

# Análisis de plagio sobre:

## *Trabajo Práctico de Ejemplo.docx*

Tópicos del texto: *cliente, experiencia, producto, empresa, servicio, personalizacion, ejemplo, valor*

Nombre del alumno que realizó el TP: *Diego Peccia*

### Análisis de plagio

Total de 4 plagios encontrados en 05 minutos, 01 segundos

Porcentaje de plagio general: 44%

Oración plagiada	Oración original	Lugar donde se encontró	Ubicación
<b>Se modifican las formas de un producto para que siente especialmente diseñadas para el cliente</b>	Se modifican las formas de un producto para que siente especialmente diseñadas para el cliente	<a href="#">TP 3 - Economía de Experiencia - Andrés Basso (1).docx</a>	(758, 773)
<b>Las ventajas son: Mejores precios, menos necesidad de descuentos, mayores ingresos por clientes, mas cliente con menores costos de adquisicion, niveles de retencion mas altos diferenciacion ante sus competidores</b>	7) Las ventajas son: Mejores precios, menos necesidad de descuentos, mayores ingresos por clientes, mas cliente con menores costos de adquisicion, niveles de retencion mas altos diferenciacion ante sus competidores	<a href="#">TP 3 - Economía de Experiencia - Andrés Basso (1).docx</a>	(639, 675)
<b>Las impresiones son los recuerdos que el cliente se lleva de la experiencia, asociados a ciertas dimensiones especificas</b>	4) Las impresiones son los recuerdos que el cliente se lleva de la experiencia, asociados a ciertas dimensiones especificas a	<a href="#">TP 3 - Economía de Experiencia - Andrés Basso (1).docx</a>	(432, 454)
<b>La ciencia economica envuelve la toma de decisiones de los individuos, las organizaciones y los Estados para asignar esos recursos escasos</b>	La ciencia economica envuelve la toma de decisiones de los individuos, las organizaciones y los Estados para asignar esos recursos escasos	<a href="https://estudioscontableslaplata.wordpress.com/2019/02/04/la-economia-es/">https://estudioscontableslaplata.wordpress.com/2019/02/04/la-economia-es/</a>	(438, 460)