUISAL.

Respuesta: Nos dedicamos a la venta y renta de equipos de construcción. Además, cuentan con la venta de repuestos para maquinaria de construcción. Son importadores de partes de recambio para maquinaria de construcción en marcas reconocidas como Kubota, Lombardini, Wacker, New Holland, Bobcat, Honda, John Deere, Ingersoll Rand, Miller, entre otras. Ofrecen tanto repuestos nuevos como usados.

El servicio que se brinda está relacionado con el alquiler de equipo de terracería, de volteo, pantallas electrónicas, reflectores, rastras, retroexcavadoras, compactadoras, mini cargador, pala mecánica, lob voy, entre otros.

2. Sus clientes se encuentran satisfechos con el servicio de alquiler

Respuesta: nuestros clientes en alguna medida se encuentran satisfechos, lo sabemos porque siempre nos toman en cuenta al alquilar un equipo para algún trabajo que estén ejecutando. En algunas ocasiones se sienten insatisfechos por operadores deficientes en algunos casos, por mala actitud, y la maquinaria cuando falla por llantas, por combustible, el motivo es porque hay

operadores que son hábiles en algunas actividades y otros operadores en otras, no todos están preparados para las diferentes actividades a realizar, lo más común es desobediencia o diferencia de opiniones, pero experiencia si la tienen. Hay ingenieros que no saben mucho y es allí donde hay dificultad para realizar las actividades ya que no poseen el conocimiento en el equipo como el operador mismo, pero en conclusión se sienten satisfechos porque reciben respuesta inmediata ante un problema.

3. han recibido algún reclamo de parte de sus clientes por el servicio brindado?

Respuesta: Si hay reclamos algunas veces por fallas mecánicas del mismo equipo y en ocasiones por operadores que no acatan ordenes de jerarquía, siempre hemos estado como sujetos a esos imprevistos que pueden pasar en la prestación del servicio, sin embargo se han tomado algunas medidas para ir minimizando ese tipo de reclamos, pero si existen.

4. ¿Qué estrategias utilizan para mantenerse posicionados en el mercado?

Respuesta: Nos caracterizamos por tener equipos de compactación prácticamente ese es como nuestro fuerte, y eso es lo que nos hace diferentes de la demás competencia, porque tienen de todos los equipos pero no se especializan en un rubro determinado, por los equipos de compactación es por lo que somos bien conocidos, podríamos llamarla como nuestra estrategia competitiva, incluso los equipos que están en el mercado han sido proveídos por Tequisal, entonces aprovechamos la venta y alquiler, nosotros estamos posicionados por ese tipo de equipo (de compactación) como por la venta de repuestos, por operadores como en máquinas mismas.

5. ¿Cuáles son los medios de publicidad que utiliza la empresa?

Respuesta: Estamos ocupando mucho las redes sociales, casi que es con lo que nos hemos quedado, anteriormente se utilizaba mucho el clasificado en el periódico, pero eso ya no lo es en estos tiempos, y la que más efecto hace es la recomendación de un cliente a otro, creo que es el medio que ha prevalecido, nos han recomendado bien.

6. ¿Para usted que es una garantía de servicio?

Respuesta: Cumplimiento de una obligación.

7. ¿Qué tipo de garantías ofrece TEQUISAL a sus clientes?

Respuesta: Garantía que si llegase a fallar el equipo se lo cambiamos sin ningún costo y a la brevedad posible luego a eso cada caso dependiendo si nosotros hemos ocasionado algún tipo de atraso en la obra no cobramos el servicio del día que se dio el problema o lo arreglamos con un descuento a la empresa, pero algo hacemos por ellos no los dejamos solos, compensan la molestia causada lo hemos hecho en varias ocasiones.

8. Considera usted que la garantía en el servicio puede reforzar las ventas y atraer nuevos clientes?

Respuesta: Si, si ha ocurrido así porque en la competencia hay muchos que no responden de manera inmediata y otros que no responden para nada, y eso se debe a que muchos o no tienen los equipos suficientes para agarrar otro y llevarlo o simplemente no lo quieren hacer y mandan al mecánico a revisarlo y se tardan dos o tres días y eso genera retraso en el servicio.

9. La garantía en el servicios que ofrece TEQUISAL es fácil de cobrar?

Respuesta: Ellos cuando hay ese tipo de problemas se abocan con el vendedor, se tienen a seis vendedores y al haber algún problema en campo, lo primero que hacen es abocarse al vendedor, llamarle, y comentarle el problema, entonces vemos cómo resolver el inconveniente causado, ellos llaman y les resolvemos, muchas veces falla por mal uso del equipo de la empresa que nos ha contratado, porque hay muchos equipos que se alquilan sin operador, entonces se debe de tener algún conocimiento para la manipulación del equipo y eso se sale de nuestra manos, antes de entregar el equipo se les brinda asesoría sobre el uso del equipo que se les alquila.

10. ¿Considera usted que una garantía en el servicio incrementaría el posicionamiento de la empresa en el mercado?

Respuesta: Definitivamente que sí, si lo hace incluso gente que por eso nos busca que saben que nosotros nunca les fallamos, por lejos que estén y por caro que nos salga siempre les respondemos, a veces les hablo que se invierten miles de dólares para que suceda, ya no estamos percibiendo nosotros ingresos simplemente fallo y hay que montar logística para solucionar una serie de cosas, retirar el equipo, llevar otro y si no lo tenemos, tenemos que buscarlo, definitivamente la gente sabe que les respondemos es una inversión, es la credibilidad nuestra.

11. ¿Cuánto tiempo dura la garantía que le ofrece TEQUISAL en caso de falla en el servicio de alquiler de maquinaria y equipo?

Respuesta: No hay tiempo estipulado para hacer efectiva una garantía, simplemente esta se hace efectiva cuando el equipo falla, Si es caso servicio o el caso que sea se actúa de inmediato, porque nuestro lema es el mejor servicio para el cliente y si partimos de allí nosotros tenemos que mandar inmediatamente nos hablen a resolver y si anda equipo nuestro por la zona mucho que mejor, se envían al lugar del incidente, mientras se prepara un equipo que vaya a resolver y esa logística la mantienen hasta el día festivo, el domingo, otro detalle que tenemos es la venta de maquinaria que si yo le vendo la maquinaria le doy un mes de prueba para que este satisfecho por el equipo que está comprando, lo que se hace que ninguna maquina sale a la venta inmediatamente a la venta hasta, si va en promesa de venta (leasing) pero probada si le pareció se la vende y sino le pareció solo le cobro la renta de ese equipo, debido a eso se tienen ventas altas por el equipo ya que respondemos y somos claros, transparentes en las condiciones del contrato y las condiciones en las que se vende el equipo además este es probado antes de entregarlo.

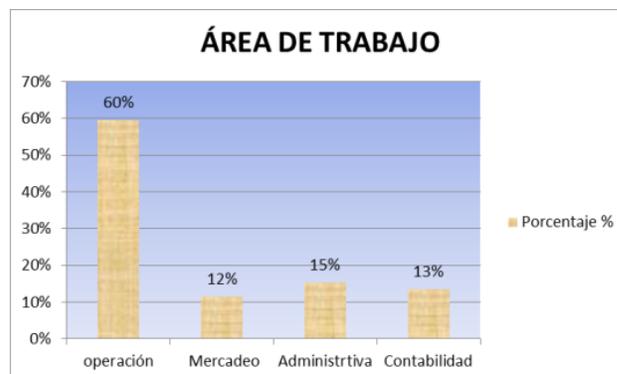
12. Considera usted que sus competidores ofrecen garantías en el servicio.

Respuesta: Algunos si ofrecen, otros no, competencia es competencia y ese como el grito de batalla de las empresas de la competencia misma, como ser competitivos nosotros estamos en ese detalle renovando flota que nos estaba dando mucho problema y estábamos quedando muy mal en campo pero se detuvo el servicio de ese equipo y se están poniendo maquinas nuevas a ese efecto ya estaba saliendo muy caro brindar el servicio con la maquinaria defectuosa, por eso se tomó la decisión de renovar la flota a fin de dar un buen servicio al cliente, la credibilidad es la que más cuidamos, hay que estar atento a muchas cosas por el tema de inversión no es fácil para un empresa, ya que a la hora de invertir hay que ver de dónde sacar ese dinero, son dineros bien altos que tienen que ver en cuanto tiempo va a retornar y cuantos tiempo se va a pagar, en primero es otro obligación que agarramos, y se salen con todas las obligaciones adquiridas ya que hemos sido bien calculadores.

Anexo 10: Resultado del cuestionario dirigido a colaboradores de TEQUISAL, S.A. de C.V.

1. ¿En qué área de trabajo se desempeña?

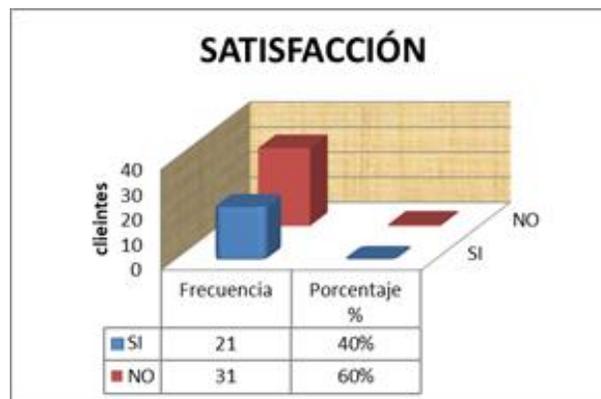
Área de trabajo	Frecuencia	Porcentaje %
operación	31	60%
Mercadeo	6	12%
Administrativa	8	15%
Contabilidad	7	13%
Total	52	100%



Análisis: Se puede observar que el 60% de los colaboradores encuestados entran al área de operación, 12% en el área de mercadeo, 16% en el área administrativa y 13% en contabilidad. Esto se debe al giro de la empresa ya que al ser una entidad que se dedica mayormente al alquiler de maquinaria pesada para la construcción necesita un mayor porcentaje de personal en el área de operación.

2. ¿Considera usted que los clientes de TEQUISAL se encuentran satisfechos con el servicio prestado?

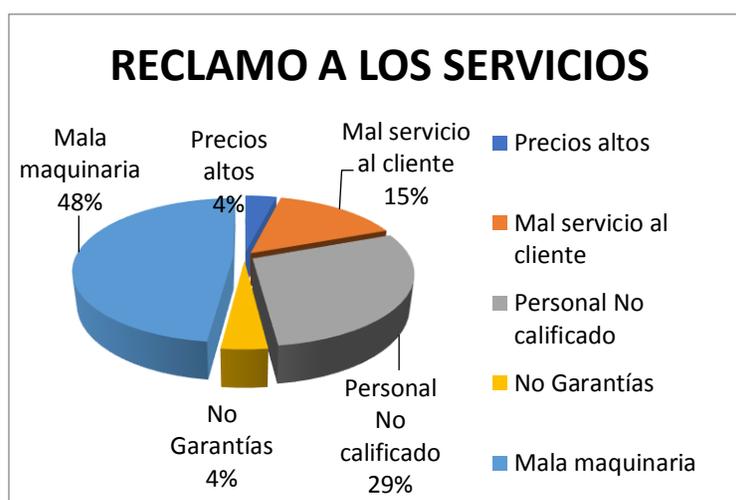
Opción	Frecuencia	Porcentaje %
SI	21	40%
NO	31	60%
Total	52	100%



Análisis: El 40% de los colaboradores encuestados respondieron que los clientes si se encuentran satisfechos con el servicio prestado por la empresa y esto se debe al buen servicio ofrecido y la responsabilidad de la misma. Así también el 60 % de los colaboradores manifiesta que los clientes no están satisfechos y se debe a la mala calidad de la maquinaria.

3. Marcar con “X” el reclamo más frecuente que hacen los clientes a los servicios que ofrece TEQUISAL.

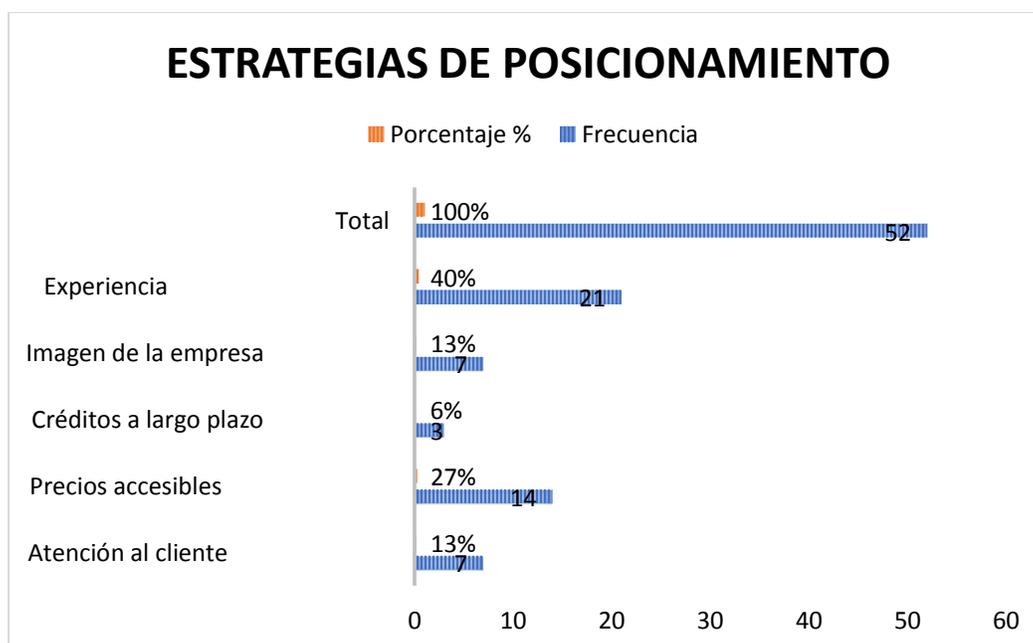
Reclamos	Frecuencia	Porcentaje %
Precios altos	2	4%
Mal servicio al cliente	8	15%
Personal No Calificado	15	29%
No Garantías	2	4%
Mala maquinaria	25	48%
Total	52	100%



Análisis: Se puede observar que del total de colaboradores encuestados el 48% indica que los clientes se quejan por la mala calidad de la maquinaria, lo que indica que es la mayor insatisfacción que tienen los mismos, así como también queda en evidencia que la empresa posee deficiencias en cuanto a la capacitación de sus colaboradores y en el servicio brindado a los clientes ambas variables representadas con un 29% y 15% respectivamente.

4. Marcar con “X” la mejor estrategia de posicionamiento en el mercado de TEQUISAL?

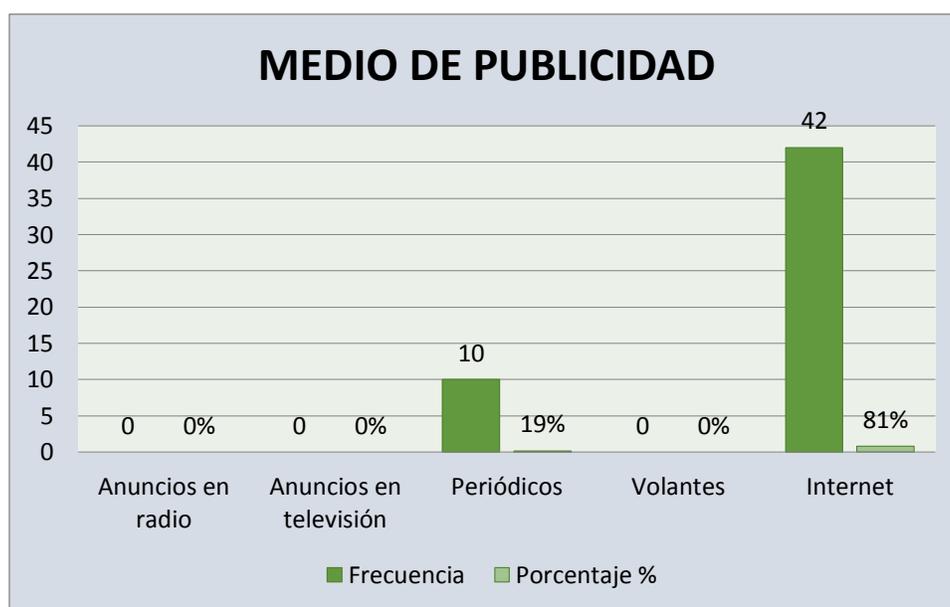
Estrategia de posicionamiento	Frecuencia	Porcentaje %
Atención al cliente	7	13%
Precios accesibles	14	27%
Créditos a largo plazo	3	6%
Imagen de la empresa	7	13%
Experiencia	21	40%
Total	52	100%



Análisis: Se puede observar que el 40% de los colaboradores manifiestan que la mejor estrategia de la empresa para posicionarse es la experiencia que posee la cual les da credibilidad ante sus clientes. Así también el 27% de los colaboradores agregan que otra estrategia muy eficaz para la empresa es la de precios accesibles, y el resto del personal opina que la imagen de la empresa y la atención al cliente son de las mejores estrategias de posicionamiento

5. ¿Marcar con “X” el medio de publicidad que más utiliza la empresa? CAMBIAR

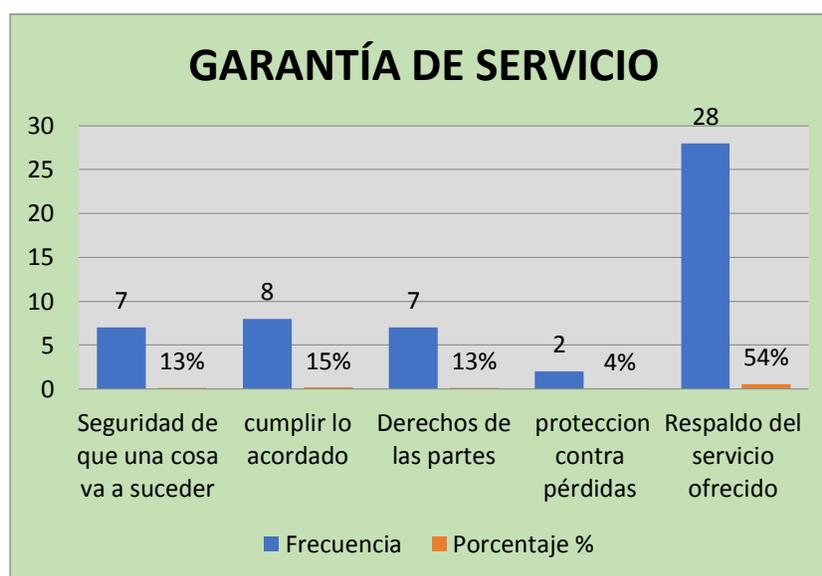
Medios de publicidad	Frecuencia	Porcentaje %
Anuncios en radio	0	0%
Anuncios en televisión	0	0%
Periódicos	10	19%
Internet	0	0%
Recomendaciones	42	81%
Total	52	100%



Análisis: la mayor parte del personal refleja en los resultados, con un 81% que el medio de publicidad que más utiliza la empresa es internet ya que según su opinión la empresa se va a adaptando a los medios más utilizados hoy en día para dar a conocer sus servicios.

6. ¿Para usted que es una garantía de servicio? seleccione el concepto que usted considere.

Garantía de servicio	Frecuencia	Porcentaje %
Seguridad de que una cosa va a suceder	7	13%
cumplir lo acordado	8	15%
Derechos de las partes	7	13%
protección contra pérdidas	2	4%
Respaldo del servicio ofrecido	28	54%
Total	52	100%



Análisis: Del total de colaboradores encuestados el 54% afirma que una garantía de servicio debe ser un respaldo y una protección en los servicios que brinda la empresa a sus clientes y el 15% considera que la empresa tiene que cumplir una obligación a partir del momento en que se presente un problema, esta ha de hacerse efectiva, así también el resto del personal opina que una garantía genera un derecho sobre el servicio al mismo tiempo da seguridad al hacer uso de este.

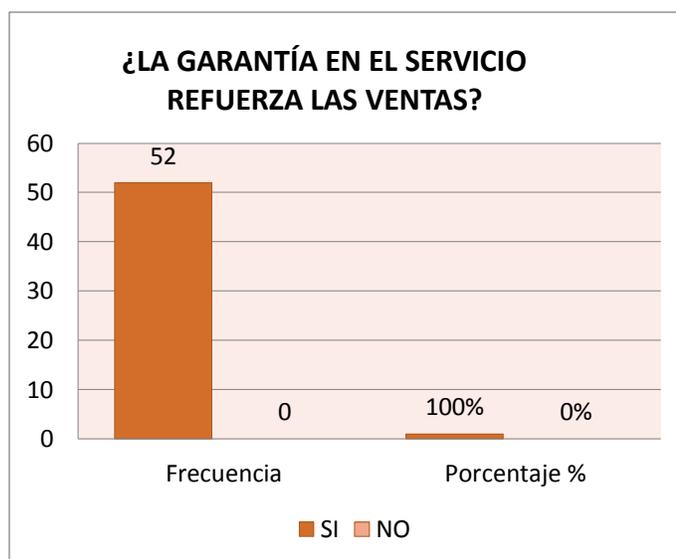
7. ¿Podría mencionar brevemente que tipo de garantías ofrece TEQUISAL a sus clientes?

Análisis:

Al consultar esta pregunta con los colaboradores ellos respondieron que no tienen conocimiento si ofrecen alguna ya que ese tipo de información solo la conoce el gerente operativo y sus asistentes sin embargo mencionaron que si el cliente llama responden a la brevedad posible.

8. ¿Considera usted que la garantía en el servicio puede reforzar las ventas y atraer nuevos clientes?

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
SI	52	100%
NO	0	0%
Total	52	100%

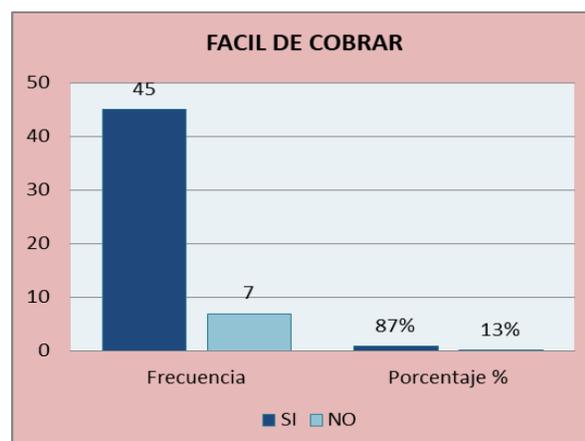


Análisis:

El 100% del personal afirma que una garantía en el servicio aumentaría y reforzaría las ventas de la empresa por todos los beneficios que esta brinda, así como también se convertiría en una buena estrategia para atraer nuevos clientes.

9. ¿Considera usted que las Garantías que ofrece la empresa son fácil de cobrar?

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
SI	45	87%
NO	7	13%
Total	52	100%

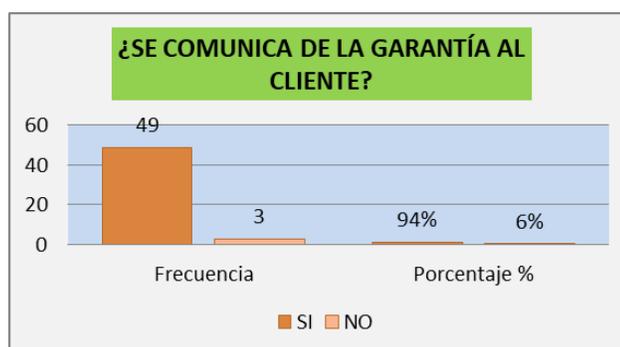


Análisis

Se puede observar que el 87% del personal manifestó que el cliente llama y hace algún reclamo y la empresa soluciona el inconveniente, pero, que no conocen con exactitud si el servicio ofrecido lleva implícita una garantía de servicio y si es fácil de cobrar por la misma falta de información al personal administrativo, mientras que el 7% aseguro que no dan garantía en los servicios.

10. ¿De acuerdo a su conocimiento, le comunican al cliente la duración de la garantía que ofrecen?

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
SI	49	94%
NO	3	6%
Total	52	100%

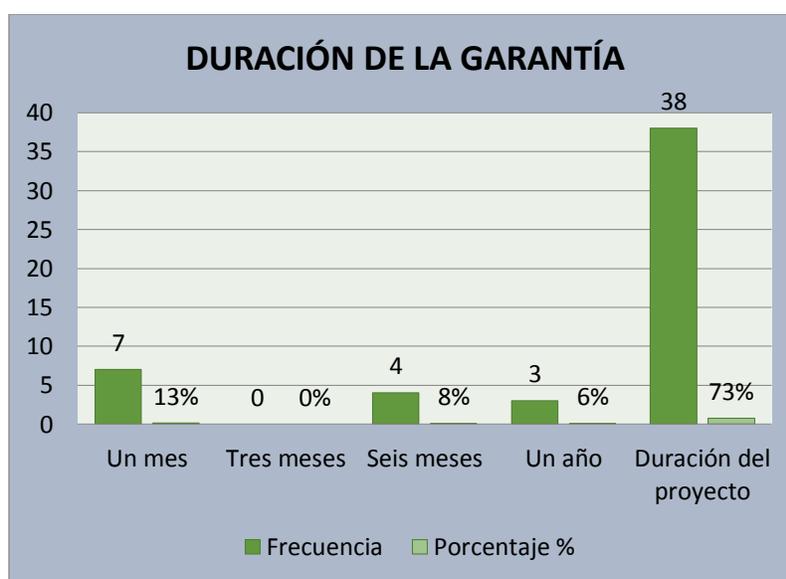


Análisis:

Se puede observar que del total de encuestados el 94% afirma que en cada contrato y en cualquier tipo de proyecto la empresa comunica a sus clientes cuanto tiempo durara la garantía así como los plazos de la misma, y en caso muy especiales no es necesario comunicar la duración ya que los clientes tienen seguridad del respaldo de la garantía.

11. ¿De acuerdo a su conocimiento ¿Cuánto tiempo dura la garantía que ofrece TEQUISAL en caso de presentarse fallas en el servicio de alquiler de maquinaria y equipo?

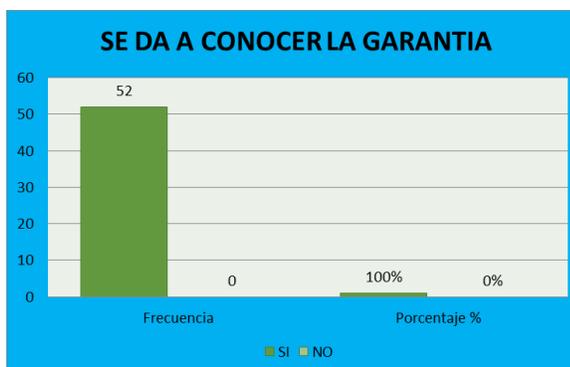
Tiempo de duración	Frecuencia	Porcentaje %
Un mes	7	13%
Tres meses	0	0%
Seis meses	4	8%
Un año	3	6%
El tiempo que dure el proyecto.	38	73%
Total	52	100%



Análisis: Según los resultados obtenidos el 73% del personal indicaron que la duración del servicio que ofrece la empresa se mantiene durante el tiempo que dure el proyecto, ya que no se pueden eliminar los riesgos y la solución a estos tiene que ser inmediata. Así mismo el 13% manifiesta que las garantías tienen una duración de un mes, 8% manifestó que 6 meses, el 6% que un año y es debido a que no todos están conocedores de este detalle del servicio prestado.

12 ¿En su opinión ¿le dan a conocer las condiciones que establece el contrato de alquiler de maquinaria y equipo pesado para la construcción al cliente??

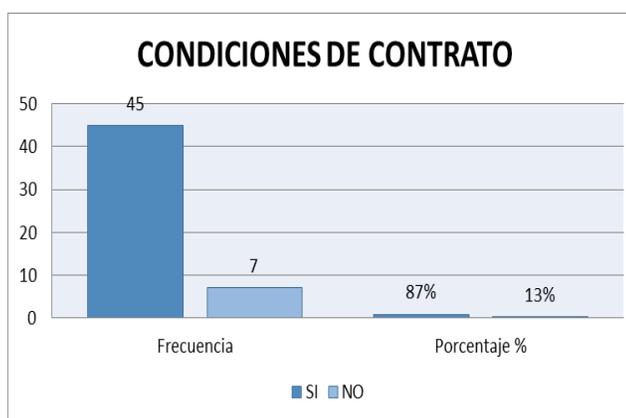
Opción	Frecuencia	Porcentaje %
SI	52	100%
NO	0	0%
Total	52	100%



Análisis: Se puede observar que el 100% del personal afirma que la empresa da a conocer a sus clientes todas las condiciones que se establecen en el contrato o cotización de prestación de servicios de alquiler de maquinaria y equipo para la construcción

13. ¿Considera usted que la empresa cumple con las condiciones establecidas en el contrato al momento de brindarle el servicio cliente?

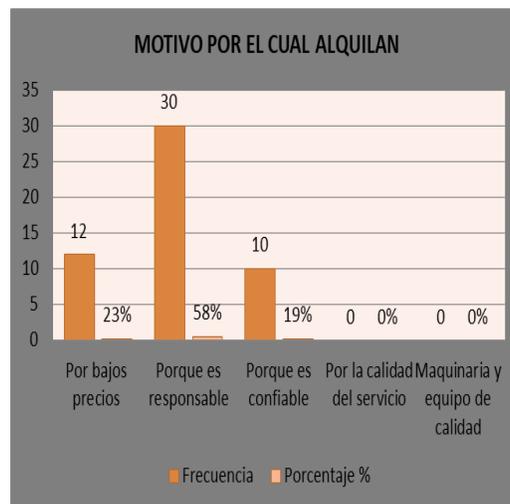
Opción	Frecuencia	Porcentaje %
SI	45	87%
NO	7	13%
Total	52	100%



Análisis: Se observa que el 87% de los colaboradores afirman que la empresa si cumple con las condiciones que se establecen en el contrato y las hacen efectivas a la hora de brindar el servicio adquirido por los clientes. Así mismo el resto del personal indica que las condiciones no se cumplen debido a la mala coordinación y comunicación con los mismos.

14. Marque con una “X” el motivo por el cual los clientes de TEQUISAL contratan el servicio de alquiler de maquinaria.

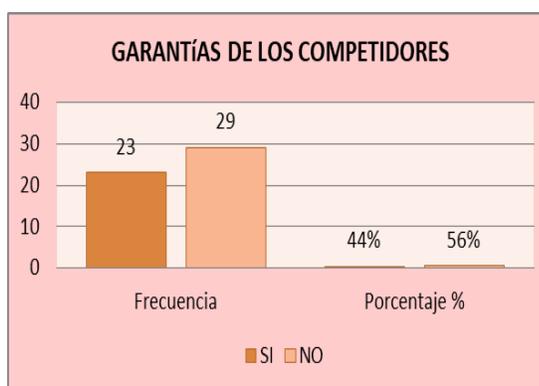
Opciones	Frecuencia	Porcentaje %
Por bajos precios	12	23%
Responsable	30	58%
Confiable	10	19%
Calidad del servicio	0	0%
Maquinaria y equipo de calidad	0	0%
Total	52	100%



Análisis: Se determinó que el motivo principal por el cual los clientes de TEQUISAL contratan sus servicios se debe a que la empresa cuenta con un alto grado de responsabilidad en los servicios brindados, así como también los bajos precios ofrecidos por la misma y la confianza que esta genera en el cumplimiento de todas las condiciones plasmadas en el contrato.

15. ¿Conoce usted si los competidores de TEQUISAL ofrecen garantías en el servicio a los clientes?

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
SI	23	44%
NO	29	56%
Total	52	100%

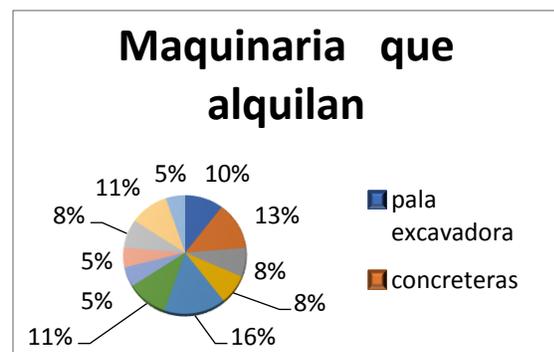


Análisis: Se puede observar que el 44% del personal manifiesta que los competidores de la empresa si ofrecen garantías en el servicio pero que varias de estas llevan restricciones y al final esto genera insatisfacción con el servicio y muchos de estos clientes deciden hacer uso de los servicios de TEQUISAL por lo cual el 56% de los colaboradores opina que los competidores no ofrecen garantías eficaces y flexibles.

Anexo 11: Resultado de cuestionario dirigido a los clientes de TEQUISAL, S.A. de C.V.

1. ¿Mencione qué tipo de maquinaria y equipo alquila con frecuencia a TEQUISAL?

Maquinaria	Frecuencia	Porcentaje
pala excavadora	4	11%
concreteras	5	13%
rodo pata de cabra	3	8%
planta eléctrica	3	8%
Vibro compactadoras	6	16%
retroexcavadora	4	11%
tractor	2	5%
motoniveladoras	2	5%
bomba achicadora	3	8%
mini cargadores	4	11%
plancha vibratoria	2	5%
Total	38	100%



Análisis: el 16% de los clientes alquilan vibro compactadoras, el 13% alquilan concreteras y el 11% representa clientes que optan por alquilar pala excavadora, retroexcavadoras o mini cargadores; Lo que verificamos es la preferencia de los clientes en alquilar un tipo de maquinaria en particular.

2. Califique la satisfacción del servicio brindado por la empresa TEQUISAL según escala descriptiva siguiente.

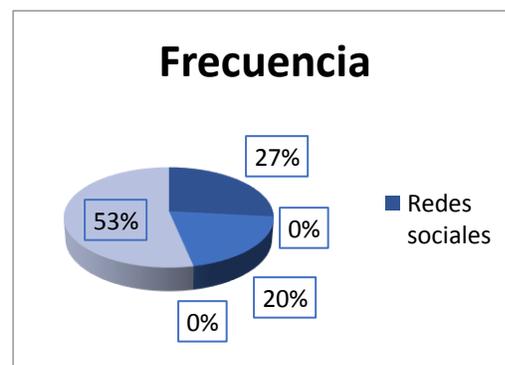
Opciones	Frecuencia	Porcentaje %
Excelente	10	67%
Muy bueno	4	27%
Regular	1	7%
Regular	0	0%
Malo	0	0%
total	15	100%



Análisis: La gráfica indica que el 67% de los clientes se sienten satisfechos con el servicio brindado por la empresa TEQUISAL, mientras que el 27% opinan que es muy bueno y la minoría representada por el 7% de sus clientes opinan que es regular.

3. Marque con una "X" el medio de publicidad por el cual conoció los servicios que ofrece la empresa TEQUISAL.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	4	27%
Anuncios de radio	0	0%
Periódicos	3	20%
Televisión	0	0%
Recomendado por otro cliente	8	53%
Total	15	100%



Análisis: el 53% de los clientes representa el medio más utilizado por la cual llegaron a conocer los servicios de TEQUISAL, este es el recomendado por otros clientes, mientras que el 27% se dio cuenta por redes sociales y el 20% a través del periódico.

4. ¿Qué tipo de garantías le ofrece TEQUISAL al momento de adquirir un servicio?

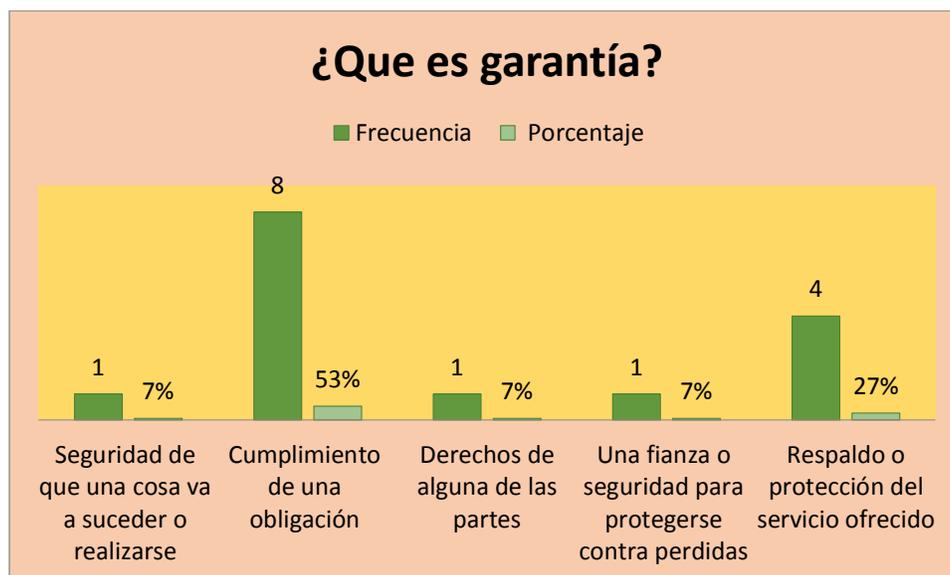
Análisis:

En la mayoría de respuestas que los clientes dieron a esta pregunta, es que TEQUISAL ofrece garantía por el uso de la maquinaria y equipo que alquila debido a fallas del equipo y que responde a la brevedad posible para solucionar el inconveniente.

Maquinaria y equipo en buenas condiciones para efectuar los trabajos, de manera que si el equipo falla TEQUISAL, lo reparan o cambiar el equipo.

5. ¿Dentro de los literales siguientes que es garantía para usted? Seleccione una opción.

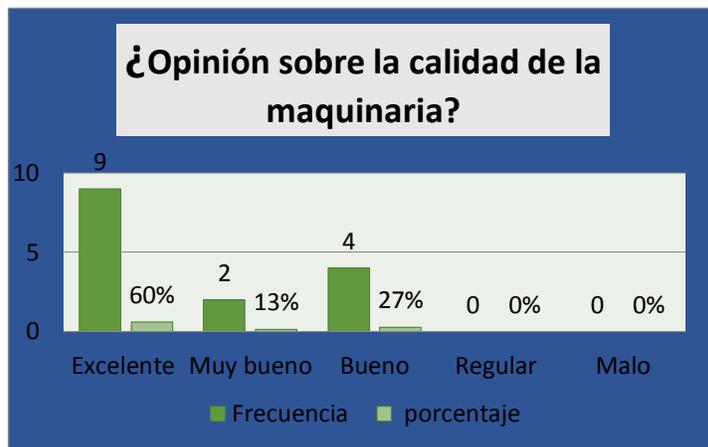
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Seguridad de que una cosa va a suceder o realizarse	1	7%
Cumplimiento de una obligación	8	53%
Derechos de alguna de las partes	1	7%
Una fianza o seguridad para protegerse contra pérdidas	1	7%
Respaldo o protección del servicio ofrecido	4	27%
Total	15	100%



Análisis: el 53% de los clientes encuestados seleccionaron que para ellos la garantía es: cumplimiento de una obligación y es porque la empresa cumple con sus acuerdos verbales en el caso de clientes antiguos y por escrito a los nuevos para ganar credibilidad, el 27% selecciono que es: respaldo o protección del servicio ofrecido.

6. ¿Cuál es su opinión sobre la calidad de la maquinaria y equipo ofrecido por TEQUISAL? Seleccionar una opción según escala descriptiva de la calidad

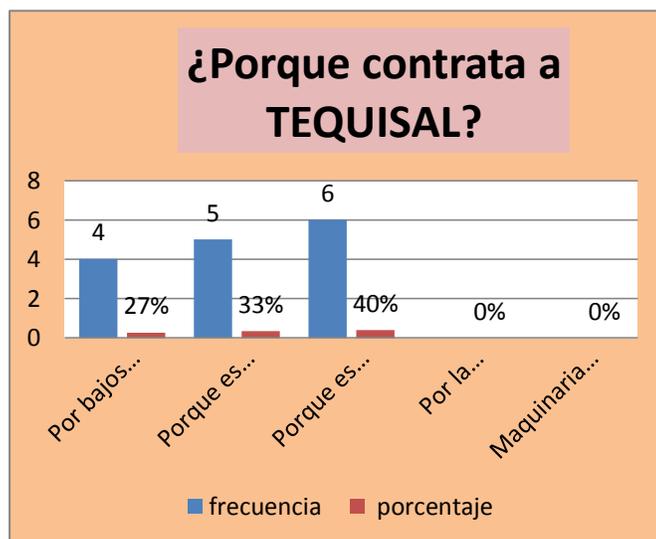
Opciones	Frecuencia	porcentaje
Excelente	9	60%
Muy bueno	2	13%
Bueno	4	27%
Regular	0	0%
Malo	0	0%
Total	15	100%



Análisis: El 60% opino que la calidad de la maquinaria y equipo que brinda TEQUISAL es excelente, el 27% opino que es bueno mientras que el 13% opinó que es muy bueno.

7. Marque con una "X" el motivo por el cual contrata los servicios de TEQUISAL

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Por bajos precios	4	27%
Porque es responsable	5	33%
Porque es confiable	6	40%
Por la calidad del servicio	0	0%
Maquinaria y Equipo de calidad	0	0%
Total	15	100%



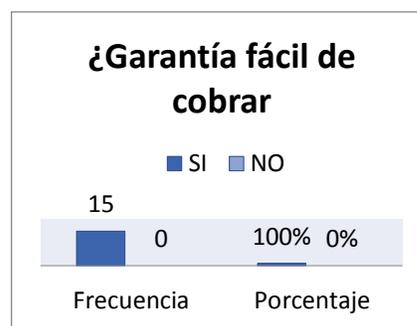
Análisis: El 40% opino que el motivo por el cual contratan los servicios de TEQUISAL es porque el servicio prestado es confiable, el 33% opina que la empresa es responsable y el 27% los contrata por sus buenos precios en alquiler de maquinaria y equipo

8 Mencione que tipo de garantías le gustaría que TEQUISAL brinde?

Análisis: Que haya facilidad de pago como por ejemplo que el pago sea a 30 días, que si el equipo falla y no resuelven el mismo día que no cobren por ese tiempo.

9. ¿Considera usted que las garantías que le frece la empresa tequisal son fácil de cobrar?

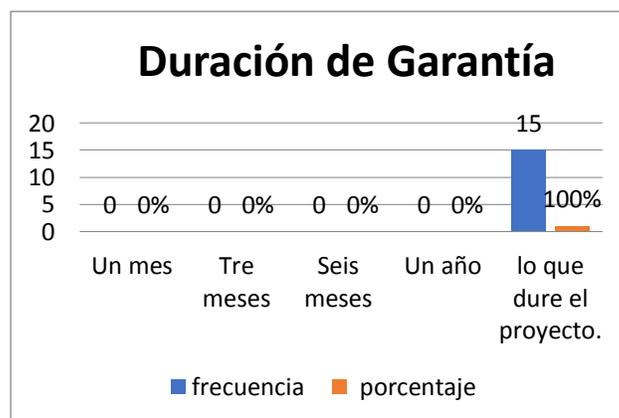
Opción	Frecuencia	Porcentaje
SI	15	100%
NO	0	0%
Total	15	100%



Análisis: El 100% opina que la garantía que ofrece TEQUISAL son fácil de cobrar. Porque se obtiene una respuesta pronta al momento en que pasa algún inconveniente en el desarrollo del proyecto.

10. De acuerdo a su conocimiento ¿Cuánto tiempo dura la garantía que le ofrece TEQUISAL en caso de falla en el servicio de alquiler de maquinaria y equipo?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Un mes	0	0%
Tres meses	0	0%
Seis meses	0	0%
Un año	0	0%
Lo que dure el proyecto	15	100%
Total	15	100%

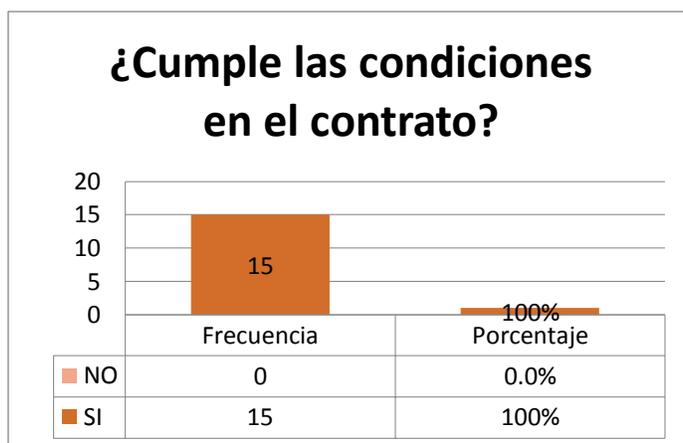


Análisis: El 100% de los clientes opina que TEQUISAL da una respuesta inmediata ante un inconveniente con la maquinaria o equipo que les alquila a excepción del día domingo que no labora personal en las instalaciones.

No hay un tiempo definido por la empresa TEQUISAL, para que sus clientes hagan efectiva la garantía ya que este se hace efectiva durante lo que dure el proyecto de ejecución en el cual participa su cliente o tiempo de uso que le dé, para una actividad que él lo indique.

11.¿Considera usted que la empresa cumple las condiciones en el contrato de alquiler de servicios prestados?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
SI	15	100%
NO	0	0.0%
Total	15	1.00

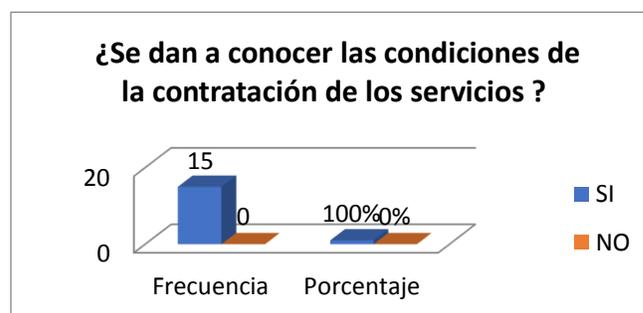


Análisis: el 100% de los clientes opino que si porque:

*cumplen lo acordado en el contrato o cotización realizada al cliente que este les solicite, cobran lo justo y no cobran por fallas en el servicio.

12. En su opinión ¿le dan a conocer las condiciones de la contratación de los servicios?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
SI	15	100%
NO	0	0%
Total	15	100%



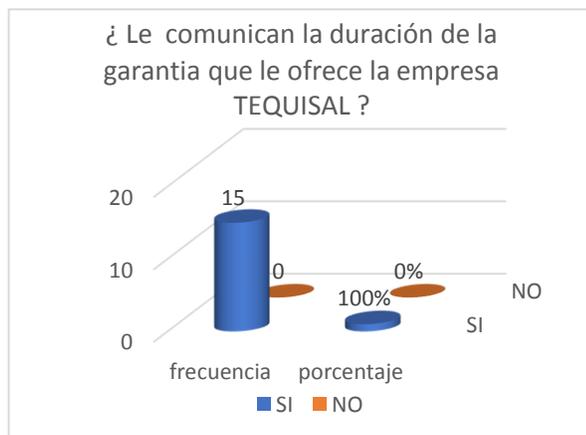
Análisis: El 100% de los clientes en respuesta a esta pregunta respondieron que:

*Si dan a conocer las condiciones al solicitar el equipo pero no el estado en el que se encuentra la maquinaria como la experiencia que tiene el encargado de manipularla.

*ellos detallan en la cotización que incluye el servicio y que no incluye el servicio de alquiler.

13. ¿Le comunican la duración de la garantía que le ofrece la empresa TEQUISAL?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
SI	15	100%
NO	0	0%
Total	15	100%



Análisis: El 100% opino que normalmente la garantía dura todo el tiempo que dura el proyecto. La garantía no tiene límite simplemente esta se hace efectiva en el momento que el equipo alquilado se dan durante el tiempo que dura el proyecto o trabajo por el cual se contrataron los servicios.

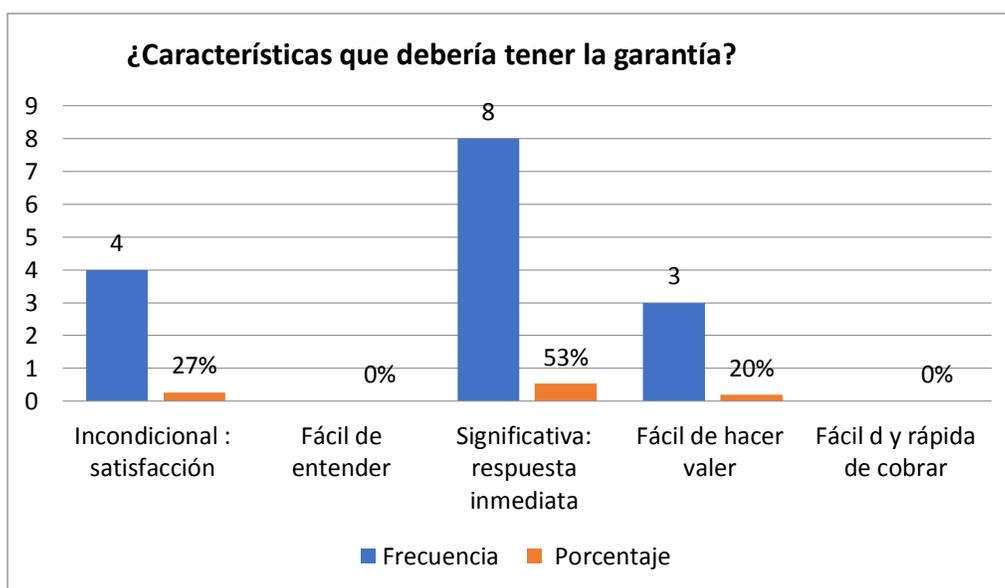
13. ¿Usted alquila servicios de maquinaria y equipo a otras empresas? Mencione por favor el tipo de garantía en el servicio que le ofrecen?

Análisis:

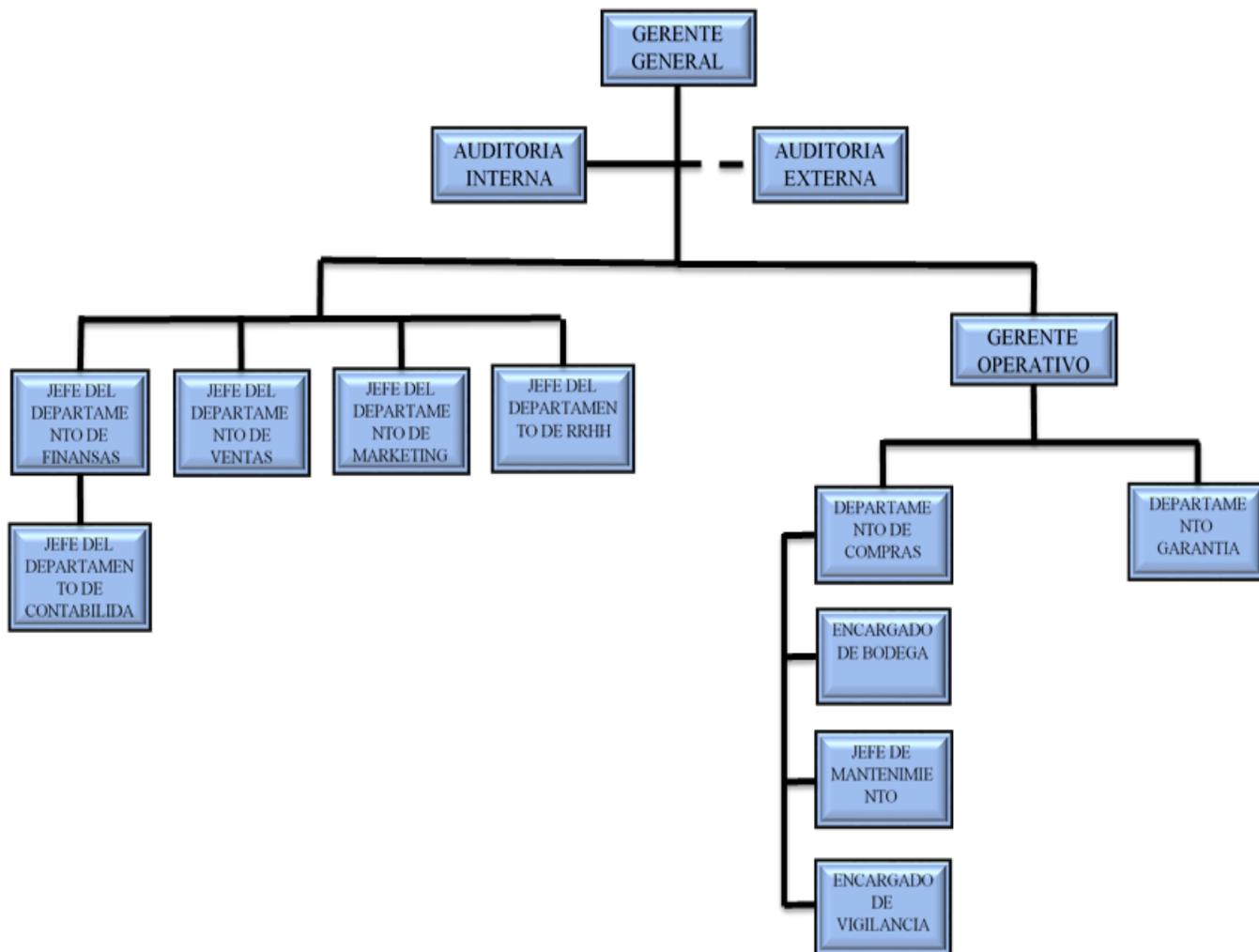
- Si, de igual manera brindan la garantía de dar mantenimiento o solucionar un problema cuando una maquinaria está fallando pero no tienen diversidad de equipo como TEQUISAL.
- La competencia brinda garantía con dificultad ya que analizan el caso y si lo amerita no cobran la falla del equipo pero sino lo amerita les cobran el tiempo que este en campo aunque la maquinaria no la estén usando.
- No siempre dan garantía, muchas veces cobran por el tiempo que fallo la maquinaria alquilada.

15. Marque con una " X" la característica que debería tener la garantía en el servicio.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Incondicional : satisfacción	4	27%
Fácil de entender		0%
Significativa: respuesta inmediata	8	53%
Fácil de hacer valer	3	20%
Fácil d y rápida de cobrar		0%
Total	15	100%



Análisis: el 53% representa la mayoría de clientes entrevistados quienes sugirieron que TEQUISAL aplica a su garantía la palabra significativa ya que la respuesta a las quejas es inmediata y por lo que quedan satisfechos y con deseos de volver a contratar sus servicios es decir son su primera opción., además el 27% respondió que su garantía es incondicional y el 20% dijo que es fácil de hacer valer.

Anexo 12: Organigrama propuesto.

Fuente: Organigrama propuesto por el equipo de investigación.

Anexo 13: Imágenes de la página web de TEQUISAL.

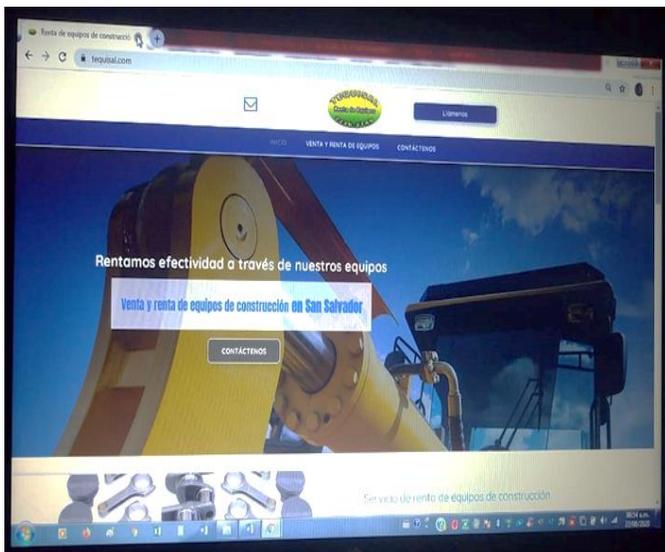
Tipo de maquinaria y equipo pequeño que venden.



Repuestos.



Página web actual.



Plantel de Tequisal.



Anexo 14: Productos promocionales.



Camisa tipo polo



Gorras



Llavero



Taza

Anexo 15: Volante informativo de los servicios que ofrece TEQUISAL.



MAQUINARIA EN ALQUILER:

- Motoniveladoras
- Compactadora
- Retroexcavadora
- Camiones de volteo
- Luminarias
- Montacargas
- Mini cargador
- Pala mecánica
- Y mucho más.

Visítenos estamos para servirle.



GARANTIA,
CALIDAD Y
EXPERIENCIA



- MOVIMIENTO DE TIERRA – OBRAS CIVILES
- ALQUILER DE MAQUINARIA PARA CONSTRUCCIÓN
- TRANSPORTE – ADMINISTRACIÓN - REPUESTOS



Oficina central: 27 calle poniente, # 1119, Col. Layco.

Tel: 2226-2749 y 7740-9042

Correo electrónico: tequisal.aa@gmail.com

Página web: <https://www.tequisal.com/www/tequisal.com>



Anexo 16: Propuesta de logo y slogan para refrescar la imagen de TEQUISAL.



Anexo 17 Presupuesto General de Estrategias para TEQUISAL, S.A. de C.V.

No	Estrategia	Actividad		Concepto	Cantidad	Precio Unitario	Total
1	Posicionamiento de Imagen	Refrescamiento de Imagen	1.1	Camisetas	50	\$ 7.50	\$ 375.00
				Tasas	50	\$ 5.00	\$ 250.00
				Gorras	50	\$ 0.75	\$ 37.50
				Llaveros	50	\$ 1.25	\$ 62.50
			Aplicación de redes sociales	1.2	Asignación de dos estudiantes de Diseño Gráfico e Informática, en convenio con universidades, con pasantías, considerando viáticos.	2	\$ 40.00
		Diseño de tarjetas de presentación.	1.3	Elaboración de Tarjetas de Presentación para entregar a los clientes.	200	\$ 0.25	\$ 50.00
Total de Estrategia de Imagen							\$ 855.00
2	Fidelización	Informar a los clientes de los servicios	2.1	Dar recomendaciones a sus clientes al alquilar un equipo.		\$ -	\$ -
		Fomentar la eficiencia de los colaboradores.	2.2	Reuniones una vez al mes para revisar el trabajo en equipo y las encuestas en línea.	14	\$ 2.00	\$ 28.00
		Recompensar a clientes fieles cada fin de año	2.3	Regalos Navideños, rifas.		\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
Total de Estrategia de Fidelización							\$ 2,028.00
3	Promoción	Realizar una exposición de la maquinaria y equipo disponible	3.1	Instalaciones de TEQUISAL, S.A DE C.V., se realizara la invitación por las redes sociales y se tendrá refrigerio.		\$ 250.00	\$ 250.00
		Entrega de domicilio de repuestos.	3.2	Motocicleta para entregas	1	\$ 950.00	\$ 950.00
				Empleado	1	\$ 350.00	\$ 350.00
				Repuestos y combustible	1	\$ 50.00	\$ 50.00
			Diseño rótulos publicitarios para llamar la atención de las personas que pasan por la empresa.	3.3	2 Banners 2x2 MT	2	\$ 225.00
Total de Estrategia de Promoción							\$ 2,050.00

4	Programa de capacitaciones para los colaboradores.	Hacer conciencia en reuniones a los colaboradores que la rapidez es secundaria a la calidad.	4.1	Refrigerio	14	\$ 3.00	\$ 42.00
		Seleccionar Empresas de Capacitación a personal de Tequisal, S.A de C.V.	4.2	Buscar las empresas encargadas en capacitar al personal, el costo dependerá del tipo de capacitación. Costo estimado.	6	\$ 150.00	\$ 900.00
		Determinar los recursos para ofrecer una garantía de servicio.	4.3	Reuniones mensuales para determinar los recursos	6	\$ 5.00	\$ 30.00
Total de Estrategia de Programa de capacitaciones a personal.							\$ 972.00
5	Programas de mantenimiento	Mantenimiento preventivo trimestralmente	5.1	revisión y reparación preventiva de la maquinaria y equipo de construcción	3	\$ 125.85	\$ 377.55
	Preventivo para la maquinaria y equipo.	Capacitar al personal en el manejo, y mantenimiento preventivo y correctivo de la maquinaria y equipo.	5.2	Personal calificado en actividades de monitoreo y mantenimiento preventivo y correctivo de la maquinaria y equipo.	31	\$ 32.26	\$ 1,000.00
		Conocer la satisfacción del cliente después de un trabajo con garantía	5.3	Elaborar libreta con hoja de calificaciones por parte del cliente.	4	\$ 5.00	\$ 20.00
Total de Estrategia de Mantenimiento de Equipo							\$ 1,397.55
6	Descuento por un mal servicio prestado en alquiler equipo.	Identificar al cliente con mal servicio, y solicitud de descuento en nueva contratación	6.1	Personal atento a colaborar para que el cliente se vaya satisfecho	\$ -	\$ -	\$ -
		Se identifica y se consulta el documento que detalla la situación anterior del mal servicio prestado	6.2	Comunicar al cliente que tiene derecho a su descuento en el servicio brindado.	\$ -	\$ -	\$ -
		Se hace la contratación del nuevo servicio aplicando descuento asignado por Gerente de Venta.	6.3	Recordarle y demostrarle al cliente que su descuento fue aplicado a su nuevo contrato de servicio.	según tabla anexo 2	\$ -	\$ -
Total de Estrategia de descuento por un mal servicio prestado.							
TOTAL PRESUPUESTO.							\$ 7,302.55
Nota: los descuentos se aplicaran según sea estimado por la empresa y de acuerdo al servicio prestado.							