



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,  
ADMINISTRATIVA Y CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Tema:

**PLAN DE CONTROL DEL PROCESO ADMINISTRATIVO PARA LA  
MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE CORPORATIVO DE LA  
EMPRESA ASUNCORP S. A.**

Autor:

**Boloña Rojas Martin Damián**

Tutor:

**Dr. C. Simón Alberto Illescas Prieto**

Guayaquil, Ecuador

**2019**



## DEDICATORIA

Este trabajo se lo quiero dedicar primeramente a Dios quien es el que me permite levantarme cada día con más fuerza y con ganas de salir adelante, por bendecirme en cada paso, por estar conmigo en todo momento y guiarme a realizar un sueño tan esperado por mi parte

En segundo lugar, a mis padres quienes me dieron la vida y sus consejos que siempre fueron fundamentales para el avance de mi objetivo; han sabido demostrar su amor, sacrificándose por darme lo mejor de ellos.

Por último y no menos importante, a mi esposa y mis hijos quienes son piezas fundamentales en mi vida; son los motores de mí ser, quienes siempre están dispuesto a escucharme y ayudarme en lo que más puedan.

**Boloña Rojas Martin Damián**



## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer a los docentes del I.T.B. quienes han sido parte fundamental de mi formación académica inculcándome valores y conocimientos propios de ello.

También quiero agradecer a mis compañeros de aulas quienes me ayudaron en ciertas circunstancias adversas de la carrera, motivándome, aconsejándome y siempre pensando en mi bienestar.

Nunca me cansaré de agradecer a Dios por ser muy bueno conmigo y por siempre llenarme de bendiciones.

**Boloña Rojas Martin Damián**



## INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

### CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Boliviano de Tecnología.

#### **CERTIFICO:**

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Plan de control del proceso administrativo para la mejora del servicio al cliente corporativo de la empresa ASUNCORP S.A.”** y problema de investigación: **¿Cómo controlar las funciones administrativas para la mejora del servicio al cliente corporativo de la compañía ASUNCORP S.A. ubicado en el cantón Guayaquil, provincias del Guayas en el periodo 2019?**, presentado por **Boloña Rojas Martin Damián** como requisito previo para optar por el título de:

#### **TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresado:

**Boloña Rojas Martin Damián.**

Tutor:

**Phd. Simón Alberto Illescas Prieto**

## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Boloña Rojas Martin Damián** en calidad de autor con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **Plan de control del proceso administrativo para la mejora del servicio al cliente corporativo de la empresa ASUNCORP S.A.**, de la modalidad presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **Tecnología en Administración de Empresas**, de conformidad con *el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de *la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Boloña Rojas Martin Damián  
Nombre y Apellidos de la Autor  
No. de cédula: 0914907332

\_\_\_\_\_  
Firma

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN CEGESCIT**

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de Información Científica y Transferencia de Tecnología (CEGESCIT) nombrado por el consejo Directivo del Instituto Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

### **CERTIFICO:**

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en **EL REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES** del ITB.

---

Nombre y Apellidos del Colaborador

CEGESCYT

---

Firma



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES,  
ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Tema:

**Plan de control del proceso administrativo para la mejora del servicio  
al cliente corporativo de la empresa ASUNCORP S.A.**

**Autora:** Boloña Rojas Martin Damián

**Tutor:** Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

Resumen

La empresa ASUNCORP S. A. ubicada en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, Km 14 1/2 vía a Daule, entrada primera por Ambev-Ecuador. Se pudo identificar que en esta compañía el servicio de atención al cliente corporativo presenta falencias, no es el más acorde a la necesidad de la empresa; por lo que los clientes prefieren la elección de otras compañías que satisfagan sus necesidades y brinden un buen servicio de atención. El siguiente proyecto se realizará debido a que en la actualidad la satisfacción del cliente ha dejado de ser primordial para las empresas, despreocupándose de los aspectos que mantienen al cliente fidelizado con la empresa. El trabajo tiene como objetivo primordial la elaboración de un plan de control sobre el proceso administrativo para la debida mejora del servicio de atención a los clientes corporativos de la empresa. El tipo de investigación que se empleó fue el descriptivo debido a que se especificó las causas y consecuencias que influyen en el problema y las técnicas de investigación que se utilizaron son las encuestas y entrevista que contribuye al desarrollo de la investigación.

Administrativo

Control

Cliente

Servicio



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES,  
ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Tema:

**Plan de control del proceso administrativo para la mejora del servicio  
al cliente corporativo de la empresa ASUNCORP S.A.**

**Autora:** Boloña Rojas Martin Damián

**Tutor:** Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

Astract

**The company ASUNCORP S. A. is located in the northern sector of the city of Guayaquil, Km 14 1/2 track a Daule, first by Ambev-Ecuador entry. We were unable to identify that in this company the service of corporate customer care presents shortcomings, it is not the most according to the need of the company; so that customers prefer the choice of other companies that meet their needs and provide a good customer service. The next project will be carried out due to the fact that client satisfaction has ceased to be paramount for companies, be calm of the aspects that keep the customer loyalty to the company. The work has as its primary objective the development of a plan of control over the administrative process for the proper care service improvement to corporate clients of the company. The type of investigation employment was the descriptive due to specifying the causes and consequences that influence the problem and research techniques that were used are surveys and interview that contributes to the development of the investigation.**

**Administrative**

**Control**

**client**

**Service**



## ÍNDICE GENERAL

<b>Contenidos:</b>	<b>Páginas:</b>
Portada.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	iv
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN.....	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN CEGESCIT.....	vi
Resumen.....	vii
Astract.....	viii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>EL PROBLEMA</b>	
Planteamiento del Problema.....	1
Ubicación del Proyecto en un Contexto.....	3
Situación Conflicto.....	4
Delimitación del Problema.....	6
Formulación del Problema.....	6
Variables.....	6

Evaluación del Problema .....	7
Objetivos de la investigación .....	7
Objetivo General:.....	7
Objetivo Específicos .....	7
Interrogantes de la Investigación .....	8
Justificación del Problema .....	8
Aspectos que justifican la investigación .....	10
Viabilidad de la investigación.....	11

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

Antecedentes Históricos .....	12
Antecedentes Referenciales .....	18
Fundamentación Legal .....	22
Variables de la Investigación .....	26
Definiciones Conceptuales .....	28

## **CAPITULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

Datos de la entidad.....	31
Organigrama departamental del departamento administrativo .....	33
Diseño de investigación .....	35
Diseño de campo.....	36
Diseño bibliográfico .....	36
Investigación cualitativa .....	37
Investigación cuantitativa.....	37
Descriptivo.....	38
Explicativo .....	39

Tipos de muestra .....	41
Métodos Teóricos .....	42
Método descriptivo.....	42
Técnicas e instrumentos de investigación.....	43
Técnicas de Investigación.....	43

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

Encuesta .....	46
Entrevista .....	56
Plan de control.....	59
Plan de control.....	60
Plan de Capacitación .....	60
Presupuesto .....	61
Conclusiones .....	63
Recomendaciones .....	64
Bibliografía.....	65
Anexos	

## ÍNDICE DE TABLAS

Contenidos:	Páginas:
Tabla 1: Entorno .....	4
Tabla 2: Plantilla de trabajadores.....	34
Tabla 3: investigación .....	37
Tabla 4: Tipos de investigación.....	38
Tabla 5: Población de Asuncorp S. A,.....	40
Tabla 6: Poblacion a estudiar .....	41
Tabla 7: Procedimientos .....	43
Tabla 8: servicio .....	46
Tabla 9: Atención.....	47
Tabla 10: Servicio al cliente .....	48
Tabla 11: Necesidades .....	49
Tabla 12: Mejoras del servicio .....	50
Tabla 13: Funciones internas.....	51
Tabla 14: Función .....	52
Tabla 15: Agilice .....	53
Tabla 16: Servicio personalizado .....	54
Tabla 17: Cambios.....	55
Tabla 18: Plan de mejoras .....	59
Tabla 19: Plan de capacitación.....	60
Tabla 20: Presupuesto.....	61

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Contenidos:</b>	<b>Páginas:</b>
Gráfico 1: Ubicación de ASUNCORP S. A. ....	3
Gráfico 2: Logotipo .....	32
Gráfico 3: Organigrama .....	32
Gráfico 4: Organigrama departamental.....	33
Gráfico 5: servicio .....	46
Gráfico 6: Atención .....	47
Gráfico 7: Servicio al cliente .....	48
Gráfico 8: Necesidades .....	49
Gráfico 9: Mejoras del servicio.....	50
Gráfico 10: Funciones internas .....	51
Gráfico 11: Función .....	52
Gráfico 12: Agilice.....	53
Gráfico 13: Servicio personalizado .....	54
Gráfico 14: Cambios .....	55

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **Planteamiento del Problema**

El control de los procesos administrativo es de vital e importancia dentro de cualquier empresa; saber manejar una buena organización; planificación y un excelente control son elementos claves para que la estructura empresarial sea más óptima y todas sus funciones sean desarrolladas con éxitos.

Hasta el momento se ha evaluado y podido identificar que ASUNCORP S. A. presenta anomalías respecto al control de las funciones administrativa que desarrolla la empresa; su principal y esencial problema se centra en el servicio de atención al cliente corporativo. El inexistente control y verificación por parte del alto mando ha puesto en evidencia que los trabajadores desarrollen sus actividades desmotivados y sin sentir ningún tipo de interés por la empresa.

Según (Fayol, 2006) afirma que:

“Las funciones administrativas se encargan de coordinar y sincronizar las demás funciones de la empresa (Función técnica, comerciales, financieras, de seguridad y contables). Sus principales elementos dentro de una organización son la de planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar” (pág. 7).

La inexistente supervisión del cumplimiento de estas funciones está afectando directamente al servicio de atención al cliente corporativo; debido a una planificación totalmente ineficientes; la ausencia organizativa; la ausencia de coordinación y el indebido control a los trabajadores que conforman los diferentes departamentos de la empresa han puesto en evidencia que los procesos internos no se desarrollan de la mejor manera.

El poco seguimiento de estas funciones ha traído como consecuencias que actualmente ASUNCORP S. A. está presentando deficiencia en el servicio de atención al cliente corporativo que la empresa oferta; siendo este el factor de descontento de los principales e importantes consumidores con los que la empresa trabaja y además otros de los aspectos negativos que se le asuma a esto es la poca credibilidad que la organización está obteniendo debido al poco compromiso de los colaboradores que forman parte del servicio de atención; ventas y logísticas de esta entidad.

Los clientes corporativos con los que esta entidad trabaja; son las principales fuentes de ingresos que ayudan al crecimiento del capital de la empresa, por ende, es de suma e importancia mantener buenos lapsos que ayuden y fomenten la relación laboral y empresarial.

El servicio de atención a los clientes no sólo se debe basar en prestar un servicio o que solo desarrollen una de las tantas funciones más que posee la empresa la cual es la atención a los clientes potenciales; se trata de conocer las necesidades, de saber comprender y más que todo fidelizar al cliente brindando un buen producto y que se sienta a gusto con la atención y el servicio prestado.

El poco compromiso y el desinterés laboral por parte del personal que se encarga de atender a los clientes ha desencadenado que recaiga gran parte de responsabilidad en ellos debido a que brindan prácticamente un servicio totalmente ineficiente que no beneficia a nada en la empresa y a su vez que se generen perspectivas negativas de ASUNCORP S. A. Para el buen funcionamiento laboral la empresa debe mantener una estructura optima no solo en lo físico, sino más bien en la asignación responsable de sus funciones; personas que estén dispuesta a cubrir cualquier tipo de cargo sin ningún tipo de problema; que brinden respuestas favorables y que estén dispuestas a dar lo mejor sí; por el bienestar de la organización.

Toda entidad debe responder a las necesidades de sus clientes y más si estos son los responsables de su crecimiento en el mercado local. El buen servicio de atención habla muy bien de una empresa; pero es muy poco lo

que brinda ASUNCORP S. A., la mayoría de sus entregas son tardías debido a que su planificación no se cumple a tiempo; y son constante las quejas de los clientes en la empresa; el servicio de atención por llamadas es otro de los factores que asecha a esta empresa, la mayoría de veces que los clientes necesitan algo de esta entidad no se pueden comunicar debido a que siempre pasa colapsada la línea telefónica empresarial y otro agravante es la mala atención que reciben los clientes; encontrándose con personas mal humoradas que no están dispuestos a brindar ningún tipo de información de la empresa. Los problemas por los cuales está atravesando esta organización compromete el desarrollo y el crecimiento de la empresa por ende se debe realizar el debido estudio para contrarrestar la problemática de esta entidad.

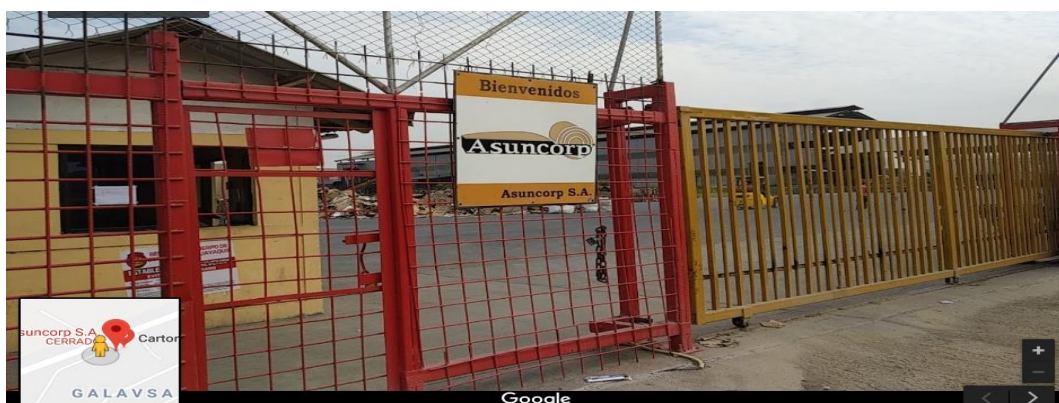
### **Ubicación del Proyecto en un Contexto**

La empresa ASUNCORP S.A. ubicada en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, Km 14 1/2 vía a Daule, entrada primera por Ambev-Ecuador, la cual tiene por principal actividad la fabricación del papel y del cartón ondulado o más conocido como corrugado para su respectiva comercialización.

En la siguiente organización se pudo detectar anomalías dentro del control administrativo por lo cual se ve afectada la atención brindada al cliente corporativo por parte de los diferentes miembros que conforman los distintos departamentos de la empresa.

**Gráfico 1**

**Ubicación de ASUNCORP S. A.**



Fuente: Google mapas



## Situación Conflicto

Tabla 1

### Entorno

Causas	Consecuencias
<ul style="list-style-type: none"><li>• Ineficiente Organización.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pésima conectividad del departamento administrativo, falencias en la comunicación.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Falencias en el servicio de atención al cliente.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Insuficiente colaboración del personal que atiende a los clientes.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Cliente insatisfecho.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Escasa credibilidad y actitud negativa referente a la empresa.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Inexistente compromiso con el trabajo.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Imperfecta realización de sus actividades laborales.</li></ul>

**Nota. Autor** (Boloña M, 2019)

La ineficiente organización de ASUNCORP S. A. ha desencadenado que las otras funciones administrativas siendo estas las de planear, dirigir, controlar y coordinar no desarrollen su máximo funcionamiento dentro de la empresa. Debido a esto repercute que exista poca conectividad y la escasa comunicación entre los diferentes departamentos empresariales ya que no se cuenta con la mejor estructura óptima empresarial que ASUNCORP S. A. necesite.

Su principal problemática de estudio de esta organización es respecto a las falencias que existen dentro del servicio de atención al cliente debido a que son considerados como factores negativos que amenazan a la empresa; el insuficiente compromiso por parte de los colaboradores que dentro de su rol como trabajador es brindar un excelente servicio, pero es todo lo contrario su actitud no es la mejor al momento atender a un cliente, se sienten desmotivados, mal humorados y al final trae como consecuencia

un servicio de atención totalmente negativo que no está a la altura de la compañía.

Según (Gómez, 2006) señala que:

“El servicio al cliente se trata del conjunto de estrategias que la compañía diseña para satisfacer mejor que sus competidores, y suplir las necesidades y expectativas de los clientes externos” (pág. 19).

Mediante esta definición se puede deducir que el servicio de atención al cliente es un rol fundamental en el crecimiento de la empresa. Por eso es que todas las empresas que oferten cualquier tipo de servicio deben contar con un personal que se sienta comprometido con el trabajo que se desempeñen de la mejor manera en su ámbito laboral.

Un cliente corporativo insatisfecho representa serios problemas para cualquier entidad, hace que ellos busquen otras alternativas en donde se les ofrezca lo que están buscando y se los trate de la mejor manera. Esto no solo representa pérdidas de los clientes sino más bien dejar de percibir los mismos ingresos con los que la empresa ya generó su planificación presupuestaria de la venta de sus productos. Se ha puesto en evidencia que cuando los clientes no reciben el servicio esperado por parte de cualquier empresa; ellos automáticamente generan una actitud negativa y rechazan totalmente cualquier tipo de cosa que provenga de esa entidad. Debido al pésimo proceder de las personas que se encargan de proveer el servicio de atención a los usuarios.

Al contrario de los aspectos negativos mantener un cliente totalmente satisfecho ya sea por la calidad o por que recibe un buen trato, son puntos favorables para cualquier organización debido a que los clientes se mantienen totalmente fidelizados con la empresa; y transmiten a otras personas el buen manejo y comportamiento con el que se los trató durante la estancia en la organización.

La puntualidad en la entrega de sus productos, el cumplimiento de la planificación, saber llevar el control y mantener una organización activa con el personal motivado a cumplir sus funciones laborales son otros de los

principios básicos que brindan mejorías en el desarrollo de la empresa y a su vez estos procesos brindarían mejoras en el servicio de atención a todos los usuarios de la empresa.

No mantener un personal motivado con buena actitud es otro de las causas que generan el fracaso empresarial, no sirve de nada mantener empleados que no sienta ningún tipo de compromiso con la empresa y que solo estén desempeñando sus funciones por ingresos monetarios.

Todas estas causas traen consigo una consecuencia, cada una más alarmante que la otra; por ende, se debe cambiar de manera inmediata las perspectivas y actitudes de los trabajadores en colaboración con la empresa, para en sí darle otro rumbo a ASUNCORP S. A. y sobre todo que se puedan cumplir los objetivos y metas de la empresa, manteniendo una estructura en donde se cumplan todos los procesos y se mantenga la buena relación con todos los clientes.

### **Delimitación del Problema**

**Campo** : Administración de Empresas

**Área** : Administrativa-Servicio al cliente

**Aspectos** : Proceso administrativo, servicio, cliente

**Tema** : Plan de control del proceso administrativo para la mejora del servicio al cliente corporativo de la empresa ASUNCORP S.A.

### **Formulación del Problema**

¿Cómo controlar las funciones administrativas para la mejora del servicio al cliente corporativo de la compañía ASUNCORP S.A. ubicado en el cantón Guayaquil, provincias del Guayas en el periodo 2019?

### **Variables**

**Variable independiente** : Procesos Administrativos

**Variable Dependiente** : Servicio al cliente

## **Evaluación del Problema**

**Evidente** : Es una empresa que está en constante interacción y comercialización de sus principales productos con sus primordiales clientes corporativos por lo tanto se debe brindar una buena atención.

**Claro** : Permite desarrollar un plan de control de los procesos administrativos para el mejoramiento del servicio del cliente corporativo; brindando mejoras en el servicio, evaluando a los trabajadores y verificando el cumplimiento de los procesos con lo que se maneja la empresa.

**Factible** : La empresa maneja un plan de control de los procesos administrativos para la verificación del cumplimiento de las tareas y funciones de los trabajadores.

**Relevante** : Se obtendrán resultados más óptimos para la empresa que brinden perspectivas positivas para la organización.

**Delimitado** : Que el cliente corporativo se sienta satisfecho con el servicio brindado.

## **Objetivos de la investigación**

### **Objetivo General:**

- Diseñar un plan de control de los procesos administrativos para la mejora en la satisfacción del cliente corporativo de la empresa ASUNCORP S.A para el año 2019.

### **Objetivo Específicos**

- Fundamentar teóricamente las variables de la investigación.
- Diagnosticar los métodos y técnicas apoyados al problema.
- Elaborar un plan de control de los procesos administrativos dentro de la empresa ASUNCORP S.A.

## **Interrogantes de la Investigación**

1. ¿Por qué es importante que las organizaciones mantengan un buen proceso administrativo?
2. ¿Cómo afecta la insatisfacción de los usuarios a las empresas?
3. ¿De que manera incide la aplicación de un plan de control del proceso administrativo dentro de una organización?

## **Justificación del Problema**

Se ha decidido elegir el siguiente tema debido a las irregularidades que actualmente está presentado el servicio de atención al cliente y por el incumplimiento de los procesos administrativos con el que hasta el momento cuenta la empresa; son problemas que asechan al desarrollo y avance de la entidad ASUNCORP S. A.

Para mantenerse en el mercado actual es muy importante conocer cuáles son las exigencias; gustos y preferencia de los consumidores; siempre brindado lo mejor para el cliente ya que ellos son la razón de ser de la empresa; además conocer los puntos débiles de la competencia para no caer en ese mismo mal. Es importante mantenerse en constante innovación del servicio con ayuda de herramientas tecnológicas que favorezcan el desarrollo interno de la organización

Hoy en día gran parte de las empresas están enfocadas en cómo reducir costos para producir un determinado producto, en ganar clientes y vender a gran escala; pero en mayoría de los casos se desprecupan por evaluar su estructura; sus colaboradores y atender las sugerencias del cliente que son aspectos importantes para el crecimiento empresarial.

El cliente esencial de cualquier tipo de organización siempre va a ser el cliente interno que está formado por los trabajadores de la empresa, ellos son los que proporcionan el esfuerzo necesario para el avance de la empresa, por lo cual es de gran importancia mantenerlos motivados, capacitarlos y ayudarlos en lo que más se pueda para que siempre

desarrollen un buen funcionamiento laboral y mejoren el servicio de atención al cliente de manera que este sea eficiente y eficaz.

Fomentar una cultura organizacional que brinde unión en los colaboradores y que se sientan comprometidos con dar lo mejor de sí en las funciones que vayan a desempeñar son puntos favorables para cualquier organización debido a que van a experimentar un buen funcionamiento y rendimiento que todas las empresas anhelan tener.

Por otra parte, la satisfacción del cliente es de suma importancia para la empresa ya que contar con clientes satisfechos hará que la empresa gane respeto y credibilidad en el mercado actual.

Cumpliendo con todos sus acuerdos y estableciendo los debidos parámetros que satisfagan con las exigencias del cliente se generaran aspectos positivos que necesita de manera urgente la empresa para poder mantener un buen funcionamiento de manera interna como externa.

En el desarrollo de este proyecto se busca implementar un plan de control administrativo el cual mejore las funciones actuales de la empresa y ayude a contrarrestar en gran parte los problemas que se presentan en la actualidad.

Para lograr el funcionamiento correcto de una estructura empresarial se debe contar con el personal netamente capacitado en el área que el trabajador desempeña dentro de la organización de manera que pueda ser capaz de resolver problemas presentando en un determinado momento sin ningún tipo de inconveniente.

Los beneficiarios mediante la realización de este proyecto será el gerente general de la organización ASUNCORP S. A. y el personal de la misma ya que los procesos administrativos de la empresa se efectuarán de manera eficiente y eficaz para el alcance de los objetivos y metas empresariales dentro del tiempo estipulado en su planificación, el cliente corporativo actual y los futuros clientes quienes gozará de la calidad y atención brindada por parte de la empresa.

## **Aspectos que justifican la investigación**

**Conveniencia** : Es importante la investigación dentro del contexto empresarial para identificar cuáles son las amenazas que actualmente se presentan dentro de la entidad ASUNCORP S. A., y sirve para conocer el estado actual en el que se encuentra dicha entidad para de ahí empezar a elaborar el plan de control sobre los procesos administrativos con las medidas y estrategias necesarias para minimizar las series de problemas que se presentan de manera interna y mejorar el servicio al cliente de la empresa.

**Relevancia Social** : La aplicación del respectivo plan de control sobre los procesos administrativos mejoraran el servicio de atención a los clientes potenciales de la organización de manera que los procesos se desarrollaran de manera eficiente y eficaz obteniendo el máximo rendimiento laboral y manteniendo a los clientes satisfecho que es uno de los tantos objetivos de la organización. Los beneficiarios con la aplicación del plan de control son la organización debido a que mejorar su servicio, y el cliente ya que este recibirá una atención personalizada y de calidad.

**Valor Teórico** : La siguiente investigación brindara la información necesaria respecto a los principales problemas internos que inciden en el servicio de atención al cliente; además servirá como fuente apoyo para la realización de nuevas investigaciones referentes a las falencias que se presentan en el proceso interno de una organización.

**Unidad metodológica:** Mediante los resultados ya obtenido en la investigación del control de los procesos administrativos que inciden en el servicio al cliente, se puede confirman que la calidad del servicio al cliente depende de la estructura interna de la empresa por lo que es importante evaluar que los procesos que desarrollan en la organización sean los mas óptimos para mantener a los trabajadores comprometidos con los objetivos de la empresa y que esa manera ellos puedan brindar un excelente servicio para lograr la satisfacción de los clientes.

## **Viabilidad de la investigación**

### **Viabilidad técnica**

La siguiente investigación es viable técnicamente debido a que brinda un debido control de los procesos administrativos para obtener mejoras en el servicio de atención al cliente ya que de esa manera se fortalecerá la imagen de la compañía ASUNCORP S. A. atrayendo más clientes y se mejorará la relación con los potenciales usuarios de la empresa.

También se obtendrá una estructura interna funcional en donde los trabajadores estén comprometidos con las actividades que realiza la empresa para la satisfacción de los clientes.

### **Viabilidad económica**

La investigación es viable económicamente también debido a que el servicio al cliente produce satisfacción en los usuarios haciendo que ellos opten por volver a elegir el mismo producto o servicio que fue brindado con amabilidad, atención y eficiencia al momento de responder a cualquier inquietud presentado por los clientes esto trae como consecuencia un cliente totalmente fidelizado sin ganas de ir a la competencia.

### **Viabilidad administrativa**

Es viable administrativamente ya que en eso se enfoca la investigación en controlar los procesos administrativos internos para que estos se desarrollen de la mejor manera y así mantener un ambiente agradable que permita llevar las actividades de manera ordenada y muy bien planificada para el buen desenvolvimiento de los trabajadores.

### **Viabilidad financiera**

Se puede considerar a la investigación viable financieramente para la empresa debido a que ellos asumirán los gastos del plan de control sobre los procesos administrativos ya que minimizaran las falencias presentadas en el servicio que ofrece la empresa y evitaran la pérdida constante de clientes importantes que representan grandes ingresos para ellos como organización.



## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **Antecedentes Históricos**

Según Pardo (2016) señala que:

El servicio al cliente ha sufrido diversos cambios a lo largo del tiempo, respondiendo siempre a los acontecimientos y necesidades de la época. Entre comienzo de 1900 a 1950 la atención y calidad de los servicios que se prestaban no eran una prioridad ya que se mantenían cautivos a los clientes. En la década de 1960 surgieron nuevos fabricantes que rápidamente fueron filtrando el mercado global. En los 70's las grandes corporaciones empiezan a invertir más en el servicio ya que los oferentes iban en aumento. En los años 80's inicio de la idea de servicio al cliente, pero sin enfoque individual y personal. Años 90's la tecnología aumenta y pone al mundo al alcance de todos los que podían poseer o tener acceso a una computadora en el año 2000 al 2015 con el auge de las redes sociales, los clientes se han convertido en las voces de las marcas y de las empresas que ofrecen un servicio. (pág. 16)

El servicio al cliente se remonta a tiempos antiguos desde que existió el comercio es ahí donde se produce la necesidad de brindar la respectiva atención a las personas que en ese momento deseaban adquirir un bien o un servicio, con el pasar del tiempo este servicio se ha venido ajustando a las necesidades y exigencias que demanda el cliente debido a que las organizaciones buscan la plena satisfacción de los usuarios para que ellos no decidan ir a la competencia. En la actualidad gran parte de las empresas están en constante crecimiento innovando la calidad de sus productos; capacitando a sus trabajadores; implementando herramientas tecnológicas

con el propósito de mantenerse en el mercado y estar un paso delante de la competencia.

Las organizaciones tienen el deber de conservar un buen servicio y mantenerse en constante evolución de sus productos de manera que se le brinde lo mejor al cliente para que a su vez incrementen los ingresos de las empresas.

Uno de los objetivos de toda empresa es de fidelizar a los clientes actuales y generar nuevos clientes; de manera estratégica para que los usuarios se sientan satisfecho con el desarrollo de la entidad. Es importante que las organizaciones mantengan nuevos índices de crecimientos respecto al aumento de clientes nuevos, ya que son aspectos relevantes para cualquier entidad.

Según Gómez (2006) menciona que:

“El servicio al cliente se trata del conjunto de estrategias que la compañía diseña para satisfacer mejor a sus competidores, y suplir las necesidades y expectativas de los clientes externos” (pág. 19).

El servicio que oferta la empresa a los clientes es la carta de presentación de la misma entidad; por lo que es importante manejar un buen servicio de atención que identifique y satisfaga las necesidades que presentan todos los clientes.

Un buen servicio de atención es una muestra de que los procesos y el ambiente interno de la organización se desarrollan de la mejor manera ya que el trabajador va a reflejar la motivación y el compromiso al momento de que ejecute su determinada función laboral.

Las organizaciones mantienen el compromiso de brindar lo mejor a los clientes dando una buena atención y un excelente servicio de manera que se obtenga el máximo beneficio de ellos, para que las entidades alcancen su respectiva satisfacción. El servicio que se le proporciona al cliente debe ser eficaz y eficiente de manera que se lo evalúe por la organización y por los respectivos consumidores que dan uso a este, para posteriormente

fortalecer los puntos débiles que mantiene el servicio y consolidar aspectos importantes de la organización.

Para Gómez (2006) en la actualidad el servicio de atención al cliente ha modificado su concepto debido que es:

“Una estrategia del marketing empresarial, con el objetivo de identificar y satisfacer las necesidades del cliente, asegurando la lealtad y la permanencia visita de los clientes actuales y futuros; mediante la provisión de un servicio superior de los competidores” (pág. 19)

El marketing y el servicio al cliente se han fusionado de manera que es considerada como una de las tantas estrategias corporativas para atraer clientes y generar más ingresos.

Las estrategias aportadas por el marketing ayudan a evolucionar los aspectos empresariales de manera que se mejoran la calidad en los servicios y la imagen corporativa.

Mantener en constante innovación el servicio ayudara a que los clientes se mantengan fidelizados con la empresa y se generaran nuevos usuarios además de que se sientan satisfechos con el compromiso que la empresa muestra hacia ellos.

Para Gómez (2006) afirma que las características del servicio al cliente:

- El servicio es intangible; no se puede palpar.
- Es integral; todos los trabajadores forman parte del servicio.
- Es instantáneo; se lo proporciona al momento en que el usuario lo solicita.
- Es el valor agregado para el complemento del producto.
- Es la carta de presentación de la empresa.
- Es el trato que se le brinda al cliente.
- Es el compromiso de la empresa con los clientes. (pág. 19)

El servicio al cliente es intangible por lo que no se puede ver; pero si puede evaluar el tipo de servicio recibido por parte de las organizaciones; los colaboradores son parte importante en la empresa ya que ellos son los que desempeñan sus funciones y por lo general se relacionan con los clientes. Por lo tanto, es importantes que muestren una muy buena predisposición al momento de atender al cliente debido a que son la razón de que la empresa se mantenga aún en el mercado.

Los clientes son la principal fuente de ingresos para las entidades por lo que como respuestas las organizaciones deben velar por el bienestar de sus servicios y productos para lograr en plenitud la respectiva satisfacción de los compradores.

Según Escobar (2009) menciona que:

El servicio de una organización depende mucho de las estrategias empresariales y de los planes de acciones elaborados en la planificación como del personal que desempeña sus funciones en la organización. Algunos de los elementos que participan en las estrategias de servicios son: El personal de contacto, servicio, soporte físico y el cliente. (pág. 8)

Las estrategias aplicadas dentro de la organización son para solucionar, mejorar o innovar algún aspecto negativo que se tenga dentro de la empresa. Como menciona Gómez en su concepto las estrategias internas van a influir en el desenvolvimiento del servicio para así poder obtener la satisfacción de los clientes. El servicio de atención al cliente no solo depende del personal que lo ofrece sino también de las estrategias que diseñan las empresas para generar nuevos clientes.

para la Tschohl (2008) importancia del servicio es:

En el mundo actual donde nos encontramos es importante que los procesos que brindan el servicio de atención al cliente se mantengan en constante innovación; la ayuda de herramientas

tecnológicas ayuda a reducir los problemas que se presentan en la respectiva área del servicio al cliente de manera que es importante que las organizaciones cuenten con un excelente servicio de atención. (pág. 20)

La implementación de nuevas herramientas tecnológicas ha aportado al desarrollo y mejoramiento del servicio de atención al cliente. En la actualidad la tecnología es un elemento clave para el desarrollo de las organizaciones debido al gran alcance que tiene con los clientes. Los procesos administrativos también repercuten en el servicio de atención al cliente debido a que estos comprenden la manera en que se desarrollan las funciones de manera interna además de controlar los procesos que se manejan dentro de la entidad.

Según Guzmán (2013) define al proceso:

“Es el conjunto de pasos y etapas a seguir en una actividad para alcanzar un determinado objetivo” (pág. 1).

Los procesos que se desarrollan dentro de las organizaciones son considerados como etapas consecutivas que deben ser seguidas de manera ordenada para el debido alcance de las metas. El buen funcionamiento de las empresas depende del manejo interno empresarial y la manera en que se planifican y controlan los procesos.

Para Guzmán (2013) señala que el proceso administrativo:

“Es el conjunto de fase y etapas de manera ordenada en donde interviene la administración de las funciones que maneja una organización de manera que estas se interrelacionan y forman un proceso integral” (pág. 2)

Los procesos administrativos se encargan del funcionamiento interno de la empresa debido a que estos planifican las metas y objetivos a seguir; controlan los demás procesos; organizan las tareas y direccionan a que se cumplan todas las funciones del proceso administrativo de manera eficiente y eficaz.

Es fundamental que los procesos se integren a las necesidades de las organizaciones ya que estos aumentan la productividad laboral y mejoran los servicios de la empresa.

Los procesos son parte de las funciones administrativas y estas se encargan de verificar el cumplimiento de las tareas laborales y de direccionar a la empresa a alcance de sus objetivos y metas establecidas dentro de la planificación mediante una organización interna. Para que luego esto repercuta al exterior de la empresa y que los beneficiarios de mantener una estructura interna sólida con los clientes ya que la entidad se debe a ellos.

Según Guzmán (2013) los procesos administrativos están compuestos en las siguientes fases:

Fase mecánica: Describe la planeación empresarial; las cosas que se van a realizar, presupuesto y planes. También se encarga de organizar las tareas; asignar los recursos y funciones que cada empleado debe cumplir en la organización.

Fase dinámica: En esta fase se encuentra la dirección de manera que esta función se encarga de que se verifiquen el cumplimiento de las tareas asignadas por la organización y de mantener el liderazgo, comunicación y motivación de los empleados. También se sitúa el control ya que esta función vigila que los demás procesos administrativos se realicen con éxito de manera eficiente y eficaz dentro de la organización para el desarrollo de la organización. (pág. 2)

Como ya se pudo definir que un plan es el conjunto de pasos y procedimientos a seguir; el plan de control de los procesos administrativos va a permitir que se controlen las funciones administrativas con el objetivo de mejorar el servicio de atención al cliente y mantener la satisfacción de los usuarios.

## **Antecedentes Referenciales**

**Autor** : Obregón del Valle Xiomara Cecibel (2018)

**Tema** : Propuesta de mejora del servicio al cliente y de los procesos administrativos aplicados a CNEL-EP matriz Guayaquil.

**Resumen** : Las quejas y reclamos constantes de los usuarios que utilizan el servicio de atención; ha representado serios problemas para CNEL-EP; debido a que esto afecta a la imagen corporativa de la empresa y sus procesos administrativos no se están desarrollando a función de la empresa.

**Semejanza** : La propuesta de mejoras en el proceso administrativo aplicado a la empresa CNEL-EP.

**Diferencia** : Los procesos administrativos mejorados en este plan brindaran un excelente servicio de atención al cliente y disminuirá las quejas constantes de los usuarios en general de una determina zona.

**Autora** : Maura Magdalena Peña Santillán (2018)

**Tema** : Gestión administrativa y calidad del servicio del usuario en la municipalidad distrital de San Marcos, Huari. Ancash

**Resumen** : Tuvo como objetivo general determinar la relación entre las variables de Gestión administrativa y la Calidad del Servicio desde el punto de vista de los usuarios de la municipalidad respecto al servicio.

**Semejanza** : Relación entre la variable dependiente e independiente del tema. De qué manera la gestión de los procesos administrativos incide en la calidad del servicio que se les ofrece a los usuarios.

**Diferencia** : Se analiza una variable más que la otra en este caso la gestión de los procesos administrativos; debido a la importancia de las funciones que esta cumple en las organizaciones de manera que para mantener un buen servicio es importante contar con una buena estructura interna.

**Autora** : Roque Bonilla Arnold Jeans (2016)

**Tema** : Estrategias de gestión administrativa en mejora de la atención al cliente en la pyme comercial "SAN MARTIN"- Chiclayo.

**Resumen** : La finalidad de un plan de estrategias de gestión administrativa brindara mejoras el servicio de atención al cliente para mantener la satisfacción del usuario.

**Semejanza** : Brindar un servicio personalizado de atención al cliente que mantenga satisfecho a los usuarios mediante estrategias que mejoren los procesos internos de la empresa.

**Diferencia** : La aplicación de estrategias de gestión administrativas dentro de una pyme comercial para obtener la satisfacción del cliente y el trabajo investigativo consiste en controlar los procesos administrativos para mejorar el servicio de atención al cliente.

**Autora** : Yungan Sarmiento Christian Fernando (2015)

**Tema** : Propuesta para el mejoramiento de gestión en los procesos administrativos de la ferretería El Cisne.

**Resumen** : Su principal problema se centra en que la gestión de los procesos no se está cumpliendo y que la manera en que se manejan dentro de la organización no es la más acorde a las necesidades empresariales debido a que se presentan muchos problemas organizativos y el poco control interno de la ferretería.

**Semejanza** : Los procesos administrativos presentan problemas y debido a esto la organización no se desempeña de la mejor manera en el mercado local y hace que el servicio de atención al cliente no sea el más eficiente para la entidad.

**Diferencia** : La gestión de los procesos administrativos empresariales no interfieren el servicio de atención al cliente debido al compromiso de los trabajadores.



**Autora** : Chalco Añaños Sara Edita (2015)

**Tema** : Análisis y mejora en los procesos administrativos de la Empresa Inversiones múltiples CAMELOT S.R.L.

**Resumen** : Existen fallas en el control de los procesos administrativos debido al incumplimiento de la planificación empresarial con la que se maneja la empresa, el escaso control y el incumplimiento de los procesos son problemas que alarman a esta entidad.

**Semejanza** : Problemas dentro del control de los procesos administrativos que perjudican la reputación de la organización y reducen el rendimiento laboral de la empresa.

**Diferencia** : No tiene ninguna relación con el servicio de atención al cliente solo se enfocan en el análisis y el control de los procesos administrativos internos; aporta con el desarrollo de la investigación debida a la teoría expuesta en este trabajo.

**Autora** : Sánchez Jimenéz Laura Paola (2015)

**Tema** : Propuesta de mejoramiento en la gestión de los procesos administrativos para el servicio de atención al cliente en el banco de Loja sucursal del Panguí.

**Resumen** : El banco de Loja se presenta un conjunto de anomalías dentro del proceso administrativo por lo cual se propondrá una propuesta de mejora de los procesos que se efectúan en esta entidad con el fin de mejorar el rendimiento de la empresa.

**Semejanza** : propuesta de mejora en el proceso administrativo para la obtención de la satisfacción de los usuarios mediante el excelente servicio de atención al cliente.

**Diferencia** : El plan de mejora se lo aplica a una empresa que presta sus servicios de atención al cliente y en el proyecto se lo va aplicar a una empresa comercial que cuenta con un mercado de clientes potenciales

perfectamente segmentados que representan grandes ingresos para la organización.

**Autora** : Cruceira Merino Jackeline Elizabeth (2014)

**Tema** : Propuesta de mejoras Gestión Administrativa y el Servicio en los hoteles de la ciudad de Tulcán.

**Resumen** : El estudio de la gestión de administrativa es importante en las organizaciones debido a que es el manejo de cómo se desenvuelve la empresa de manera interna y externa.

**Semejanza** : El análisis previo del servicio de atención al cliente mediante la gestión de los procesos administrativos con la que se desarrolla la empresa.

**Diferencia** : Se diferencian en que el proyecto a realizar brinda mejoras en la gestión de los procesos administrativos para así brindar un servicio de calidad que este a la altura de los clientes de ASUNCORP S. A., por otra parte, el trabajo referencial solo se centra en el análisis del servicio de atención al cliente mediante la gestión de los procesos, pero aporta con fundamentación teórica para el desarrollo del proyecto.

**Autora** : Gabriel Alfonso Morales (2002)

**Tema** : “Análisis del servicio al cliente para mejorar el proceso administrativo de la empresa BULTRIMS S. A. ubicada en la ciudad de Guayaquil en el año 2014”

**Resumen** : Se preocupan por medir el servicio de atención al cliente, mediante una evaluación en donde el mismo usuario califique la atención brindada por parte de los trabajadores que forman parte de BULTRIMS S.A.

**Semejanza** : Análisis del servicio de atención al cliente y de los procesos administrativos que desarrollan dentro de la empresa para posteriormente pasar a mejorarlos.

**Diferencia** : Se mejorará el servicio de atención y de los procesos administrativos empresariales en base a los resultados obtenidos por la evaluación de los clientes de la empresa BULTRIMS S. A.

## **Fundamentación Legal**

**Constitución del Ecuador** (2008, pág. 39)

### **Sección novena**

#### **Personas usuarias y consumidoras**

**Art. 52.** – Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establece los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones de vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencia, daño o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

**Art. 54.-** Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumos, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore debido al engaño que se hace.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas. (págs. 39-40)

**Art. 55.-** Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promueven la información y educación sobre sus derechos y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas. (pág. 40)

**Código del trabajo** Eslic, (2019)

## **Capítulo VI**

### **De las obligaciones del empleador y del trabajador**

**Art. 45.- Obligaciones del trabajador.** – Son obligaciones del trabajador:

- a) Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos;
- b) Restituir al empleador los materiales no usados y conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo, no siendo responsable por el deterioro que origine el uso normal de esos objetos, ni del ocasionado por caso fortuito o fuerza mayor, ni del proveniente de mala calidad o defectuosa construcción;
- c) Trabajar, en casos de peligro o siniestros inminentes, por un tiempo mayor que el señalado para la jornada máxima y aun en los días de descanso, cuando peligren los intereses de sus compañeros o del empleador. En estos casos tendrá derecho al aumento de remuneración de acuerdo con la ley;
- d) Observar buena conducta durante el trabajo;
- e) Cumplir las disposiciones del reglamento interno expedido en forma legal;
- f) Dar aviso al empleador cuando por causa justa faltare al trabajo;
- g) Comunicar al empleador o a su representante los peligros de daños materiales que amenacen la vida o los intereses de empleadores o trabajadores;
- h) Guardar escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales o fabricación de los productos a cuya elaboración concurra, directa o indirectamente, o de los que él tenga conocimiento por razón del trabajo que ejecuta;
- i) Sujetarse a las medidas preventivas e higiénicas que impongan las autoridades; y
- j) Las demás establecidas en este código. (pág. 22)

## **Ley orgánica de defensa del consumidor (2008)**

### **Capítulo II**

#### **Derechos y obligaciones de los consumidores**

**Art. 4.- Derechos del consumidor.** – Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la constitución política de la República, tratado o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos.
2. Derechos a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos incluyendo a los riesgos que pudieren prestar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones optima de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales.
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y la difusión adecuada de sus derechos;
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
9. Derecho a recibir el auspicio del estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será

consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor;

10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención, sanción y oportuna reparación de los mismos;
11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,
12. Derecho a que en las empresas o establecimiento se mantenga libre de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

**Art. 5. – Obligaciones del consumidor.** – son obligaciones de los consumidores:

1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;
2. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes y servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido;
3. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y,
4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse

## **Capítulo v**

### **Responsabilidades y obligaciones del proveedor**

**Art. 17.- Obligaciones del proveedor.** – Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que este pueda realizar una elección adecuada y razonable.

**Art. 18.- Entrega del bien o prestación del servicio.** – Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, tarifa, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento.

**Art. 75.- Servicios Defectuosos.** – Cuando los servicios prestados sean manifiestamente defectuosos, ineficaces, causen daño o no se ajusten a los expresamente acordados, los consumidores tendrán el derecho, además de la correspondiente indemnización por daños y perjuicios, a que le sea restituido el valor cancelado. Además, el proveedor de tales servicios, será sancionado con una multa de cincuenta a quinientos dólares de los Estados Unidos de América o su equivalente en moneda de curso legal, sin perjuicios de las de más acciones a que hubiere lugar.

### **Variables de la Investigación**

**Variable Independiente** : Servicio al Cliente

Según Gómez (2006) menciona que:

“El servicio al cliente se trata del conjunto de estrategias que la compañía diseña para satisfacer mejor que sus competidores, y suplir las necesidades y expectativas de los clientes externos” (pág. 19).

Para que las organizaciones mantengan un excelente servicio de atención es importante que los trabajadores se mantengan motivados y comprometidos con las funciones que desempeñan dentro de la empresa debido a que ellos son los que proporcionan el servicio de atención al cliente en las entidades.

Un buen servicio de atención al cliente mantendrá la plena satisfacción del cliente lo que indica que son aspectos favorables para el crecimiento de la empresa debido al buen manejo de las funciones internas y externas de la organización.

El desarrollo de herramientas tecnológicas ha ayudado a mejorar el servicio al cliente; proporcionando aspectos favorables a las organizaciones para que así puedan obtener la satisfacción de los usuarios. En la actualidad la implementación de nuevas estrategias tecnológicas desarrolla un mejor servicio que favorecen a los trabajadores a realizar sus funciones de manera ágil, efectiva y eficaz para mejorar el rendimiento laboral.

**Variable Dependiente** : Procesos Administrativos

Según Fayol (2006) afirma que: “Los procesos administrativos se encargan de coordinar y sincronizar las demás funciones de la empresa (Función técnica, comerciales, financieras, de seguridad y contables). Sus principales elementos dentro de una organización son la de planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar” (pág. 7).

El proceso administrativo cumple con un rol fundamental en el desarrollo de la empresa debido a las funciones importantes que esta desempeña al nivel del ámbito empresarial. Las fases administrativas además de encargarse de controlar las funciones de la organización también planifican, coordinan y direccionan la empresa a los objetivos y metas establecidos en la empresa.

Las etapas del proceso administrativo se encargan de fomentar la unión de los departamentos empresariales y del trabajo en conjunto para mejorar el rendimiento laboral de la empresa.

La estructura interna de las empresas depende de que los procesos administrativos se desarrollen de la manera mas acertada en la entidad mediante la gestión administrativa que es efectuada por los gerentes que mantienen el mando en la institución.

Para que una organización pueda brindar lo mejor a sus clientes; esta debe conservar un ambiente interno armonioso en donde se puedan desarrollar las actividades empresariales de la mejor manera y que las funciones administrativas encaminen a aumentar el rendimiento laboral que tanto esperan las empresas.



El buen funcionamiento de una empresa depende de las decisiones y acciones tomadas por colaboradores internos de las empresas quienes están capacitados y conocen de que manera efectuar los procesos administrativos para obtener un excelente rendimiento de manera que se beneficie a la organización y se le brinde un servicio de calidad a los principales clientes potenciales de la empresa. El buen servicio va a depender del estado actual que posea la empresa y que el funcionamiento de los procesos administrativos mantenga la debida verificación.

### **Definiciones Conceptuales**

**Administración:** Es el proceso en donde se emplean una serie de funciones que son la de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de recurso para alcanzar las metas empresariales (Chiavenato, 2004, pág. 10)

**Atención** : Es tomar la posesión de la mente de los usuarios.  
(Almenara, 2019, pág. 2)

**Bienes** : Son todos los activos que representan el patrimonio de una persona. (Arqhys, 2019, pág. 10)

**Capacitación** : Es el proceso educativo a corto plazo de manera sistemática y ordenada. (Chiaventao, 2007, pág. 386)

**Colaboración** : Es un proceso dinámico e interpersonal en el que dos o más individuos se comprometen en interactuar con autenticidad y constructivamente para resolver problemas.  
(Hamric & Hanson, 2005, pág. 341)

**Competitivo** : Es la creación de ventajas competitivas que permite estar al nivel de los demás. (Espinosa, 2019, pág. 198)

**Competencia** : Conjunto de numerosos proveedores con el fin de satisfacer a los clientes. (Etzel, Fundamento de Marketing, 2004, págs. 397-398)

- Conocimiento** : Es la información que posee un individuo. (Urbaes, 2005, pág. 15)
- Consumidor** : Es la persona que adquiere un bien o un servicio de manera constante. (Rodriguez, 2005, pág. 20)
- Control** : Consiste en medir y corregir el desempeño individual y colectivo de los trabajadores. (Castro, 2001, pág. 4)
- Corporativo** : adj. Perteneciente o relativo a una corporación. (RAE, 2019, pág. 1)
- Cliente** : Es la persona u organización que decide comprar un determinado bien. (Marketing, 1999, pág. 54)
- Defectuoso** : adj. Artículo o servicio imperfecto. (RAE, 2019, pág. 1)
- Desempeño** : m. Acción y efecto de desempeñarse dentro de una determinada zona. (RAE, 2019, pág. 1)
- Eficaz** : Es la realización de las actividades con el propósito de alcanzar los objetivos establecidos (Oliveira, 2002, pág. 20)
- Eficiencia** : Es el logro de las metas con menor cantidad de recursos. (Koontz, 2004, pág. 14)
- Empresa** : Es el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacción a sus clientes y generar rentabilidad. (Romero, 2008, pág. 9)
- Estrategia** : Es la selección del mercado meta al que se desea llegar. (Hartline, 2006, pág. 12)
- Expectativa** : Es el grado del cumplimiento que se espera de un bien o un servicio (Hegel, 2007)
- Fidelidad** : Es la manera en que el cliente visita y prefiere el servicio de atención de un determinado lugar. (Porto, 2009, pág. 2)
- Gestión** : Acción y efecto de gestionar y administrar. (RAE, 2019, pág. 1)

- Innovación** : Es la introducción de un bien (Producto o servicio) nuevo para los consumidores o de mayor calidad que los anteriores. (Ferrás, 2014, pág. 26)
- Insatisfecho** : Es un sentimiento interior que experimenta una persona cuando siente que una realidad determinada no cumple sus expectativas. (Nicuesa, 2015, pág. 58)
- Mercado** : Son las personas u organizaciones con las necesidades de satisfacer; y la voluntad de gastar su dinero. (Etzel, 2008, pág. 49)
- Necesidad** : f. Impulso irresistible que hace que las causas obren infaliblemente en cierto sentido. (RAE, 2019, pág. 1)
- Rentable** : Es el beneficio que se obtiene después de asumir los costos de una determinada situación financiera (Sevilla, 2019, pág. 69)
- Plan** : Es una serie de pasos o procedimientos que buscan conseguir un determinado objetivo o propósito. (Definición, 2019, pág. 9)
- Problema** : Es un determinado asunto o una cuestión que requiere de una solución. (Pérez, 2019, pág. 5)
- Proceso** : m. Conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial. (RAE, 2019, pág. 1)
- Organización** : Es un conjunto compuesto de elementos compuestos por personas que actúan e interactúan dentro de una estructura administrativa. (Flores, 2004, pág. 215)
- Satisfacción** : Es el nivel de conformidad de la persona cuando se realiza una compra o se utiliza un servicio. (Pérez, 2014, pág. 2)
- Servicio** : Son actividades intangibles que proporcionan la satisfacción de los clientes. (Paz, 1994, pág. 211)

## **CAPITULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **Datos de la entidad**

**Nombre de la Entidad** : Asuncorp

**Nombre Institucional** : Sociedad Anónima Asuncorp.

**Fecha de Constitución:** 20 marzo del 2008

**Objeto Social** : Es una organización dedicada a la fabricación de cajas de cartones y bobinas de papel de cualquier tipo, modelo o contextura con soluciones integrales e innovadora en productos de cartón corrugado para satisfacer las necesidades de los de todos los clientes que se deben a la empresa.

- **Misión**

Ser los líderes en la industria del papel mediante la conformación de alianzas estratégicas con los clientes y proveedores. Esta alianza se fortalece continuamente con el fin de proveerles siempre el mejor servicio global a los más óptimos costos totales y recibir de los proveedores productos de calidad y el soporte técnico necesario.

La misión de la empresa es la razón de ser de la entidad debido a que esta expresa los aspectos a cumplir con sus proveedores, clientes y el personal que desarrolla sus funciones dentro de la empresa además de cómo se pretende manejar en el contexto laboral.

- **Visión**

Asuncorp tiene como visión mantener las alianzas estratégicas hasta la actualidad y conservar la exclusividad como proveedor de soluciones de empaques den cartón corrugado con los clientes que representan al menos el 80% de las ventas, conservando el mejor índice de satisfacción.

La visión es la percepción a futuro que tiene la empresa hacia donde apuntan sus objetivos y metas, logrando de a poco acercarse a conseguir lo que tanto anhelan como institución para lograr el excelente funcionamiento laboral.

- **Valores empresariales**

1. Respeto
2. Puntualidad
3. Cordialidad
4. Solidaridad
5. Amabilidad

**Gráfico 2**

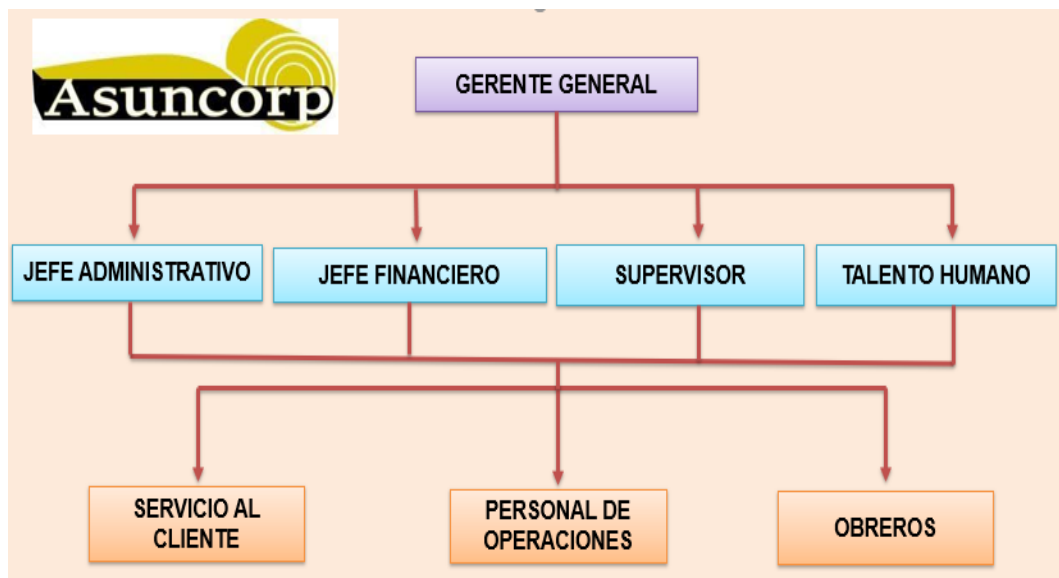
**Logotipo**



*Fuente: Asuncorp S. A.*

**Gráfico 3**

**Organigrama**



**Fuente:** Asuncorp S. A.

El organigrama empresarial muestra la estructura jerárquica que poseen los cargos laborales de la empresa; en donde se detalla claramente el nivel jerárquico que está por delante de otro cargo o puesto laboral. En la empresa Asuncorp S. A. su máxima autoridad esta rígidamente por el gerente quien está por encima de los demás funcionarios o colaboradores de la empresa, seguido por el personal administrativo, financiero, supervisor y talento humano quienes ocupan un cargo superior del personal del servicio al cliente, personal de operaciones y obreros.

Cada colaborador que forma parte de la empresa cumple con un rol específico para el avance y el desarrollo de la institución; debido a esto es que se especifica las debidas funciones y el respectivo cargo que debe cumplir cada trabajador dentro de la entidad.

#### Gráfico 4

#### Organigrama departamental del departamento administrativo



**Fuente:** Asuncorp S. A.

El problema que la entidad presenta se sitúa en el servicio de atención al cliente es allí en donde se efectuarán la debida investigación para contrarrestar la problemática que amenaza a Asuncorp S. A., también se indagaran los procesos administrativos internos con los que se maneja dicha entidad.

## Plantilla total de los trabajadores

En el siguiente grafico se podrá evidenciar la plantilla general de todos los colaboradores que forman parte de la empresa quienes desarrollan sus funciones dentro de la empresa.

El problema principal de la entidad está centrado en la insatisfacción del cliente debido al ineficiente servicio de atención al cliente corporativo que posee la empresa.

### Tabla 4

#### Plantilla de trabajadores

	
<b>Plantilla de los trabajadores de la compañía Asuncorp S. A.</b>	
<b>NOMINA DE LOS TRABAJADORES</b>	
<b>Gerente General</b>	
	Jefe general de Asuncorp S. A.
<b>Jefe Administrativo</b>	
	Jefe del departamento administrativo
<b>Jefe Financiero</b>	
	Jefe del departamento financiero
<b>Supervisor</b>	
	Inspector de las áreas de trabajos
<b>Talento Humano</b>	
	Gestor de talento humano de la empresa
<b>Servicio al Cliente (5)</b>	
<b>Personal de Operaciones (5)</b>	
<b>Obreros (15)</b>	

Fuente: Asuncorp S. A.

## **Departamento Administrativo**

- **Jefe del departamento administrativo**

Encargado de la administración de los departamentos de la compañía, de supervisar y verificar el cumplimiento de los procesos administrativos con los que se desarrolla la empresa.

- **Personal de atención al cliente**

Son los principales encargados de satisfacer, ayudar y atender a todas las necesidades de los clientes; proporcionando la ayuda necesaria a todos los usuarios de manera que se sientan a gusto con el desenvolvimiento de la entidad.

## **Diseño de investigación**

Según Sampieri en su sexta edición de su libro Metodología de la investigación (2014) define que:

“Se refiere al plan de o la estrategia concebida para obtener información que se desea con el fin de responder a los problemas propuestos en el desarrollo de un estudio investigativo” (pág. 128).

El diseño investigativo según Arias es el plan o la estrategia que se debe llevar a cabo en una investigación además de los procedimientos a seguir para que esta desarrollada con éxito.

En la siguiente investigación se utilizará el diseño de campo debido a que se visitará el lugar en donde se origina el problema y bibliográfico ya que se utilizarán libros, revistas, artículos y proyectos de realización tomados como referencia para el desarrollo de la investigación

También se utilizarán las investigaciones cualitativas y cuantitativas de manera que se aplicaran los respectivos instrumentos para obtener información y luego procesar los datos para así generar una conclusión de lo que respondieron los encuestados y la persona entrevistada.



- **Diseño de campo**

Para Velasco (2014) señala que

“La información es recogida de manera directa de la realidad en donde se presenta el problema de investigación, estos datos son considerados como datos primarios obtenidos de la experiencia empírica del investigador” (pág. 50).

El siguiente proceso investigativo mantiene un diseño de campo debido a que la información se la obtiene de la principal fuente en donde se originan las problemáticas a contrarrestar.

Los datos recolectados son considerados como primarios debido a la visita de las instalaciones de la empresa a estudiar; para realizar las debidas investigaciones y aplicar los respectivos instrumentos para adquirir información más detallada.

Este tipo de diseño aportara al desarrollo de la investigación con información confiable de fuente directa en donde se desarrolla la problemática de la investigación.

- **Diseño bibliográfico**

Según (Velasco, 2014) dice que:

“La información derivada por parte de este diseño es que ya ha sido obtenido por otras investigaciones que son conocidos mediante informes y otros estudios correspondientes; de manera que se los denomina datos secundarios” (pág. 48).

Este diseño ayudará a fundamentar las bases teóricas de la investigación debido al aporte de estudios realizados con anterioridad que servirán como modelos a seguir debido a la incidencia favorable que han tenido con la aplicación de sus propuestas.

Este tipo de diseño servirá a que el estudio se fundamente de fuentes confiables e información veraz para el desarrollo de las bases y variables que complementan la investigación.

**Tabla 2**

**Investigación**

	<b>Cualitativa</b>	<b>Cuantitativa</b>
<b>Objetivo</b>	Estudiar las causas y consecuencias que originan la problemática	Aplicar las respectivas técnicas que permitan recolectar datos cuantitativos
<b>Recolección de datos</b>	No estructurado	Estructurado
<b>Análisis estadístico</b>	No estadístico	Estadístico
<b>Resultados.</b>	Aplicar la respectiva propuesta para minimizar los problemas de la entidad.	Obtener información más precisa de fuentes directas; para proceder a procesar los datos y mostrarlos de manera gráfica.

Elaborado por Boloña M. (2019)

**Investigación cualitativa**

La investigación cualitativa ayudara a recoger información sobre los principales problemas que se presentan dentro de Asuncorp S. A. además se describirán las variables por las cuales se está desarrollando la debida investigación.

**Investigación cuantitativa**

Este tipo de investigación ayudara a obtener información en valores estadísticos que serán presentados en gráficos que demuestren los resultados procesados adquiridos por los clientes tomados como muestra en la investigación.

**Tabla 3**

**Tipos de investigación**

<b>Descriptiva</b>	Para Hernández en su libro Metodología de la investigación sexta (2015) señala que: “Esta investigación busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (pág. 92).
<b>Correlacional</b>	Según Hernández en su libro Metodología de la investigación sexta (2015) señala que: “cumple con la función de asociar las variables mediante un patrón predecible para un grupo o población” (pág. 93).
<b>Exploratoria</b>	Para Hernández en su libro Metodología de la investigación sexta (2015) señala que: “Se emplea este tipo de investigación cuando el objetivo consiste en examinar un tema poco estudiado o novedoso de una investigación” (pág. 91).
<b>Explicativa</b>	Según Hernández en su libro Metodología de la investigación sexta (2015) señala que: “pretenden establecer las respectivas causas los diferentes sucesos o procedimientos que son fenómenos de estudios”. (pág. 95)

Fuente: Metodología de la investigación (Sampieri, 2015)

Los tipos de investigación empleados en el desarrollo de la siguiente investigación son descriptivos y explicativos debido al aporte que brindan ambas investigaciones:

- **Descriptivo**

El tipo de investigación descriptivo ayudara especificar todo lo referente al servicio de atención al cliente y de los procesos administrativos; además de las consecuencias que pueden traer como resultado el mal manejo de estas variables investigativas también se darán las respectivas

recomendaciones para erradicar el problema que se presenta dentro de la entidad.

- **Explicativo**

Este tipo de investigación se encargará de brindar las debidas explicaciones de cómo se origina y evoluciona el problema de la investigación además de buscar una respuesta factible que beneficie Asuncorp S. A.

### **Población y muestra**

- **Población:**

Para Arias (2014) señala que

“En términos precisos, es el conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda limitada por el problema y por los objetivos de la investigación” (pág. 81).

La población es considerada como el número de elementos seleccionados para realizar un proceso investigativo pudiendo ser estos finito o infinitos en el siguiente la población a estudiar son las personas encargadas de brindar el servicio de atención al cliente y de los usuarios corporativos de la empresa.

- **Población Finita**

Según (2014) señala que:

“Agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran y existe un registro documental de dichas unidades” (pág. 82).

la población finita es aquella en donde está considerado y se conoce el número exacto de elementos, personas u objetos a estudiar, en el siguiente desarrollo investigativo la población es considerada como finita debido a que se conoce el número exacto de la población que forma parte de la investigación, en este caso serán los clientes corporativos y el personal del

servicio de atención al cliente y el jefe administrativo quien supervisa los procesos administrativos.

- **Población Infinita:**

Según Arias (2014) señala que:

“Es aquella cuyos elementos totales de desconocen; por cuanto no existe un registro documental de estos debido a que su elaboración sería prácticamente imposible” (pág. 82).

La población finita es estimada en donde se desconoce y no se tiene el registro cuantificable del algún tipo de elemento persona u objeto que pertenecen a un contexto.

**Población:**

**Tabla 4**

**Población de Asuncorp S. A.**

<b>Población</b>	<b>Cantidad</b>
Gerente General	1
Jefe Financiero	1
Jefe Administrativo	1
Supervisor	2
Talento Humano	1
Servicio Al Cliente	8
Personal De Operaciones	6
Obreros	15
<b>Total</b>	<b>35</b>

Elaborado Boloña M, (2019)

**Tabla 6**

**Población a estudiar**

<b>Población</b>	<b>Cantidad</b>
Jefe Financiero	1

Servicio Al Cliente	8
Cientes corporativos	12
<b>Total</b>	<b>21</b>

Elaborado Boloña M, (2019)

### **Muestra:**

Para Arias (2012) señala que:

“Es el subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible” (pág. 83).

La muestra es una parte representativa de la población en la que se ha decidido realizar la respectiva investigación y esta puede dividirse en grupos dependiendo del tipo de muestra utilizado en el proceso investigativo.

En la siguiente investigación no se utilizará la muestra debido a que se conoce el número de clientes corporativos que utilizan el servicio de atención de la empresa Asuncorp S. A. en donde ellos servirán como fuente directa para recolectar información necesaria para la investigación

### **Tipos de muestra**

#### **Muestra Estratificada**

Según Arias (2012) menciona que:

“Consiste en dividir la población en subconjuntos cuyos elementos posean características comunes, es decir, estratos homogéneos en su interior. Posteriormente se hace la escogencia al azar en cada estrato” (pág. 84).

Lo que define el investigador Arias es que la población se la puede dividir en subconjuntos para realizar una investigación más explícita y detallada de manera que se obtenga una información más precisa y confiable para el desarrollo de la investigación. La muestra estratificada va permitir en la investigación separar en grupos en este caso serán: Los clientes corporativos, el personal del servicio de atención al cliente y el jefe administrativo quienes son actores directos en la investigación.

## **Muestra no Estratificada**

Como expresa Hernández Sampieri (2015) menciona que:

“La muestra no estratificada es una parte de la población que se la divide en partes específicas ya sean del mismo elemento o no y que busca que pertenezcan a un estrato, para la investigación” (pág. 255).

Este tipo de muestra no se aplicará en la investigación debido a que la población es mínima teniendo una cantidad de 12 clientes corporativos que son importantes para la empresa, por lo que se encuentra claramente definida quienes son los partícipes de la investigación.

## **Métodos Teóricos**

Según los objetivos planteados y la descripción de la problemática que se presentan dentro de la empresa a investigar, se empleara la aplicación de encuesta a los clientes corporativos que utilizan el servicio de atención al cliente quienes son los principales afectado por el servicio de la empresa. Además, se aplicará la debida entrevista al jefe de talento humano de la empresa quien responderá el cuestionario diseñado de diez preguntas que permitirán obtener información más precisa y clara sobre los sucesos presentados dentro de Asuncorp S. A., también se empleó el método descriptivo debido a que se describieran las principales causas que originan el problema dentro de la institución y explicativo ya que se explicaran las variables que son parte de la investigación.

- **Método descriptivo**

Para Alvarado, (2015) señala que:

“El método descriptivo consiste en describir y evaluar ciertas características de una situación particular” (pág. 35).

En la investigación se utilizó el método descriptivo ya que se describió las causas y consecuencias que se originan en la problemática además de las variables que son objetos de estudios.

**Tabla 7**

**Procedimientos**

<b>Técnicas</b>	<b>Instrumentos</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Encuesta</li><li>• Entrevista</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cuestionario</li><li>• Formulario</li></ul>

Elaborado por Boloña M. (2019)

**Técnicas e instrumentos de investigación**

**Técnicas de Investigación**

Según Arias (2012) menciona que:

“Se entenderá por técnica de investigación, el procedimiento o forma particular de obtener datos o información” (pág. 67).

Las técnicas de investigación son definidas como la manera o el proceso que se lleva a cabo en la investigación para obtener información veraz y precisa de fuente directa y confiable que permita seguir desarrollando la investigación.

- **La observación**

Para Arias en su libro El proyecto de la investigación (2014) en su sexta edición seña que

“Es la técnica que consiste en visualizar o captar mediante la vista, en forma sistemática, cualquier hecho, fenómeno o situación que se produzca en la naturaleza o en la sociedad, en función de unos objetivos de investigación preestablecidos” (pág. 69).

Mediante el método de la observación se podrá visualizar, captar y retener ciertos aspectos o sucesos que se presentan dentro del contexto de la entidad en donde se está realizando la respectiva investigación.

En este caso se visita el are del servicio de atención al cliente y se procede a visualizar como se maneja el personal y de qué manera llevan los procesos de atención con sus clientes.



- **Encuesta**

Según Gómez en su libro Metodología de la investigación (2014) primera edición

“Es una técnica y alternativa viable para lograr un mayor acopio de información; está basada en el diseño y aplicación de ciertas incógnitas dirigidas a obtener determinados datos” (pág. 58).

Esta técnica será aplicada a los principales e importantes clientes corporativos de la empresa Asuncorp S. A. quienes responderán al cuestionario de diez preguntas que serán formuladas mediante los estudios previos de la investigación.

El número de encuestas aplicar serán doce que la responderá el cliente debido a que ellos son los principales usuarios que utilizan el servicio de atención al cliente y además ellos pueden proporcionar una información más precisa del servicio que maneja Asuncorp S. A.

La encuesta busca medir el nivel de satisfacción del cliente corporativo y las preguntas que se encuentran dentro del cuestionario son referentes al servicio de manera que ellos puedan responder sin ningún tipo de problema.

- **Entrevista**

Para Hernández en su libro Metodología de la investigación sexta edición (2014) señala que la entrevista es:

“Es definida como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados)” (pág. 403).

La entrevista es una de las herramientas que permite obtener información más precisa sobre el tema de estudio y por lo general siempre se las aplica a las máximas autoridades de la organización en donde se está desarrollando la investigación.

En la siguiente investigación se procederá a entrevistar al gerente general de la empresa quien ocupa el máximo cargo de la entidad, en donde el formulario constará de Diez preguntas respecto al servicio y al estado actual en que la empresa se encuentra.

La encuesta tiene el principal objetivo de recolectar la información necesaria para proceder a analizar las respuestas brindada por el gerente general para proceder a elaborar la debida propuesta y así poder dar las respectivas conclusiones y recomendaciones según los datos obtenidos y la investigación realizada.

Se empleará la observación al momento de realizar las encuestas y entrevista de manera que se pueda verificar que los clientes corporativos y el gerente general responda y llene el formulario y cuestionario presentado por el investigador además de visualizar sobre los sucesos que ocurren en el interior con los clientes y como se maneja el servicio de atención.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

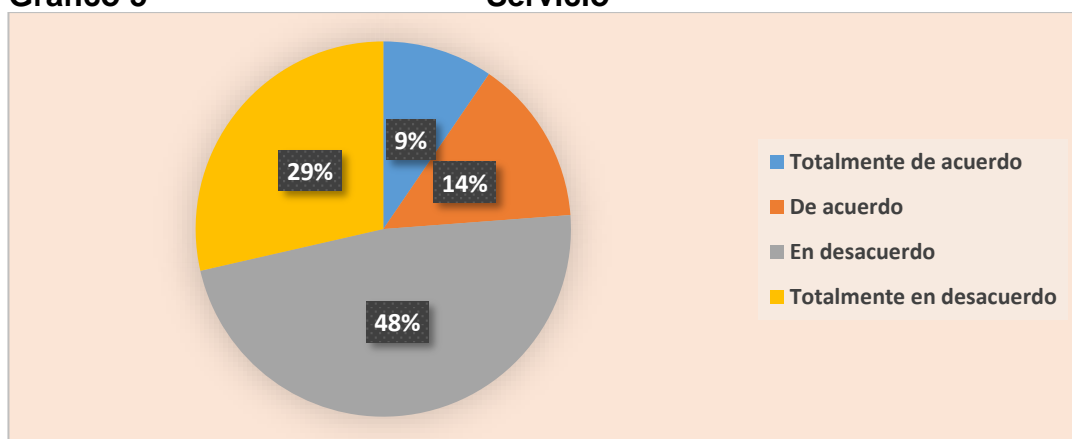
#### 1. ¿Ud. está de acuerdo con el servicio de atención que Asuncorp S. A. les ofrece a sus clientes?

Tabla 8 Servicio

Opción	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	2	10%
De acuerdo	3	14%
En desacuerdo	10	48%
Totalmente en desacuerdo	6	29%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Boloña M. (2019)

Gráfico 5 Servicio



Elaborado por Boloña M. (2019)

#### Análisis:

Se observa que la mayor concentración de la población el cual representa el 48% están en desacuerdo es decir que la empresa no está ofreciendo un buen servicio a sus clientes, mientras el 9% de la población están totalmente de acuerdo, es decir que para ellos la empresa ofrece un buen servicio a sus clientes.

2. ¿Cómo calificaría usted el servicio de atención que la empresa presta a sus clientes?

Tabla 9

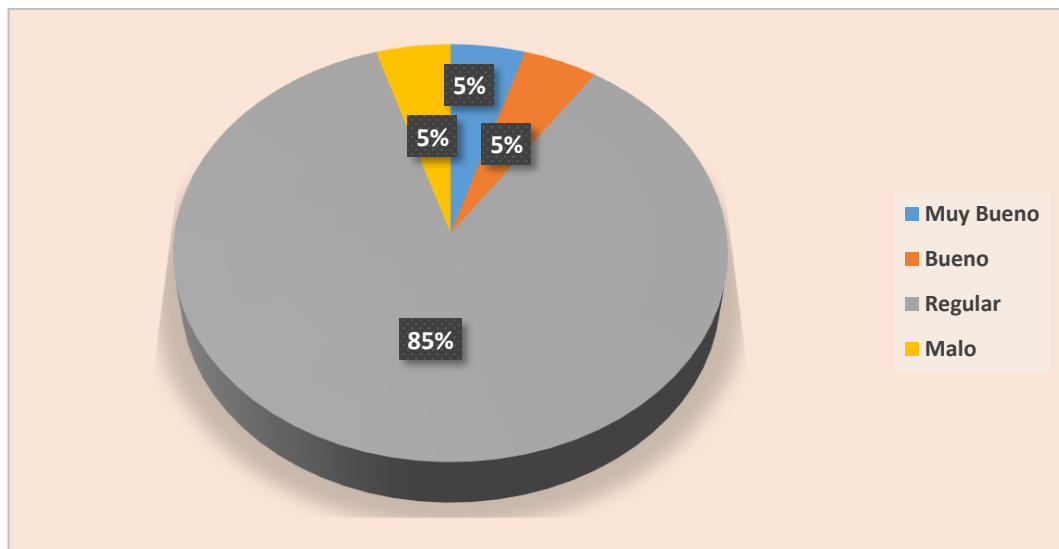
Atención

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Muy bueno	1	5%
Bueno	1	5%
Regular	18	86%
Malo	1	5%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Boloña M. (2019)

Gráfico 6

Atención



Elaborado por Boloña M. (2019)

Análisis

La mayor parte de la población el cual representa el 85% contestó que el servicio que ofrece la empresa es regular, es decir que la compañía no cuenta con un servicio de calidad, mientras que el resto de la población contestó muy bueno, bueno y malo, es decir que la empresa debe tomar medidas severas para satisfacer a sus clientes y mejorar el servicio de manera inmediata para alcanzar la satisfacción de los clientes corporativos y mantenerlos fidelizados.

3. ¿Considera usted que el servicio de atención al cliente debe mejorar?

Tabla 10

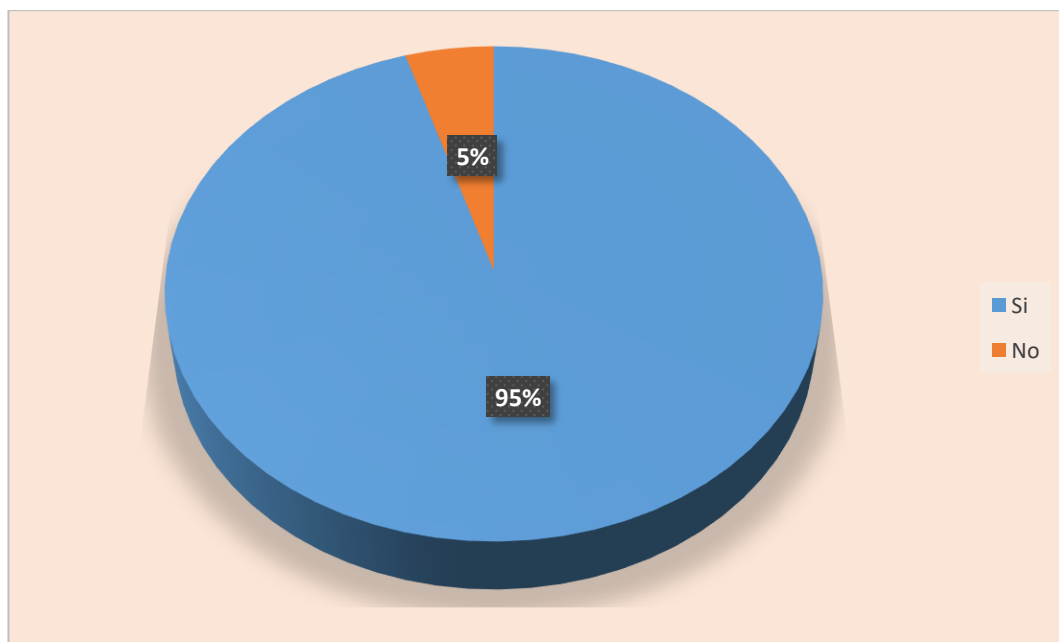
Servicio al cliente

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	20	95%
No	1	5%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Boloña M. (2019)

Gráfico 7

Servicio al cliente



Elaborado por Boloña M. (2019)

**Análisis:**

Según los resultados el 95% de la población contestó que el servicio que ofrece la compañía debería de mejorar, mientras que el 5% de la población se mantienen con el servicio que ofrece actualmente la empresa, esta pregunta servirá para que la organización pueda tomar decisiones sobre el servicio que ofrecen de manera que se debe mejorar de manera inmediata por el bienestar de la empresa.

4. ¿Qué tan de acuerdo esta con que el servicio de atención atiende a todas las necesidades que exige el cliente?

Tabla 11

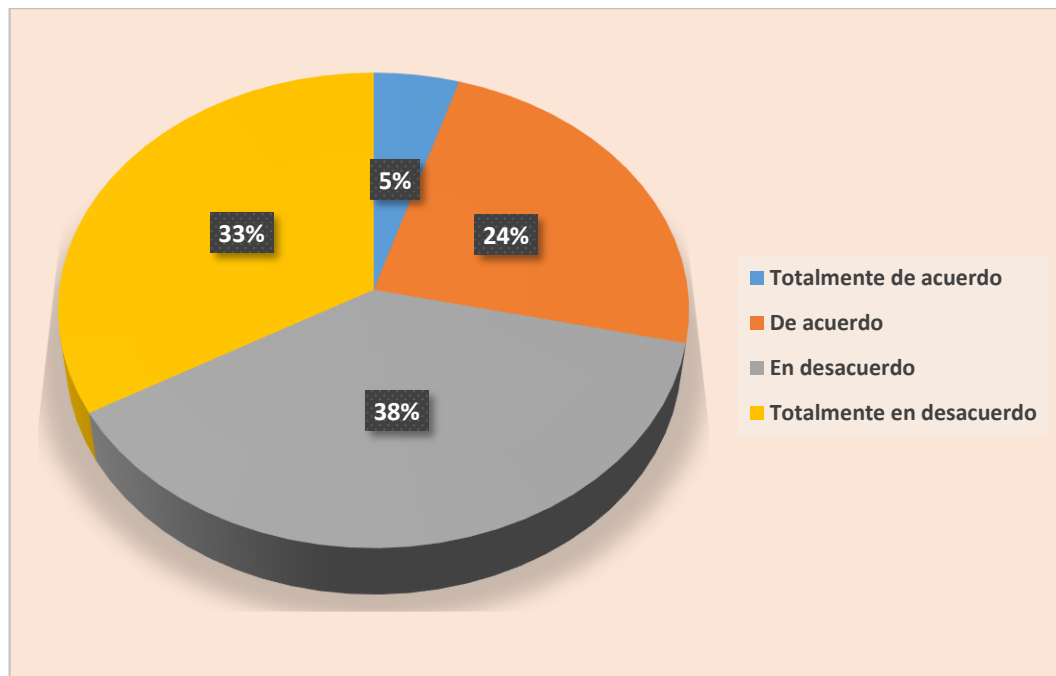
Necesidades

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	1	5%
De acuerdo	5	24%
En desacuerdo	8	38%
Totalmente en desacuerdo	7	33%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Boloña M. (2019)

Gráfico 8

Trabajo



Elaborado por Boloña M. (2019)

**Análisis:**

Según los resultados se interpreta que el 38% de la población están en desacuerdo, es decir que el servicio que ofrece la compañía no atiende todas las necesidades del cliente, y el 5% de la población está totalmente de acuerdo, es decir que esa parte de la población piensa que el servicio que ofrece la compañía cubre todas las necesidades de los clientes.

5. ¿Ud. cree que el servicio puede brindar más de lo normal; respecto a la atención del cliente?

Tabla 12

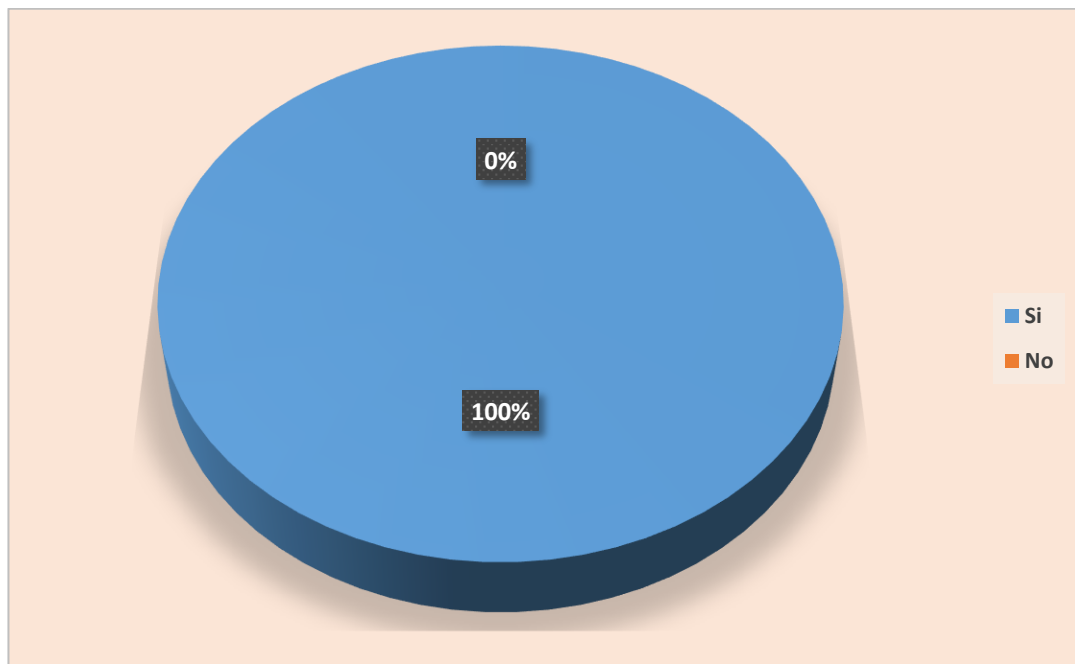
Mejores servicios

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	21	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Boloña M. (2019)

Gráfico 9

Mejores servicios



Elaborado por Boloña M. (2019)

**Análisis:**

Con los resultados se interpreta que el 100% de la población si cree que el servicio que ofrece la compañía puede dar más de lo normal, es decir que el servicio que brindan no es el más idóneo y por ende no puede ser un servicio completo, debido a que se debe mejorar en ciertos aspectos que optimicen tiempo y se lo realice de manera ágil por el bienestar de la organización.

6. ¿Ud. considera que el personal encargado de atender al cliente está capacitado en el área que desempeña sus funciones?

Tabla 13

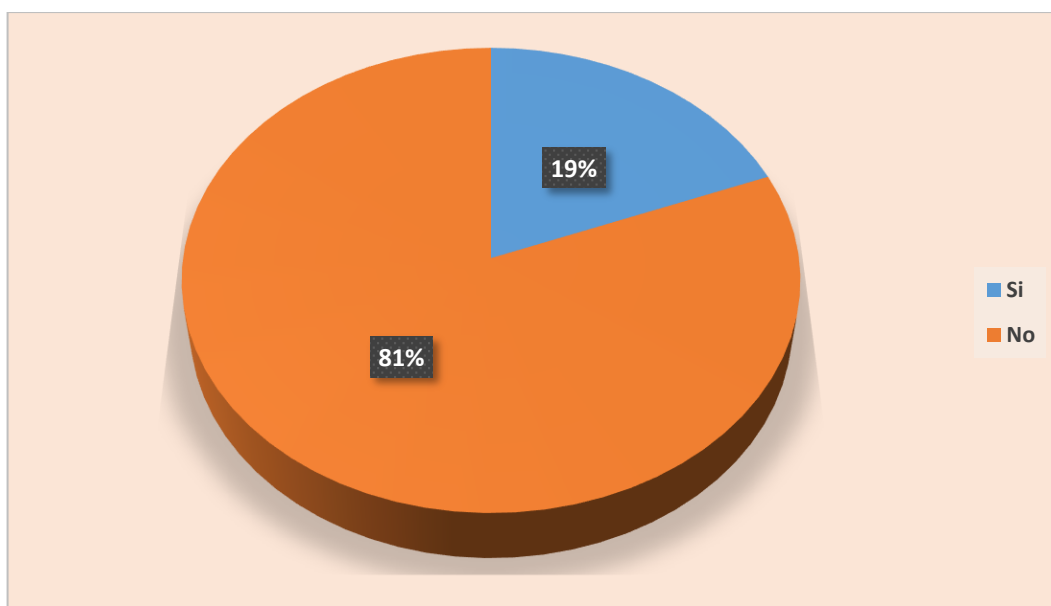
Funciones internas

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	4	19%
No	17	81%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Boloña M. (2019)

Gráfico 10

Funciones internas



Elaborado por Boloña M. (2019)

**Análisis:**

Según los resultados el 81% de las personas muestra que los empleados encargados en la atención al cliente no están correctamente capacitados, mientras el 19% de las personas piensan que los empleados de atención al cliente están correctamente capacitados para este cargo; por lo que se debe capacitar de manera general a todos los colaboradores de manera que rinda de la mejor manera en las funciones laborales dentro de la empresa.



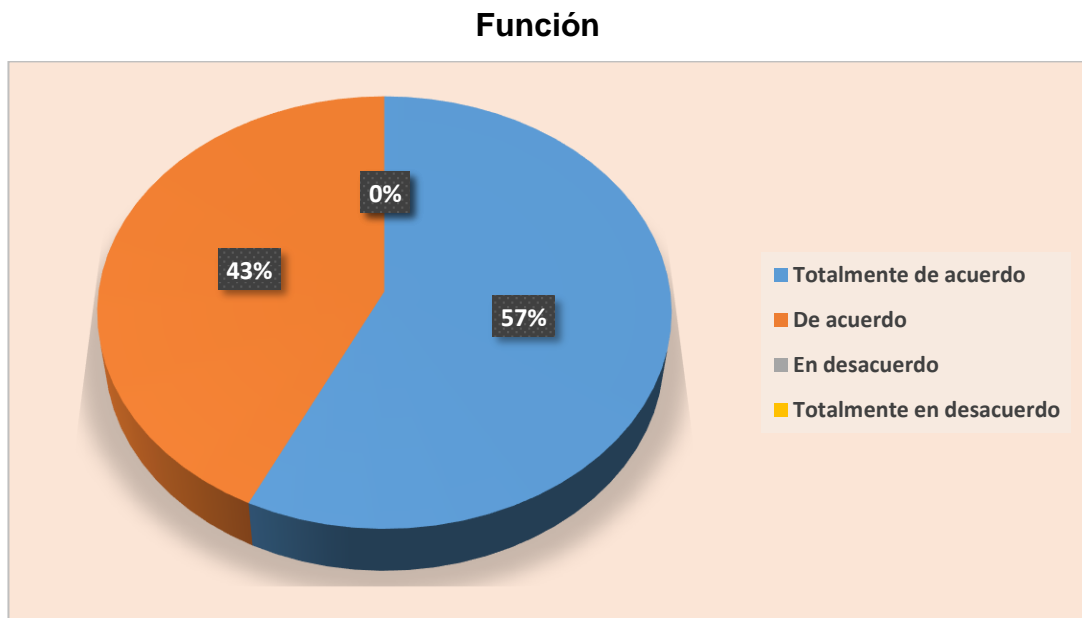
7. ¿Ud. está de acuerdo que el personal que desarrolla cualquier tipo función en la empresa debe realizarlo de una manera motivada?

Tabla 14

Función		
Opciones	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	12	57%
De acuerdo	9	43%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Boloña M. (2019)

Gráfico 11



Elaborado por Boloña M. (2019)

**Análisis:**

El 57% de la población dicen que los empleados deben de realizar sus funciones motivados, esto sirve para que un buen clima laboral en la empresa, mientras el 43% de la población dice que las personas pueden realizar sus funciones sin motivación.

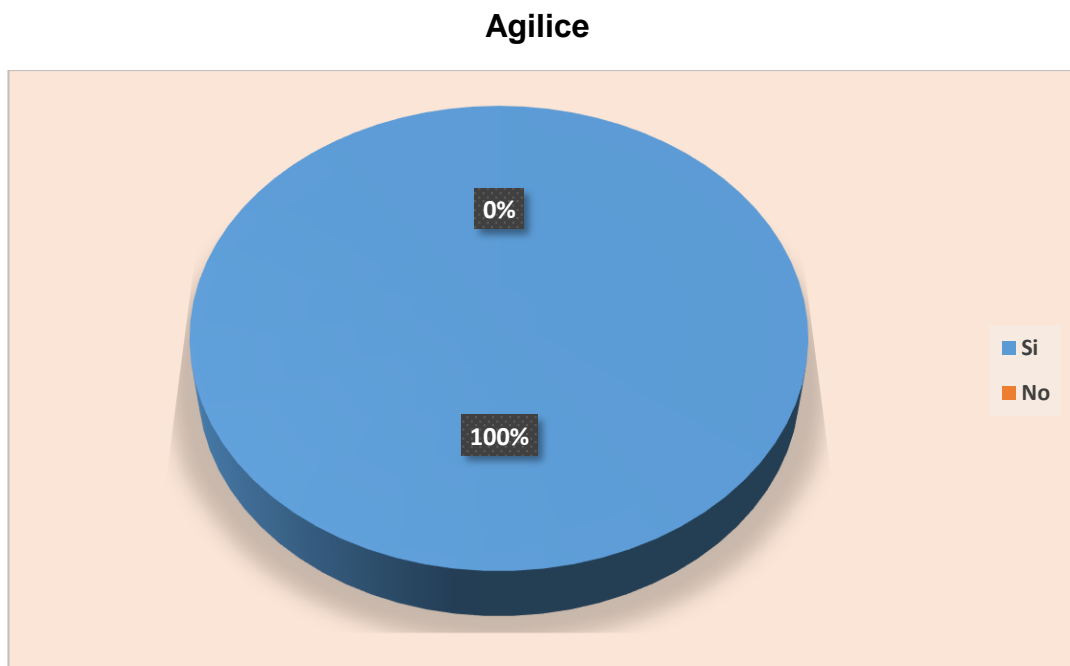
8. ¿Le gustaría que el servicio de atención al cliente agilice los procesos de solicitud respecto al cliente corporativo?

Tabla 15

Agilice		
Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	21	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Boloña M. (2019)

Gráfico12



Elaborado por Boloña M. (2019)

**Análisis:**

El 100% de la población le gustaría que el servicio de atención al cliente que ofrece la empresa agilite los procesos de solicitud con respecto al cliente corporativo, que sea un servicio eficiente y eficaz que cubra con las necesidades principales que presenta el cliente y genere satisfacción en los usuarios de manera que no opten por elegir la competencia y que se mantengan fieles a la organización.

9. ¿Estaría de acuerdo con que el servicio de atención al cliente sea de manera personalizada?

Tabla 16

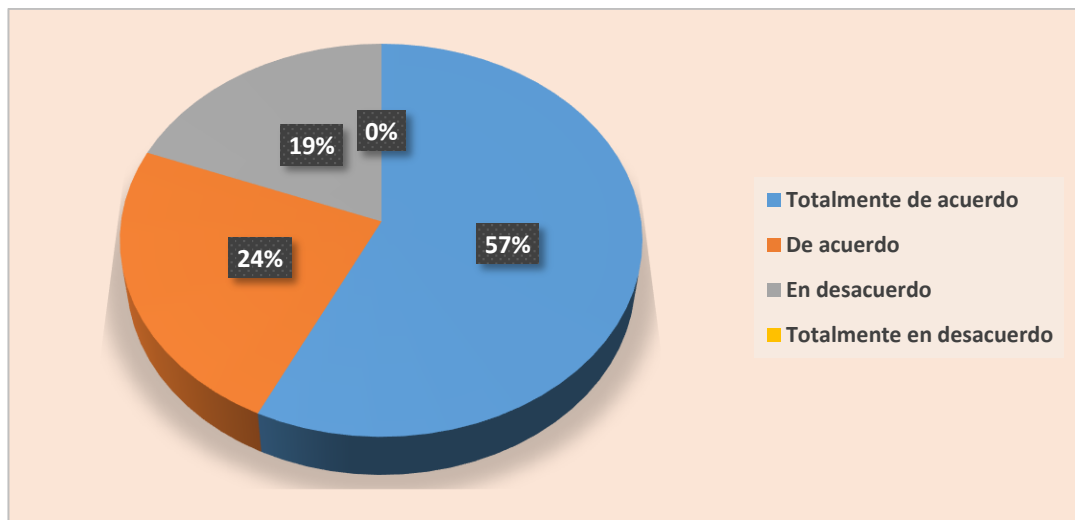
Servicio personalizado

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	12	57%
De acuerdo	5	24%
En desacuerdo	4	19%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Boloña M. (2019)

Gráfico 13

Servicio personalizado



Elaborado por Boloña M. (2019)

**Análisis:**

Según los resultados la mayor parte de la población la cual representa el 57% dice que está totalmente de acuerdo en que el servicio sea de manera personalizada lo cual le da satisfacción al cliente, mientras que el 19% de la población está en desacuerdo con que el servicio sea de forma personalizada.

**10. ¿Ud. estaría dispuesto asumir y aceptar nuevos cambios generados en el área del servicio de atención al cliente?**

**Tabla 17**

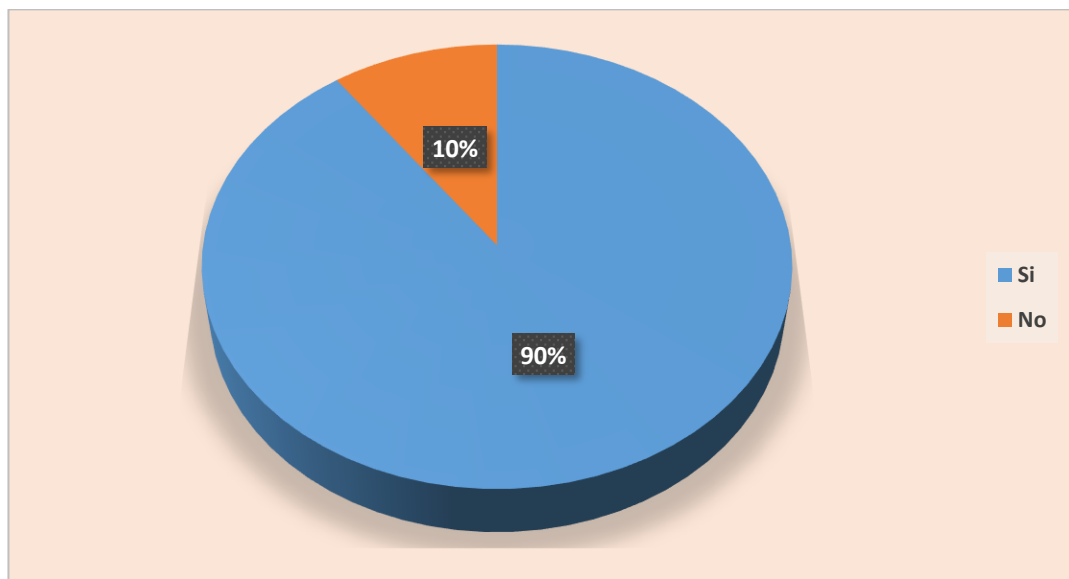
**Cambios**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	19	90%
No	2	10%
<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Boloña M. (2019)

**Gráfico 14**

**Cambios**



Elaborado por Boloña M. (2019)

**Análisis**

El 90% de la población asume y acepta los nuevos cambios generados en el área del servicio de atención al cliente, mientras el 10% de la población no está dispuesto a aceptar y asumir los cambios generados en el área del servicio de atención al cliente ya sea porque desconocen o sienten algún tipo de temor que el cambio empeore la situación del área del servicio de atención al cliente.

## Entrevista

**Objetivo:** Obtener información más exhaustiva de la empresa por parte del gerente general quien conoce sobre el estado en el que la empresa se maneje.

**Fecha** : 22 de mayo del 2019

**Lugar** : Asuncorp S. A.

**Entrevistado** : Ing. Gustavo Delgado

**Cargo** : Administrador

**Hora de inicio** : 8:30 AM

**Hora de fin** : 10:00 AM

**Entrevistador** : Martin Boloña

### 1. ¿Cuáles son los principales problemas que acechan a la empresa?

El principal problema con el que cuenta la compañía es el mal servicio de atención al cliente que ofrece, debido a que sus empleados no se encuentran capacitados o motivados para este cargo; otro problema que presenta la compañía es la mala comunicación interna que se maneja debido a esto los procesos de solicitudes por parte de los clientes no es atendido de una forma rápida.

### 2. ¿De qué manera la empresa contrarresta los problemas que se presentan dentro de la organización?

La empresa pretende generar nuevos cambios en el servicio que ofrece, es decir está dispuesto asumir costos con la finalidad de brindar un servicio de calidad y que sus clientes estén satisfechos; además de que se van a motivar a los empleados para que tengan un buen clima laboral y exista la buena comunicación.

**3. ¿Cada que tiempo evalúan los departamentos de la empresa?**

La empresa evalúa a los departamentos una vez al año, esto puede ser también ser una de las causas porque no existe un correcto funcionamiento dentro de la empresa.

**4. ¿Cómo usted considera que se maneja la comunicación dentro de la empresa y en el área del servicio de atención al cliente?**

La comunicación en la empresa se la maneja de una forma restringida, debido a que no todos los departamentos comparten información, y en el área del servicio al cliente la información no se da de una forma transparente y esto ocasiona inconvenientes tanto para el cliente como para la compañía.

**5. ¿Cómo evalúan el desempeño laboral de los colaboradores en el área del servicio de atención al cliente?**

A los empleados se los evalúa por medio de pruebas, las cual consiste en que una persona externa de la empresa se hace pasar por un cliente y comienza a evaluar su desempeño y disposición al momento de atender.

**6. ¿De qué manera motivan a los trabajadores internos de la empresa?**

A los trabajadores internos de la empresa se los motiva por medio de bonificaciones, debido a que esto les genera motivación y puedan desempeñarse de una manera eficiente.

**7. ¿Cómo se encuentra actualmente la relación con sus clientes corporativos?**

El servicio que se ofrece actualmente a los clientes corporativos no es tan ágil, es decir que no existe una relación fluida entre la empresa y los clientes corporativos por ende estamos consiente de que la relación con nuestros clientes se ha visto afectada y por eso estamos tratando de solucionar ese problema.

**8. ¿De qué manera capacitan a los trabajadores de la entidad?**

Los trabajadores de la entidad se los capacita por medio de charlas que las realizan entes externos a la compañía, logrando ofrecer a los empleados una amplitud de conocimientos en el área en el que se desempeñan.

**9. ¿Alguna vez han recibido quejas sobre el servicio de atención al cliente con el que se maneja la empresa?**

La empresa frecuentemente recibe quejas sobre el servicio de atención al cliente, notificando que nos es el adecuado y no cumple con la satisfacción de inquietudes que tiene el cliente.

**10. ¿De qué forma los procesos administrativos son manejados en el interior de la entidad?**

Los procesos administrativos de la empresa están correctamente aplicados, pero no funcionan correctamente debido a que en la empresa no existe un buen flujo de comunicación y por ende no existe una información completa ni confiable para que los gerentes tomen las decisiones adecuadas.

**Análisis general de la entrevista**

Como conclusión de la entrevista con el gerente general de la empresa se puede decir que el estado actual de la empresa no es el mejor, está pasando por una deficiente administración, presenta problemas en la comunicación interna e interdepartamental, sus empleados no están en constantes capacitaciones y sus evaluaciones no se las realiza con frecuencia, también presentan constantes quejas por partes de los clientes en el servicio de atención al cliente que ofrecen y por lo tanto se deben realizar mejoras respecto a los problemas que se presentan en la organización Asuncorp S. A.

## Plan de control

**Objetivo:** Elaborar un plan de control de los procesos administrativos dentro de la empresa ASUNCORP S.A. para mejorar el servicio de atención al cliente corporativo de la empresa y la satisfacción de ellos.

**Tabla 18** **Plan de control**

¿Qué?	¿Cómo?	¿Quién?	¿Cuándo?	¿Dónde?	¿Por qué?
<b>Mantener el control de los procesos administrativos</b>	Verificando que exista organización, planificación, dirección, control y administración sobre el departamento de atención al cliente corporativo ya que es donde centra el principal problema.	Gerente general de Asuncorp S.A.	Desde el 7 de septiembre del 2019	Oficinas de le empresa Asuncorp S. A.	Esto ayudará a que los procesos internos se lleven de manera ordenada con el respectivo control y la debida administración por el bienestar de la empresa y brindado lo mejor a los clientes.
<b>Capacitar a los empleados de Asuncorp S. A.</b>	Capacitando a los empleados del departamento de atención y servicio al cliente en tipos de comunicación, solución de conflicto y aplicación del proceso administrativos.	Ing. Mario Ríos	Inicia el 7 de septiembre por 3 meses y tiempo de 1:30 minutos	Oficinas de le empresa Asuncorp S. A.	De esta manera se contará con un personal capacitado dispuesto a resolver cualquier tipo de inconveniente laboral
<b>Evaluar el rendimiento laboral</b>	Mediante evaluaciones constantes, que permitan medir el rendimiento laboral que tiene el trabajador dentro de la empresa.	Jefe de talento humano	Inicia desde 31 de septiembre del 2019	Oficinas de le empresa Asuncorp S. A.	Así se podrá conocer de manera detallada sobre el desenvolvimiento laboral del personal de la empresa Asuncorp S. A.
<b>Implementar un medidor de satisfacción de servicio de atención laboral</b>	Ubicando un calificador de servicio donde el cliente puede calificar la atención brindada por el empleado, para luego esos datos puedan ser procesados y tener una conclusión.	Gerente general de Asuncorp S.A.	Se implementará desde el 2 de septiembre del 2019	Oficinas de le empresa Asuncorp S. A.	De esta manera se llevará un control de que si la empresa satisface o no al cliente por medio de su servicio y se podrá obtener información directa sobre ellos.
<b>Generar reconocimiento s laborales</b>	Brindando reconocimientos a los trabajadores por el de buen desempeño laboral dentro de la institución	Jefe de talento humano	Se implementará el 2 de septiembre del 2019	Oficinas de le empresa Asuncorp S. A.	Debido a que esto incentivara a los trabajadores a ejercer sus funciones de manera eficientes y eficaz por el bienestar de la organización

Elaborado por Boloña M. (2019)



## Plan de control

N. °	Tiempo  Actividades	2018											
		Septiembre				Octubre				Noviembre			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Mantener el control de los procesos administrativos												
2	Capacitar a los empleados de la empresa Asuncorp S. A.												
3	Evaluar el rendimiento laboral												
4	Implementar un sistema que permita medir la satisfacción del cliente												
5	Generar reconocimientos laborales												

Elaborado por Boloña M. (2019)

## Plan de Capacitación

**Objetivo:** Brindar mejoras en el servicio de atención al cliente para lograr la satisfacción de los usuarios corporativos.

**Tabla 19 Plan de Capacitación**

Tema	Fecha	Hora	Responsable	Lugar
Atención y servicio de	2019/09/07	16h30 a 18h00	Ing. Mario	Sala de reunión de
	2019/09/14	16h30 a 18h00	Ríos	
	2019/09/21	16h30 a 18h00		

atención al cliente				Asuncorp S. A.
Tipos de comunicación	2019/09/28	16h30 a 18h00	Ing. Mario Ríos	Sala de reunión de Asuncorp S. A.
	2019/10/05	16h30 a 18h00		
	2019/10/12	16h30 a 18h00		
Solución de conflictos internos	2019/10/19	16h30 a 18h00	Ing. Mario Ríos	Sala de reunión de Asuncorp S. A.
	2019/10/26	16h30 a 18h00		
	2019/11/02	16h30 a 18h00		
Aplicación de los procesos administrativos	2019/11/09	16h30 a 18h00	Ing. Mario Ríos	Sala de reunión de Asuncorp S. A.
	2019/11/16	16h30 a 18h00		
	2019/11/23	16h30 a 18h00		
	2019/11/30	16h30 a 18h00		

Elaborado por Boloña M. (2019)

## Presupuesto

**Tabla 20 Capital**

Ingresos	Cantidad
Costos asignados por Asuncorp S. A.	\$ 750,00
<b>Total de ingresos</b>	<b>\$ 750,00</b>

Egresos	Cantidad
Mantener el control de los procesos administrativos	\$100,00
Capacitar a los empleados de Asuncorp S. A.	\$450,00
Evaluar el rendimiento laboral	\$ 50,00

Implementar un sistema que permita medir la satisfacción del cliente	\$100,00
Generar reconocimientos laborales	\$ 50,00
<b>Total de egresos</b>	<b>\$ 750,00</b>

Elaborado por Boloña M. (2019)

Los ingresos de los 750 fueron invertidos en el desarrollo del proyecto por lo cual no hay ningún tipo de excedente y además los gastos incurridos en la realización son cubiertos en su totalidad por la entidad Asuncorp S. A. que es en donde se presenta la problemática a eliminar; debido al mutuo acuerdo en donde ellos aceptaron costear la aplicación del plan mejora debido que tienen grandes aspiraciones por el trabajo realizado hasta el momento en la empresa.

Todos los beneficios retornarán a esta entidad debido a que se realizaron las debidas investigaciones que permiten mejorar la situación actual de la empresa mantenido el personal capacitado y dispuesto afrontar cualquier tipo de inconveniente que se presente en el transcurso del horario laboral además de contar con una estructura interna óptima que permite el buen funcionamiento y desarrollo de la empresa.

Por otra parte, también se evidenciarán los distintos cambios respecto al servicio de atención al cliente de manera que este será eficiente y eficaz al momento de atender las necesidades de los clientes y logrando la plena satisfacción por parte de ellos. La investigación muestra un beneficio mutuo tanto de la empresa ya mejoran los aspectos vulnerables y de los clientes quienes reciben lo mejor por parte de la entidad.

## Conclusiones

- Los procesos administrativos influyen de cualquier tipo de manera dentro de las organizaciones debida a la serie de funciones que cumplen ya que ayudan a organizar, controla, dirigir, planificar y administrar los sucesos que se desarrollan dentro de la empresa por eso se debe mantener el control sobre ellos.
- La satisfacción del cliente es importante para cualquier tipo de negocio debido a la importancia que representa el usuario o consumidor del bien por tal motivo es un aspecto esencial mantenerlos satisfechos sin ganas de irse a la competencia ya que eso representa perdida para la empresa.
- Los principales problemas que amenazaban a la empresa se minimizarán en gran parte debido a la aplicación del plan de acción que permite que la organización genere otro tipo de rumbo, uno más centralizado con el objetivo de mejorar internamente por el bienestar de los clientes corporativos de la empresa.
- Se mejorará el servicio de atención de atención de manera que los clientes corporativos gozaran de un nuevo trato y de una atención distinta que solucionara de manera ágil y eficiente las necesidades que presentan ellos.
- Se logró minimizar los problemas de la organización y se obtuvo un mayor rendimiento de los trabajadores.

## Recomendaciones

- Verificar que los procesos administrativos se cumplan dentro de la organización de manera que así se obtendrá un mejor desenvolvimiento laboral y se podrán realizar las funciones internas de manera eficiente y eficaz.
- Evaluar al personal interno del servicio de atención al cliente con el fin de conocer el desenvolvimiento laboral de cada uno de ellos para posteriormente tomar las debidas acciones.
- Capacitaciones constantes a los trabajadores en temas relacionados con el cargo que desempeñan sus funciones de manera que así se podrá contar con un personal preparado y listo para resolver cualquier tipo de inconveniente que se presente dentro de la empresa.
- Medir el nivel de satisfacción de los clientes corporativos cada vez que utilizan el servicio de atención de manera que así se podrá conocer con plenitud si logra el objetivo propuesto por el proyecto de investigación.
- Ajustarse a las necesidades del cliente corporativo de manera que se trabaje en conjunto por el bienestar de ellos brindando mejoras constantes en el servicio de atención y manteniendo la satisfacción plena de ellos.

## Bibliografía

- Almenara, J. (9 de 4 de 2019). Obtenido de [http://www.paidopsiquiatria.cat/files/evaluacion\\_atencion.pdf](http://www.paidopsiquiatria.cat/files/evaluacion_atencion.pdf)
- Arias, F. (2014). *El Proyecto de la Investigación* (El Pasillo 2011, C.A. ed.). Caracas: EPISTEME, C.A.
- Arias, F. (14 de 6 de 2014). *Proyecto de investigación sexta edición*. Caracas: Episteme. Obtenido de Proyectos educativos .
- Arias, F. G. (2006). *El Proyecto de la Investigación* (El Pasillo 2011, C.A. ed.). Caracas: EPISTEME, C.A.
- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de la Investigación* (El Pasillo 2011, C.A. ed.). Caracas: EPISTEME, C.A.
- Arqhys. (2019). Qué son los bienes. *ARQHYS*, 15.
- Castro, E. (2001). *Administración y dirección* . México: Mc Graw Hill.
- Chalco Añaños Sara Edita. (2015). *Análisis y mejora en los procesos administrativos de la empresa inversiones múltiples CAMELOT S.R.L.* Lima.
- Chiavenato, I. (2004). *Introducción a la Teoría General de la Admnistracion séptima Edición*. Bogotá: McGraw-hill interamericana.
- Chiaventao, I. (2007). *Gestión del talento humano*. Mexico : Mc Graw Hill.
- Cruceira Merino Jackeline Elizabeth. (2014). *Gestión administrativa y el servicio en los hoteles de la ciudad de Tulcan*. Tulcan.
- Definición. (9 de 4 de 2019). *Definición.de*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/plan/>
- Ecuador, A. N. (28 de 09 de 2008). *wipo*. Obtenido de wipo: <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec030es.pdf>

Ecuador, C. d. (2008). *Ley Orgánica de defensa del consumidor*. Obtenido de <https://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2012/10/Ley-Org%C3%A1nica-de-Defensa-del-Consumidor.pdf>

Espinosa, E. (9 de 4 de 2019). *eumed.net*. Obtenido de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/eea/Competitividad.htm>

Etzel, M. (2004). *Fundamento de Marketing*. México: Mc Graw Hill.

Etzel, M. (2008). *Fundamento de Marketing 13a edición*. México: Mc Graw Hill.

Fayol, H. (1987). *Administración Industrial Y General Décima edición*. Argentina: El Ateneo.

Ferrás, X. (21 de 09 de 2014). *Una definición de Innovación*. Obtenido de <https://xavierferras.com/2014/09/una-definicion-de-innovacion/>

Flores, M. (2004). *Introducción a los negocios en un mundo cambiante*. México: Mc Graw Hill.

Gabriel Alfonso Morales. (2002). *Propuesta para mejorar los procesos administrativos en una institución educativa oficial de la ciudad de Monterrey, nuevo León*. Monterrey.

Gómez, E. (2009). *Barreras contra el buen servicio. como conservar más cliente (la amabilidad es la clave) 1era ed*. Argentina: El Cid Editor.

Gómez, H. S. (2006). *En servicio al cliente*. Colombia: Panamericana.

Gómez, H. S. (2006). *En servicio al cliente*. Colombia: Panamericana.

Gómez, S. (2014). *Metodología de la nvestigacion primera edición*. México: Ma. Eugenia Buenía López.

Guzmán, A. (6 de 11 de 2013). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/el-proceso-administrativo-segun-varios-autores/>

- Hamric & Hanson. (2005). *Enfermería de práctica avanzada* . Washington : Integrative.
- Hartline, M. (2006). *Estrategia de Marketing* . Buenos Aires: Ferrell.
- Hegel, G. A. (2007). *El concepto de experiencia* . Argentina: Tópicos.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Koontz, H. (2004). *Administración una perspectiva global 12a edición*. México: Mc Graw Hill.
- Marketing, D. d. (1999). Lima: Cultural S. A.
- Maura Magdalena Peña Santillan. (2018). *Gestión administrativa y calidad del servicio del usuario en la municipalidad distrital de San Marcos, Huari Ancash*. Perú.
- Nicuesa, M. (15 de 06 de 2015). *Definicion ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/social/insatisfaccion.php>
- Obregón del Valle Xiomara Cecibel . (2018). *Propuesta de mejora del servicio al cliente y de los procesos administrativos aplicado a CNEL-EP matriz Guayaquil*. Guayaquil.
- Oliveira, R. (2002). *Teorias de la administración* . Buenos Aires: Thomson .
- Pardo, D. (14 de 5 de 2016). *SLIDESHARE*. Obtenido de SLIDESHARE: <https://www.slideshare.net/Danielpardo28/atencion-al-usuario-61646689>
- Paz, J. (1994). *Biblioteca practica de negocios* . México: Mc Graw Hill.
- Pérez, J. (9 de 4 de 2014). *Definición.de*. Obtenido de <https://definicion.de/satisfaccion-del-cliente/>
- Pérez, J. (9 de 4 de 2019). *definición.de*. Obtenido de <https://definicion.de/problema/>
- Porto, J. (10 de 05 de 2009). *definición.de*. Obtenido de <https://definicion.de/bueno/>



RAE. (9 de 4 de 2019). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/?id=AwFchLc>

RAE. (9 de 4 de 2019). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/?id=C1jRL3D>

RAE. (9 de 4 de 2019). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/?id=CqSKDLk>

RAE. (9 de 4 de 2019). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/?id=JAOmd4s>

RAE. (4 de 9 de 2019). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/?id=QKN8J5J>

RAE. (9 de 4 de 2019). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/?id=UFbxsxz>

Rodriguez, A. (2005). *Fundamentos de Mercadotecnia*. México : Mc Graw Hill.

Romero, R. (2008). *Marketing* . Buenos Aires: Palmir.

Roque Bonilla Arnold Jeans. (2016). *Estretegias de Gestión administrativa en mejora de la atención al cliente en la pyme comercial " San Martin"- Chiclayo*. Pimentel.

Sampieri, R. H. (2015). *Metodología de la Investigacion*. (S. D. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, Ed.) México D.F, México: Marcela I. Rocha Martínez.

Sánchez Jimenéz Laura Paola. (2015). *Propuesta de mejoramiento en la gestión de los procesos administrativos para el servicio de atención al cliente en el banco de Loja sucursal del Panguí*. Cuenca.

Sevilla, A. (1 de 04 de 2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/rentabilidad.html>

Tschohl, J. (2008). *El arma secreta de la empresa Servicio al cliente Técnicas, estategias y una verdadera cultura para gentaerar beneficios* 5ta edición. New York: service quality.

Urbaes, M. F. (2005). Gestión del conocimiento organizacional en el taylorismo y en la teoría de las relaciones humanas . *Espacios*, 22.

Velasco, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Pamplona.

Yungan Sarmiento Christian Fernando. (2015). *Propuesta para el mejoramiento de gestión en los procesos administrativos de la ferretería El Cisne*. Cuenca.

# **Anexos**

**Anexo 1**

Carta de Aceptación de la Empresa

Fecha; Guayaquil 12 de Noviembre del 2018



**PhD: Manuel Roberto Tolozano Benites**  
**Director del Instituto Tecnológico Superior Bolivariano de la ciudad de Guayaquil**

Por este conducto me permito informarle que el Sr. **MARTIN DAMIAN BOLOÑA ROJAS**, alumno del Instituto Tecnológico Superior Bolivariano de la ciudad de Guayaquil de la Carrera, **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA** fue aceptada para realizar en **LA EMPRESA ASUMCORP S. A.** con el Proyecto: **PLAN DE CONTROL ADMINISTRATIVO PARA LA MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE COOPORATIVO DE LA EMPRESA ASUMCOPR S.A.**, facilitando información y brindado la asesoría la ayuda necesaria respecto al tema del Proyecto

Así mismo, me permito comunicarle que el Sr **MARTIN DAMIAN BOLOÑA ROJAS**, realizará el proyecto de referencia al tema **PLAN DE CONTROL ADMINISTRATIVO PARA LA MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE** en el lapso del tiempo necesario a la fecha de inicio y a su fecha necesaria de la culminación a su tema.

**ATENTAMENTE**

---

**ING: GALO JAMA**  
**Gerente Técnico**

## Anexo 2

### Encuesta

Mi nombre es Martin Damián Boloña Rojas con C. I. 0914907332; y se está aplicando la encuesta a los clientes corporativos de la empresa Asuncorp S. A. debido a un proceso investigativo que se está desarrollando.

#### INSTRUCCIONES

Maque con X en la casilla correspondiente según su criterio con la empresa.

**Objetivo:** Medir el nivel de satisfacción de los clientes corporativos que utilizan el servicio de atención con el que se maneja la empresa Asuncorp S. A.

1. ¿Ud. está de acuerdo con el servicio de atención que Asuncorp S. A. les ofrece a sus clientes?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

2. ¿Cómo calificaría usted el servicio de atención que la empresa presta a sus clientes?

Muy bueno

Bueno

Regular

Malo

3. ¿Considera usted que el servicio de atención al cliente debe mejorar?

Si

No

4. ¿Qué tan de acuerdo esta con que el servicio de atención atiende a todas las necesidades que exige el cliente?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

En desacuerdo

- Totalmente en desacuerdo
5. ¿Ud. cree que el servicio puede brindar más de lo normal; respecto a la atención?
- Si
- No
6. ¿Ud. considera que el personal encargado de atender al cliente está capacitado en el área que desempeña sus funciones?
- Si
- No
7. ¿Ud. está de acuerdo que el personal que desarrolla cualquier tipo función en la empresa debe realizarlo de una manera motivada?
- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo
8. ¿Le gustaría que el servicio de atención al cliente agilice los procesos de solicitud respecto al cliente corporativo?
- Si
- No
9. ¿Estaría de acuerdo con que el servicio de atención al cliente sea de manera personalizada?
- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo
10. ¿Ud. estaría dispuesto asumir y aceptar nuevos cambios generados en el área del servicio de atención al cliente?
- Si
- No

**Gracias por la atención prestada**

Atentamente  
Martin Boloña Rojas.

## Anexo 3

### Entrevista

**Fecha** :

**Lugar** :

**Entrevistados** :

**Cargo** :

**Entrevistador** :

#### INSTRUCCIONES

La información obtenida mediante la aplicación de la entrevista, son con fines investigativos

**1. ¿Cuáles son los principales problemas que asechan a la empresa?**

---

---

**2. ¿De qué manera la empresa contrarresta los problemas que se presentan dentro de la organización?**

---

---

**3. ¿Cada que tiempo evalúan los departamentos de la empresa?**

---

---

**4. ¿Cómo usted considera que se maneja la comunicación dentro de la empresa y en el área del servicio de atención al cliente?**

---

---

**5. ¿Cómo evalúan el desempeño laboral de los colaboradores en el área del servicio de atención al cliente?**

---

---

**6. ¿De qué manera motivan a los trabajadores internos de la empresa?**

---

---

**7. ¿Cómo se encuentra actualmente la relación con sus clientes corporativos?**

---

---

**8. ¿De qué manera capacitan a los trabajadores de la entidad?**

---

---

**9. ¿Alguna vez han recibidos quejas sobre el servicio de atención al cliente con el que se maneja la empresa?**

---

---

**10. ¿De qué forma los procesos administrativos son manejados en el interior de la entidad?**

---

---

**Gracias por la atención prestada**

Atentamente

Martin Boloña Rojas.



## Anexo 4

Formato de evaluación del desempeño laboral del personal					
Nombre del evaluado:					
Cargo:					
Periodo de evaluación:					
Nombre del evaluador:					
Fecha					
Criterio de evaluación	<b>Clave de calificación:</b> <u>1</u> No cumple con los requisitos del puesto. <u>2</u> Necesita mejorar con la mayoría de los requisitos del puesto. <u>3</u> Cumple con la mayoría de los requisitos del puesto. <u>4</u> Cumple Con todos los requisitos del puesto. <u>5</u> Excede con los requisitos del puesto.				
		1	2	3	4
1. INICIATIVA					
1.1 ¿Necesita supervisión frecuente para realizar sus labores?					
1.2 ¿Realiza su trabajo sin necesidad de ayuda de otra persona?					
1.3 ¿Considera que puede tomar decisiones por si solo?					
1.4 ¿Considera que sus aportes son esenciales para el desarrollo de la empresa?					
1.5 ¿Es innovador a la hora de toma de decisiones?					
2. COMPROMISO INSTITUCIONAL					
2.1 ¿Adquiere compromiso con sus labores?					
2.2 ¿Cumple exactamente con el horario de trabajo?					
2.3 ¿Se identifica con los valores de la empresa?					
2.4 ¿Posee iniciativa?					
2.5 ¿Fomenta el trabajo en equipo?					
3. DESEMPEÑO LABORAL					
3.1 ¿Demuestra efectividad ante la demanda de un servicio?					
3.2 ¿Utiliza los recursos de la mejor manera?					
3.3 ¿No tiene problemas a la hora de acatar órdenes?					
3.4 ¿Tiene la capacidad para resolver cualquier problema que se le presente?					
3.5 ¿Es puntual a la hora de brindar la información cuando se le pide?					

4. RELACIONES INTERPERSONALES.					
4.1 ¿Cómo es su relación con las personas que laboran en su empresa?					
4.2 ¿Cómo es su relación interpersonal con su jefe de trabajo?					
4.3 ¿Cómo afectan sus relaciones Interpersonales al cumplimiento de las metas de la empresa?					
4.4 ¿Cómo es su relación interpersonal con los clientes de la empresa?					
4.5 ¿Reflejan sus relaciones interpersonales que estoy fomentando los valores de la empresa?					
5 CONOCIMIENTO DEL TRABAJO					
5.1 ¿conoce a la perfección sus funciones dentro de su puesto?					
5.2 ¿tiene las destrezas y habilidades necesarias para para desempeñar su puesto laboral?					
5.3 ¿conoce las limitaciones de su puesto de trabajo?					
5.4 ¿conoce los procedimientos y normas que deben seguir sus subordinados?					
5.5 ¿conoce las funciones de los puestos de sus subordinados?					

Firma del evaluado:

\_\_\_\_\_

Firma del evaluador:

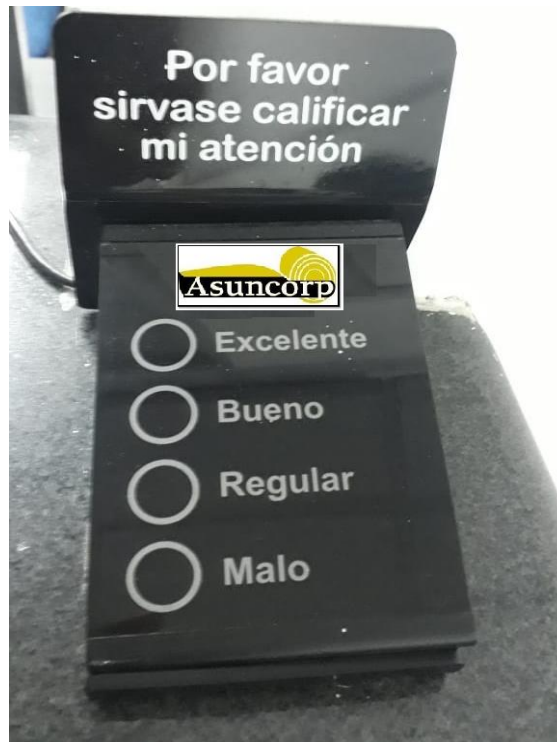
\_\_\_\_\_

Opinión del evaluado:

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

*Formato de evaluación del trabajador*

Anexo 5



Medidor de satisfacción del servicio de atención al cliente

Anexo 6



Certificado de reconocimiento laboral

**Anexo 7**



*Empresa ASUNCORP S.A.*

**Anexo 8**



*Obreros de Asuncorp S. A.*

*M. Boloña, Justo Noboa, Mario Piloso; Rubén Mina, Juan Lucero*



Anexo 9



*secadora de papel*

Anexo 10



*Rebobinadora de papel*

## Anexo 11



*Bobinas de papel producto terminado*

## Anexo 12



*Bobinas de papel para exportación*

**Anexo 13**



*Ing. Galo Jama Gerente técnico de Asuncorp S. A.*

*Martin Boloña- investigador*

**Anexo 14**



*Montacarguista de la empresa Asuncorp S. A.*

*José Robles*

## Anexo 15



*Pacas de cartón de reciclaje (materia prima)*





Factura: 001-002-000062323



20190901003D00419

**DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20190901003D00419**

Ante mi, NOTARIO(A) ROSSANA ESTEFANIA CHANG ARMIJOS de la NOTARÍA TERCERA , comparece(n) MARTIN DAMIAN BOLOÑA ROJAS portador(a) de CÉDULA 0914907332 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede , es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial - . El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaría, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 13 DE JUNIO DEL 2019, (10:55).

MARTIN DAMIAN BOLOÑA ROJAS  
CÉDULA 0914907332



NOTARIO(A) ROSSANA ESTEFANIA CHANG ARMIJOS  
NOTARÍA TERCERA DEL CANTÓN GUAYAQUIL



## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Boloña Rojas Martin Damián** en calidad de autor con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **Plan de control del proceso administrativo para la mejora del servicio al cliente corporativo de la empresa ASUNCORP S.A.**, de la modalidad presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **Tecnología en Administración de Empresas**, de conformidad con *el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco* a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de *la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Boloña Rojas Martin Damián  
Nombre y Apellidos de la Autor  
No. de cédula: 0914907332

  
Firma





**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

**CERTIFICO:**

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Plan de control del proceso administrativo para la mejora del servicio al cliente corporativo de la empresa ASUNCORP S.A.”** y problema de investigación: **¿Cómo controlar las funciones administrativas para la mejora del servicio al cliente corporativo de la compañía ASUNCORP S.A. ubicado en el cantón Guayaquil, provincias del Guayas en el periodo 2019?**, presentado por **Boloña Rojas Martin Damián** como requisito previo para optar por el título de:

**TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresado:   
**Boloña Rojas Martin Damián.**

Tutor:   
**Phd. Simón Alberto Illescas Prieto**

## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de Información Científica y Transferencia de Tecnología (CEGESCIT) nombrado por el consejo Directivo del Instituto Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

### CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en **EL REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.**

Luis Alberto Añate

Nombre y Apellidos del Colaborador

CEGESCYT



Luis Alberto Añate

Administrativo

Servicio