



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

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

TEMA:

**PLAN DE CAPACITACIÓN AL PERSONAL ADMINISTRATIVO PARA
LA MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA COOPERATIVA
“CENTINELA DEL SUR S.A”**

Autora

Gonzabay Mendoza Maybelline Michelle

Tutor

Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

Guayaquil – Ecuador

2019



DEDICATORIA

A Dios por llenarme de fortalezas necesarias para lograr todos mis objetivos y también por protegerme siempre en mi camino.

A mis padres Walter Gonzabay y Gloria Mendoza por ser mis pilares fundamentales, por darme los sabios consejos, inculcarme buenos valores y por su apoyo incondicional tanto moral como económico.

A mis hermanas por su cariño y apoyo incondicional en todo este proceso.

Maybelline Michelle Gonzabay Mendoza



AGRADECIMIENTO

Al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano por brindar una educación eficiente y tener instalaciones muy cómodas para cada uno de nosotros los estudiantes.

A los docentes que nos enseñaron y nos guiaron con sus conocimientos en el transcurso de los estudios.

A nuestro tutor Dr. Simón Alberto Illescas Prieto que con mucha paciencia nos guía y enseña para lograr nuestros objetivos.

A mis compañeros que hemos compartido tantos momentos en el transcurso de nuestros estudios, ayudándonos los unos a los otros y compartiendo una bonita amistad.

Maybelline Michelle Gonzabay Mendoza



CERTIFICACIÓN DE 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 capacitación al personal administrativo para la mejora en la atención al cliente de la Cooperativa “Centinela del Sur S.A”** y problema de investigación: **¿Qué incidencia tendría un plan de capacitación al personal administrativo para la mejora en la atención al cliente de la Cooperativa “Centinela del Sur S.A”, ubicado en el cantón Balao, provincia del Guayas, en el período 2019?** , presentado por **Gonzabay Mendoza Maybelline Michelle** como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA 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.

.....
Egresada:
Gonzabay Mendoza Maybelline

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



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Maybelline Michelle Gonzabay Mendoza** en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **Plan de capacitación al personal administrativo para la mejora en la atención al cliente de la Cooperativa “Centinela del Sur 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 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/autorizamos 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*.

Gonzabay Mendoza Maybelline Michelle

Nombres y Apellidos de la Autora

Firma

No. de cédula: 094202830-9



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior 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**

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

TEMA:

Plan de capacitación al personal administrativo para la mejora en la atención al cliente de la Cooperativa “Centinela del Sur S.A”

Autora: Gonzabay Mendoza Maybelline Michelle

Tutor: Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

Resumen

La Cooperativa “Centinela del Sur S.A”, dedicada a brindar sus servicios a los pasajeros del cantón Balao, Provincia del Guayas, en la actualidad presenta la necesidad de actualizar las especificaciones respectivas de sus funciones y desarrollar nuevas motivaciones en los servidores para la buena atención al cliente dado a que según una investigación de campo y de observación se ha identificado debilidades al momento de cobrar los pasajes así como atender las exigencias y situaciones que presentan cada cliente. El propósito de esta investigación es diseñar un plan de capacitación al personal administrativo que permita eliminar las falencias detectadas con respecto a la atención al cliente. Se ha considerado la población de estudio de los directivos, servidores y los usuarios de los buses. Los métodos que fueron utilizados son los siguientes: método descriptivo, método de observación y método de análisis. La propuesta fue capacitar al personal administrativo de la Cooperativa de transporte para que pueda brindar un servicio de calidad lo que resultaría de gran beneficio tanto para los usuarios como para la Cooperativa. El beneficiario principal fue que el personal administrativo de la Cooperativa “Centinela del Sur S.A” ya que ellos son los encargados de brindar un buen servicio a sus clientes.

Capacitación

Administrativo

Atención

Cliente



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

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

TEMA:

Plan de capacitación al personal administrativo para la mejora en la atención al cliente de la Cooperativa "Centinela del Sur S.A"

Autora: Gonzabay Mendoza Maybelline Michelle

Tutor: Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

Abstract

The Cooperative "Centinela del Sur SA", dedicated to provide its services to the passengers of the Balao canton, Province of Guayas, currently presents the need to update the respective specifications of their functions and develop new motivations in the servers for good service to the client given that according to a field investigation and observation has been identified weaknesses when collecting the tickets and meet the demands and situations presented by each client. The purpose of this investigation is to design a training plan for administrative staff that allows to eliminate the detected shortcomings with respect to customer service. The study population of the managers, servers and users of the buses has been considered. The methods that were used are the following: descriptive method, observation method and method of analysis. The proposal was to train the administrative staff of the Transport Cooperative so that it can provide a quality service which would be of great benefit for both users and the Cooperative. The main beneficiary was that the administrative staff of the Cooperative "Centinela del Sur S.A" since they are responsible for providing good service to their customers

Capacitation

Administrative

Attention

Client

ÍNDICE GENERAL

Contenidos	Páginas
PORTADA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	iv
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN.....	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
CAPÍTULO I	1
EL PROBLEMA.....	1
Planteamiento del problema.	1
Ubicación del problema en un contexto.	3
Situación conflicto	4
Formulación del Problema	5
Variables de la investigación.....	5
Delimitación del Problema	6
Evaluación del problema.....	6
Objetivos de la Investigación	7

Objetivo General.....	7
Objetivos Específicos	7
Interrogantes de la investigación	8
Justificación e Importancia.....	8
Aspectos que justifican la investigación	9
Viabilidad de la investigación	10
CAPÍTULO II.....	11
MARCO TEÓRICO	11
Antecedentes Históricos	11
Generalidades de la Atención al cliente.....	12
Aspectos importantes del Cliente.....	13
Necesidad de la calidad en la atención al cliente.....	14
Sistemas de calidad en la atención al cliente.....	15
Procesos comerciales de la Atención al cliente	16
Elementos que conforman la atención del cliente.....	18
Antecedentes Referenciales	20
Fundamentación Legal.....	23
Normas de Gestión de Calidad ISO 9001 (2014).....	23
Variables de la Investigación	24
Definiciones Conceptuales.....	25
CAPÍTULO III	27
METODOLOGÍA	27
Datos de la Empresa	27
Visión:.....	28
Misión:	28
Logo de la Empresa	28

Organigrama de la Cooperativa Interprovincial de Transporte Centinela del Sur.....	29
Diseño de la Investigación.....	30
Tipos de investigación.....	31
Población y Muestra.....	33
Población:.....	33
Población Finita.....	33
Población Infinita.....	34
Muestra.....	35
Técnicas e instrumentos de la investigación.....	35
Encuesta.....	36
Entrevista:.....	36
Procedimiento de la Investigación.....	37
Encuesta a los clientes.....	37
Entrevista al Gerente.....	37
CAPÍTULO IV.....	38
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	38
Encuesta aplicada a los clientes de la Cooperativa de Transporte Centinela del Sur S.A.....	38
Entrevista realizada al Gerente de la Cooperativa de Transporte Centinela del Sur S.A.....	45
Entrevista realizada a un Chofer de la de la Cooperativa de Transporte Centinela del Sur S.A.....	46
Entrevista realizada al Gerente y a un Chofer de la Cooperativa de Transporte Centinela del Sur S.A.....	47
Plan de Capacitación en Atención al cliente.....	49
Componentes del Plan de Capacitación en Atención al cliente.....	49

Objetivo del Plan de Capacitación en Atención al cliente.	50
Condiciones previas:.....	50
Justificación	50
Alcance	50
Fin del plan de capacitación.....	51
Metas y estrategias	51
Acciones a desarrollar.....	51
Recursos:.....	51
Presupuesto del Plan de Capacitación en Atención al cliente en la Cooperativa de Transporte Centinela del Sur S.A	51
Cronograma del Plan de Capacitación en Atención al cliente en la Cooperativa de Transporte Centinela del Sur S.A	51
Plan de Plan de Capacitación en Atención al cliente en la Cooperativa de Transporte Centinela del Sur S.A.	52
Conclusiones	58
Recomendaciones	59
Bibliografía	60
Anexos.....	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tipos de Investigación	32
Tabla 2 Universo.....	34
Tabla 3 Procedimientos	35
Tabla 4 Atención al cliente.....	38
Tabla 5 Funciones de los choferes y oficiales de la Cooperativa	39
Tabla 6 Atención de quejas	40
Tabla 7 Capacitación al personal.....	41
Tabla 8 Preferencia del cliente.....	42
Tabla 9 Recomendación del servicio de transporte	43
Tabla 10 Plan de Capacitación	44
Tabla 11 Planificación del Plan de Capacitación	52
Tabla 12 Aspectos para un buen servicio de calidad.....	53
Tabla 13 Plan de Capacitación	55
Tabla 14 Actividades para fortalecer las relaciones humanas	56

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Atención al cliente	38
Gráfico 2 Funciones de los choferes y oficiales de la Cooperativa	39
Gráfico 3 Atención de quejas.....	40
Gráfico 4 Capacitación al personal	41
Gráfico 5 Preferencia del cliente	42
Gráfico 6 Recomendación del servicio de transporte.....	43
Gráfico 7 Plan de Capacitación.....	44
Gráfico 8 Ventajas de implementar un programa de incentivos.....	54

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del problema.

El servicio de transporte es uno de los sectores que aporta al ingreso de una población, dado a que sus actividades son masivas y de vital necesidad como una vía de desarrollo, por ende requiere que siempre esté en constante mejora continua para a su vez posicionarse y lograr una eficiente demanda de los habitantes.

Las personas que deben trasladarse de un lugar a otro no tienen mayor alternativa que utilizar buses de cooperativas dado a que la situación económica lo exige porque el utilizar servicios privados el costo es alto y esto conlleva a su abstención, sin embargo como es una necesidad imperante requieren de utilizar servicio públicos.

Según Noroña, (2016) las empresas de servicios públicos de transporte siempre deben estar en constante renovación dado a que la demanda y la competencia crece de manera acelerada al punto de que solo quienes brindan un buen servicio de calidad se situarán entre los preferentes en la localidad.

Ahora bien, la calidad en el servicio de transporte no solo radica en vender los boletos y ofrecer las rutas concernientes a las cooperativas, sino que aun cuando el cliente ha utilizado las unidades se sienta seguro en el viaje así como el confort que debe tener hasta llegar al destino, en este caso la Cooperativa “Centinela del Sur S.A” presenta falencias en cuanto al servicio

al cliente se refiere lo que puede ocasionar que baje sus ventas y no logre un buen posicionamiento en el mercado del transporte.

De acuerdo a Mendoza, (2015) “los clientes en este sector de servicio, como es el de transporte siempre van a tener exigencias en cuanto a la forma de ser atendidos, aun cuando ya han llegado al lugar donde han tenido que llegar siempre van a considerar su satisfacción”. Es decir, que los servidores deben saber que una buena atención a los clientes va a permitir que vuelvan o recomienden.

La Cooperativa “Centinela del Sur S.A, ubicada en la ciudad de Machala, provincia de El Oro brinda servicios de transporte en las rutas hacia El Guabo, Tendales, Bajo Alto, Ponce Enríquez y Tenguel. Las alternativas de rutas que ofrece son propicias para que exista una buena demanda de los usuarios, sin embargo, muchos de ellos presentan quejas de los servidores en cuanto a ofrecer el servicio, así como la forma de que reciban la atención adecuada.

Otras de las situaciones que se identifica es la competencia, dado a que en cuanto a las cooperativas de servicios, hay un sinnúmero de servicios a rutas directas similares a la Cooperativa “Centinela del Sur S.A” así como rutas aledañas que provocan una estabilidad en cuanto a la preferencia que tienen los usuarios para utilizar el servicio de transporte y de esta manera lograr una rentabilidad efectiva.

Los documentos proporcionados por la Cooperativa de Transporte “Centinela del Sur” reflejan un bajo nivel de ventas en cuanto al servicio, aun cuando en temporadas altas se puede esperar que exista un incremento el comportamiento de los ingresos no es rentable para la compañía, de allí que la alta gerencia debe estar enfocada en mejorar mediante las alternativas que muchos consideran que son gastos cuando

en realidad es una inversión para obtener resultados que ayuden al cumplimiento de los objetivos planteados.

Ubicación del problema en un contexto.

Desde un enfoque global, en América Latina el servicio de transporte es muy diverso y a la vez estratificado, dado a que existen un interminable línea de transportes que brindan este servicio para todas las clases y niveles de habitantes, en Brasil, siendo uno de los países más poblados, existe una alta demanda del servicio, según Rutas Paulo, (2016) el 45% del servicio público es destinado para las cooperativas, y dirigidas a poblaciones de nivel bajo y medio.

En México, según Distrito Federal México, (2017) el servicio público en cuanto a rutas internas alcanza el 65% del mercado nacional, ya que muchos de sus habitantes tienen la cultura de utilizar tales servicios aunque tengan las posibilidades de acceder también a un servicio privado. De allí, que se debe entender que tal participación del mercado de este sector propicia que tenga una mejora continua para que pueda posicionarse.

Es una realidad que muchos de los dueños y accionistas de los servicios de transporte piensan que como es una necesidad el transportarse, no deben enfocar sus esfuerzos en brindar un buen servicio, pero se enfrentan a una realidad y es que la competencia les exige a mejorar, unos lo toman como un reto pero otros lo consideran insignificante hasta cuando en muchos de los casos tienden a decaer y hasta retirarse del mercado de transporte.

En el Ecuador, el Ministerio de Transporte, como órgano competente regula la oferta de las cooperativas de transporte, así como la creación y permanencia de este servicio en la población, además de vigilar el cumplimiento de las obligaciones que como entidad debe someterse, y una de las áreas que es unidad de análisis como es el servicio de calidad

que debe establecer en todos los clientes, aunque en este caso refiriendo a este sector no se refieren a clientes de preferencias sino de usuarios que desean tomar un medio de transporte y que de acuerdo a las experiencias de haber recibido el servicio pueden volver y hasta recomendar a otros.

La Cooperativa “Centinela del Sur S.A”, cuya central está ubicada en la ciudad de Machala, provincia de El Oro, recorriendo rutas como El Guabo, Tendales, Bajo Alto, Ponce Enríquez y Tenguel, el 26 de febrero del 2016, se incrementó su sede en el cantón Balao, provincia del Guayas con el objetivo de cumplir las necesidades de los habitantes de este cantón.

La Cooperativa tiene un posicionamiento en el mercado de Machala estable, dado a que hay pocas entidades que brindan este servicio, sin embargo, en cuanto a servicio se refiere se puede identificar que existe una baja de ventas, es decir, que en relación a los meses anteriores se verifica que muchos usuarios han dejado de utilizar este servicio por utilizar otro que presenta rutas similares.

Situación conflicto

La situación conflicto se produce porque de acuerdo al análisis de campo y de observación se pudo identificar que existe una mala atención para el usuario, mucho de los oficiales tienen una actitud de considerar que las personas tienen la obligación de recibir el servicio, al fin de cuentas deben hacerlo porque no le queda más opción, cuando realmente el servicio es uno de las áreas que debe estar siempre con eficiencia para que exista un buen ingreso para la Cooperativa.

Se identificó también que no todos cumplen con las normativas legales en cuanto a lo que rige para el servicio de transporte público, dado a que muchos de los oficiales venden boletos a otras personas a precios más bajos, así mismo como tomar pasajeros en el camino, lo que pone en peligro la integridad y seguridad de los usuarios, eso provoca una

inconformidad en los clientes. Otros de los aspectos es que los precios deben ser los normados en la ley,

Tabla 1 Disposición – confrontación

Causas	Consecuencias
Falta de capacitación en los procesos de selección y formación de los empleados.	Los empleados obtendrán una actividad laboral deficiente.
Retrasos en las salidas del bus.	Pasajeros insatisfechos por el pésimo servicio.
Servicio ineficiente en toda la ruta de servicio.	Clientes perdidos, publicidad negativa, pérdida de información valiosa, lentitud y repetición de las tareas laborales.

Autora: Gonzabay. M. (2019)

Formulación del Problema

¿Qué incidencia tendría un plan de capacitación al personal administrativo para la mejora en la atención al cliente de la Cooperativa “Centinela del Sur S.A”, ubicado en el cantón Balao, provincia del Guayas, en el período 2019.?

Variables de la investigación

- **Variable Independiente** : Plan de capacitación al personal administrativo.
- **Variable Dependiente** : Atención al cliente.

Delimitación del Problema

Campo : Administración de Empresas.

Área : Atención al cliente.

Aspectos : Plan de capacitación al personal administrativo y atención al cliente.

Tema : Plan de capacitación al personal administrativo para la mejora en la atención al cliente de la Cooperativa “Centinela del Sur S.A”.

Evaluación del problema

Delimitado.- El problema identificado se enfoca en fortalecer el servicio que brindan los oficiales y choferes de la Cooperativa “Centinela del Sur S.A” en la ciudad de Machala, esto va a provocar una mejora del servicio y por ende ingresos permanentes para la empresa y un avance del posicionamiento en el mercado del transporte.

Claro.- Se considera que mediante un programa de Capacitación se pueda fortalecer las necesidades en cuanto al servicio al cliente, dado a que como ya se ha referido en este estudio, el servicio se da no solo desde la venta del boleto sino también hasta el momento que llega el usuario al lugar de destino.

Evidente.- Es evidente identificar el mal servicio que brindan los oficiales de la Cooperativa “Centinela del Sur S.A” y que a la vez con una capacitación, se logre concientizar sobre las falencias y que siendo corregidas se puede mantener clientes satisfechos y ventas rentables para la empresa.

Concreto.- La presente investigación propone capacitar al personal de servicio desde el que se encuentran en la ventanilla como el que va en el

bus dirigiendo la ruta, eso va a reflejar en resultados favorables y convenientes para la empresa.

Relevante.- Es muy importante el análisis del servicio que brinda la Cooperativa y a la vez brindar las alternativas de solución para que esto sirva no solo para el presente sino para la continuidad de servicio así como ver reflejado en los estados financieros de la empresa.

Factible.- Es viable el siguiente análisis del proyecto así como la planificación del programa de capacitación, que se dará a todos los servidores de la Cooperativa, así como también sirve para el personal administrativo con el fin de que se establezca un seguimiento para la mejora continua.

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Determinar los aspectos que inciden en servicio de atención al cliente a través de un análisis situacional e investigativo para fortalecer el posicionamiento en el mercado de servicios de la Cooperativa “Centinela del Sur S.A”, Machala, 2019.

Objetivos Específicos

- Desarrollar las teorías que fundamentan el plan al personal administrativo y atención al cliente de la Cooperativa “Centinela del Sur S.A”, Machala, 2019.
- Diagnosticar los métodos y las técnicas del problema planteado de la Cooperativa “Centinela del Sur S.A”, Machala, 2019.
- Aplicar un Plan de capacitación para el personal administrativo de la Cooperativa “Centinela del Sur S.A”, Machala, 2019.

Interrogantes de la investigación

- 1.- ¿Cuál es el nivel de satisfacción que tienen los usuarios de la Cooperativa “Centinela del Sur S.A”?
- 2.- ¿Cómo se fortalecería el nivel de ventas al establecer una capacitación para brindar el servicio de calidad de la Cooperativa “Centinela del Sur S.A”?
- 3.- ¿Qué programas se brindarían en la capacitación para fortalecer el servicio al cliente de la Cooperativa “Centinela del Sur S.A”?

Justificación e Importancia.

En la actualidad la atención al cliente se torna con más frecuencia de manera insatisfactoria y genera la necesidad de que existan programas que conlleven a mejorar el servicio a los usuarios de la Cooperativa “Centinela del Sur S.A, otros de los aspectos relevantes que se potenciaría es el actualizar sus funciones, crear y desarrollar nuevas motivaciones para que permita conquistar al cliente, garantizándole un buen servicio.

La necesidad del mejoramiento en los aspectos de servicio al cliente para la Cooperativa “Centinela del Sur S.A” se detecta gracias al incremento de las quejas de los usuarios que no están conformes con el servicio que tienen que recibir no solo al momento de adquirir el boleto sino hasta que ellos dejan de recibir al momento de llegar a donde se dirigen. Es preciso considerar que los clientes siempre van a tener una referencia de servicio en base a lo que ellos han recibido, siendo uno de los logros que sin inversión en publicidad se aprovecha.

Es necesario también identificar que mediante el presente estudio se logra una cultura organizacional de servicio, ya que muchos de los oficiales no tienen esa actitud de formarse y creen que con la experticia de servir en las rutas es suficientes cuando muchas veces las relaciones humanas son

escasas, más aun cuando se encuentran con personas discapacitadas o de tercera edad.

La evaluación sugerida es diseñar un plan de capacitación al personal administrativo que permita eliminar las falencias detectadas con respecto a la atención al cliente y que esto se establezca como una mejora continua ya que muchos de ellos solo lo harían por un tiempo pero si se aplica un proceso de seguimiento y evaluación se puede establecer normativas de servicios para que los oficiales y choferes, y por no decir la parte administrativa se preocupe y centre sus esfuerzos en la calidad de servicio que debe recibir.

Es de gran utilidad el poder desarrollar un programa de Capacitación en actividades como las relaciones humanas, la relación entre el cliente y el servidor y los logros de establecer la calidad de servicio, va a permitir la consecución de los objetivos que la Cooperativa "Centinela del Sur S.A" los ha establecido. En este proceso el beneficiario será principalmente el personal administrativo de la Cooperativa "Centinela del Sur S.A" ya que ellos son los encargados de brindar un buen servicio a sus clientes, que la empresa tenga una publicidad positiva y que obtengan un buen ingreso en la misma.

Aspectos que justifican la investigación

Conveniencia: Es conveniente realizar el siguiente análisis de investigación ya que al momento de capacitar al personal que brinda los servicios en el medio de transporte de la Cooperativa los usuarios se sentirán satisfechos y de esta manera se podrá lograr una buena relación entre la entidad y el consumidor.

Relevancia social: Los temas que se tratarán en la capacitación van a permitir mejorar la atención al cliente y por ende esto va a mejorar la imagen corporativa de la cooperativa por los procesos de servicio que brindará, los

resultados se notarán al momento de que los usuarios tengan una opinión positiva y constructiva sobre el servicio que ofrecen.

Valor teórico: Cada uno de los temas que se desarrollaran en el plan de capacitación servirá como premisas para otros estudios que tengan relación con las variables de análisis, a más de identificar los resultados que se obtendrán y lo tomarán como referencias.

Utilidad metodológica: Las estrategias que se implementen en el plan de capacitación tanto para los administradores como los servidores serán debidamente estructuradas para obtener resultados y a la vez poder corregir las falencias que se presenten.

Viabilidad de la investigación

Viabilidad técnica

El presente estudio de investigación tiene una de las características de ser técnicamente viable dado a que proporciona una herramienta en cuanto a cómo brindar un servicio con bases en las relaciones humanas y a más de la complejidad que la situación lo exige porque al momento de atender a los clientes, se encuentran con un sinnúmero de personas con diferentes temperamentos y con cada uno de ellos se debe tratar con cordialidad y beneplácito.

Viabilidad económica

Desde la perspectiva económica es viable el poder establecer tanto el estudio como la propuesta de un plan de capacitación porque los resultados se verán cuando el servidor ofrezca y atienda el servicio con eficiencia y eficacia y esto a su vez va a ser de gran valor para la empresa porque aumentará sus ventas en cuanto al servicio que ofrece.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes Históricos

La atención al cliente en el antiguo paleolítico (1800 – 7000 A.C.) inició un proceso satisfactorio para la necesidad básica de sus pobladores como la pesca, la caza y la recolección de frutos. Esta actividad se originaba por la demanda de adquirir nuevos productos y por ende la diversificación de gustos y consumos que eran una de las preferencias en ese tiempo de cubrir sus deseos y necesidades.

El cliente en la edad contemporánea (1790) respondía a las necesidades de la época. La demanda de productos y servicios y la atención al cliente no se prestaban como una prioridad, rápidamente se involucraban en el mercado global, que en la época actual ha presentado un escenario muy diferente al de antes.

Figuroa, (2010) refiere que cada proceso de evolución en el ser humano ha ido creciendo de maneras acelerada porque se establecen las necesidades inherentes y que son de vital importancia para el sostenimiento como persona y como familia en particular. (P. 45)

La historia del comercio se remonta a más de 150.000 años atrás. Y desde el momento en el que hubo clientes, siempre ha existido, como es lógico, el servicio de atención al cliente. Incluso desde que comenzaron a aparecer los primeros comerciantes profesionales hace alrededor de 3.000 años, cada intercambio de bienes y servicios se mantuvo cara a cara y en ello intervenía mucho la moneda, el intercambio ya no se volvió solo comercial sino que el sistema económico comenzó a evolucionar de manera rápida.

Esto suponía que cada servicio de atención al cliente se adaptaba al cliente en cuestión. Hasta hace relativamente poco, cada comerciante conocía a

todos sus clientes y, por ello, tenía un interés personal en cuidar bien de ellos.

El servicio de atención al cliente ha recorrido un largo camino en los últimos 1.500 siglos. La responsabilidad de cuidar a los clientes se ha mantenido como una constante pero el cómo se lleva eso a cabo ha cambiado de forma increíble. Cuando avanzamos a la edad del comercio moderno, nos damos cuenta de cómo el servicio de atención al cliente ha evolucionado siempre al calor de la tecnología.

Esto tiene sus ventajas y sus inconvenientes. Mientras que la tecnología ha permitido a las compañías atender a un mayor número de clientes más rápidamente, también ha establecido a menudo barreras entre los clientes y las propias compañías que solo hoy en día se están empezando a superar. La idea es recuperar la posibilidad de ofrecer un servicio personalizado añadiendo las ventajas que proporciona la tecnología: eficiencia y adaptabilidad.

Generalidades de la Atención al cliente

Hay muchas definiciones genéricas, pero las opiniones difieren en forma sorprendente. Todas las empresas de servicio para poder atender con calidad a cada uno de sus clientes, debe tener la capacidad para satisfacer sus respectivas necesidades y para lo cual necesitan, conocer que es lo que el cliente busca, como quiere que sea atendido. Para ello es indispensable citar al siguiente autor que nos relata en términos específicos lo siguiente:

Según Carrión, (2009).

Atención y servicio al cliente es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministro con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. El servicio al cliente es

una potente herramienta de mercadeo. Se trata de una herramienta que puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada, para ello se deben seguir ciertas políticas institucionales. (P. 11)

El servicio al cliente está compuesto por acciones que se implementan en diversos actos con el fin de diseñar un producto o varios de ellos con el objetivo de satisfacer una necesidad, una expectativa o un deseo, y que al crear una oferta lo suficientemente atractiva para que pueda ser consumida en el establecimiento por un valor (precio) determinado, es la razón de ser de los restaurantes o comedores, además de la oferta se ofrece un ambiente acogedor, higiene y profesionalidad.

Aspectos importantes del Cliente

Las empresas están y han estado siempre orientadas al cliente. Su objetivo principal consiste en satisfacer las necesidades que los individuos tienen a lo largo de su vida, para así lograr que ésta sea cada vez más plena y placentera. El cliente es sin duda alguna la variable principal en un proceso de ventas.

Según Boubeta, (2017), indica que “El cliente es la persona que adquiere un bien o servicio para su uso propio o ajeno a cambio de un precio determinado por la empresa y aceptado socialmente. Constituye un elemento fundamental por y para el cual se crean productos en las empresas”. (P.2)

Los establecimientos con mayor frecuencia se preocupan por extender sus objetivos y estrategias comerciales hasta el punto de que el cliente deposite su confianza en ellas de forma casi inconsciente. La calidad en el servicio de una organización es una parte fundamental para alcanzar el éxito. Esta corresponde al grado de satisfacción que experimenta un cliente,

relacionada con la atención recibida, la eficiencia en el servicio recibido y la manera en que el servicio fue otorgado.

Según Couso, (2015) manifiesta que

“El servicio al cliente no es una decisión sino un elemento imprescindible para la existencia de una empresa y constituye el centro de interés fundamental y la clave de su éxito o fracaso. El servicio al cliente es algo que podemos mejorar si queremos hacerlo. Todas las actividades que ligan a una empresa con sus clientes constituyen el servicio al cliente”. (P. 36)

La palabra “cliente”, abarca al individuo o empresa a través de toda esa secuencia desde la etapa de estar en perspectiva a la de ser cliente habitual. Es importante resaltar que el servicio al cliente no es una decisión sino más bien constituye un elemento necesario para la existencia de la empresa el mismo que forma parte del éxito o fracaso. En la propuesta se describen los métodos y actividades para atender con calidad a los clientes, sobre como la satisfacción del cliente se convierte en una ventaja competitiva.

Necesidad de la calidad en la atención al cliente

Una buena calidad en el servicio le permite tener personalidad ante sus consumidores. Para poder convertirse en líderes en servicio los establecimientos de restauración deberán llevar bien a cabo dos aspectos los cuales son el diseño y la realización, el cual es el compromiso que lleva vender un producto y la forma en que este se lleva a cabo.

Según las (Vértices, 2008) indica que

A través de la mejora de la calidad, las posibilidades de obtener beneficios, son por tanto, enormes no obstante, es necesario

tener en cuenta que no siempre es fácil conseguir que el director financiero valore adecuadamente la rentabilidad de estas inversiones. Cabe decir que, si en la industria se ha aprendido a presupuestar la reducción de los desechos, en los servicios aún está todo por hacer. (P. 40)

En muchas ocasiones los dueños de negocios se enfocan en aspectos tales como: la calidad del producto, pagar los gastos y deudas del negocio y otras actividades que están relacionadas con la operación de la empresa. El servicio al cliente incluye ciertos aspectos tales: el tiempo que el cliente debe esperar para que pueda ser atendido por el colaborador o prestador del servicio y para recibir su orden.

La amabilidad con el que el colaborador saluda y se expresa ante el cliente. Todo negocio debe ser exitoso, debe prestar mucha atención a cada uno de estos aspectos relacionados con la calidad en el servicio.

Sistemas de calidad en la atención al cliente

Es importante que se comprenda que calidad no es otra cosa que satisfacción del cliente. Un producto o un servicio de calidad, es aquel que cumple las expectativas del cliente y que satisface sus necesidades en una adecuada relación costos/beneficios.

Un sistema de calidad es un método de trabajo mediante el cual se asegura la conformidad de actividades con unos requisitos determinados, entonces un sistema de calidad se podría definir como la siguiente frase: “Escribe como trabajas y trabaja según lo escrito”.

En este contexto la definición de la política de Calidad establece la relación entre la estrategia de la empresa y su visión de la Calidad. Esto debe a su vez corresponder con la estructura organizacional las responsabilidades, los procedimientos, procesos y recursos que se definan para el Sistema de Calidad.

Abril, (2006). Indica que: “El Sistema de Gestión, por su parte, es una herramienta que permite sistematizar la gestión de la empresa, contribuyendo a optimizarla y, en consecuencia, ayudando a la toma de decisiones. Además, ayuda al cumplimiento estructurado de cualquier legislación”. (P. 11.)

Se entiende por Sistema de Calidad la estructura organizacional, las responsabilidades, los procedimientos, procesos y recursos que se requieren para la Gestión de Calidad. Todo sistema de calidad consta de dos partes: la definición de los procesos de la empresa y las responsabilidades y funciones del personal, y los recursos necesarios para la correcta realización de dichos procesos.

Los puntos clave para poner en marcha un sistema de calidad son:

- Cumplimientos de los requisitos
- Definición de un método de trabajo
- Medir los resultados
- Actuar basándose en los resultados.
- Ejecución de un método de trabajo

Procesos comerciales de la Atención al cliente

Schnart, (2011), expresan “a veces se habla de atención y servicio como si fueran lo mismo o una sola unidad; sin embargo, son conceptos diferentes. La atención es la relación interpersonal amable y cordial y el servicio incluye los procesos, asesoría, ayuda e información que le podamos brindar a un cliente”.

Según Londoño (2011), “la atención al cliente se considera como una de las principales pilares en la competitividad de las empresas del nuevo milenio”.

Los consumidores de hoy ya no sólo buscan buenos precios y productos de buena calidad, sino también, que se les brinde una buena atención. Una buena atención no sólo hará que el cliente decida volver a nuestro negocio, sino que también, muy probablemente, hará que nos recomiende con otros consumidores. Mientras que, por otro lado, una mala atención no sólo hará que el cliente deje de visitarnos, sino que también, muy probablemente, hará que hable mal de nosotros a otros consumidores.

A continuación los factores que intervienen en la atención al cliente que deben ser considerados de acuerdo al diseño organizacional de la empresa y la naturaleza del mismo:

Saludo. Una buena atención empieza con dar un buen recibimiento al cliente, es la carta de referencia por el cual se debe captar el interés del cliente y la necesidad que desea ser satisfecha.

Trato amable. Al cliente se le debe tratar con amabilidad y cortesía en todo momento, bajo cualquier circunstancia, no se debe discutir ni entrar mucho en confianza con el mismo, eso más después trae problemas con la organización.

Actitud. En la atención al cliente lo que realmente importa es la actitud. 25 o Rápida atención. Para que una buena atención al cliente sea considerada como tal, ésta debe ser rápida.

Atención personalizada. Hoy en día los clientes aprecian que se les brinde una atención personalizada, dado a que ello va a permitir una relación estrecha entre él y la entidad.

Comodidad. Para que el cliente sienta que se le ha brindado una buena atención, es necesario que se sienta cómodo, para ello debe presentársele un ambiente de confianza y sobre todo el saber la intención sana de atenderlo como él se lo merece.

Seguridad. Así como el cliente buscar sentirse cómodo en un negocio, también busca sentirse seguro.

Higiene. Una buena atención al cliente también implica contar con un local limpio y un personal aseado.

No presionar. Una buena atención también implica no presionar al cliente, es decir no ir más allá de lo que él puede necesitar, claro está que la intuición es muy importante pero esta debe manejarse de manera técnica.

No discutir. No se debe presionar ni apurar al cliente, y mucho menos discutir con él.

Información. Una buena atención al cliente también implica que los vendedores estén bien informados.

Servicios adicionales. Finalmente, una forma de brindar una buena atención al cliente consiste en ofrecer servicios adicionales que sean, de preferencia, gratuitos.

Las autoras consideran que el proceso de servicio y atención al cliente es clave en la satisfacción que éste sentirá al momento de adquirir los productos a tiempo, en buen estado y con buena disposición del personal encargado, esto influirá en las posteriores actitudes de compra, ya que el cliente complacido no solo se vuelve fijo sino que sirve de referencia a futuros compradores.

Elementos que conforman la atención del cliente.

Los componentes básicos para brindar un buen servicio de atención al cliente:

- **Accesibilidad:** Los clientes deben tener la posibilidad de contactar fácilmente con la empresa.
- **Capacidad de respuesta:** Dar un servicio eficiente sin tiempos muertos ni esperas injustificadas.

- Cortesía: Durante la prestación de servicio el personal debe ser atento, respetuoso y amable con los clientes.
- Credibilidad: El personal en contacto con el público debe proyectar una imagen de veracidad que elimine cualquier indicio de duda en los clientes.
- Fiabilidad: Capacidad de ejecutar el servicio que prometen sin errores.
- Seguridad: Brindar los conocimientos y la capacidad de los empleados para brindar confianza y confidencia.
- Profesionalidad: La prestación de servicios debe ser realizada por personal debidamente calificado.
- Empatía: Brindar atención individualizada y cuidadosa al cliente.

Desde el punto de vista de las autoras consideran que ante la dificultad de conseguir nuevos clientes, no basta con saber qué servicios ofrecer o como desarrollarlos, ya que un servicio de calidad incorpora otros elementos conceptuales básicos del ser humano como son la actitud, profesionalismo, cortesía, empatía o lo que es lo mismo la predisposición para brindar un adecuado servicio y que el cliente obtenga la máxima satisfacción en la experiencia.

Se debe considerar que cada uno de los elementos que intervienen en la atención al cliente, en este aspecto es general, sin embargo dependerá mucho del tipo de organización, el tamaño, la estructura y consecuentemente el diseño organizacional que se ha establecido, solo de esa manera se establecerá un logro específico.

Según Marla, (2017) refiere que cada uno de los elementos de la atención del cliente deben siempre estar delineado no solo con la cultura organizacional, sino también con los aspectos de las etapas de atender al cliente y la forma de cómo son satisfechas as necesidades. (P. 45.)

Antecedentes Referenciales

La Atención al cliente como tema referencial en el presente trabajo de investigación es uno de los aspectos que actualmente se ha puesto en alta consideración por el impacto que ahora tienen los empresarios dado a que existe un bajo nivel de ventas y la rentabilidad es muy baja

Por ello es de suma importancia, referir trabajos de investigación en relación a la atención al cliente que sirva de base para poder analizar ampliamente en el trabajo de investigación presente.

Chang, (2014) en su tesis **“Atención al cliente en los servicios de la empresa Malacatán San Marcos”**, en la **Universidad de Guatemala**, refiere que:

La herramienta principal para una empresa es la actitud proactiva, trabajo en equipo, comunicación efectiva y sobre todo el nivel máximo para una buena atención al cliente; para ello el personal debe conocer sus roles, las demandas en cuanto al cargo que desempeña así como el proceso que debe seguir para establecer una buena atención al cliente. (P. 34)

La similitud en cuanto al tema de investigación es que la atención al cliente debe tener los aspectos relevantes que aportan a que se brinde un buen servicio de calidad.

Figueroa, (2017), propone el tema “La importancia del servicio del cliente para las empresas”, en la compañía de servicios financieros Wells Fargo de Estados Unidos, en el resumen nos indica que los clientes buscan buena información y se quedan donde son aceptadas y le prestan atención; a la diferencia que la Cooperativa no motiva al cliente, no atiende sus necesidades y comparten malas experiencias en el área laboral.

Macías, (2018) en su trabajo de titulación **“Diseño de un plan de capacitación para fortalecer la atención al cliente en los restaurantes y comedores de la Comuna Montañita, Santa Elena, Universidad Estatal Península de Santa Elena**, refiere que:

La magnitud del impacto económico y la calidad de la atención que brindan los diferentes comedores y restaurantes, si su función debe limitarse sólo a la atención del cliente o si se debe diseñar un sistema de gestión de calidad y participar del mismo con los demás prestadores del servicio turístico en la búsqueda de soluciones a tan degradante situación. Debido a esta situación, hoy en día se hace necesario desarrollar establecimientos que proporcionen servicios de calidad para todos los clientes y desarrollar una cultura turística dentro y fuera del entorno, así como desarrollar y fomentar una conciencia en los consumidores del producto turístico, comenzando con el mejoramiento y la calidad del servicio en los restaurantes y comedores de Montañita. (P. 22.)

Aunque los escenarios donde se desarrolla esta tesis es diferente al tema de investigación en cuestión, se puede identificar que los aspectos que se deben considerar en la atención al cliente son los mismos, claro que los participantes son diferentes pero el objetivo común en elevar la calidad de servicio así como un buen rendimiento económico.

Andrade, (2014) en su trabajo de tesis **“Análisis del servicio al cliente para mejorar el proceso de comercialización de la empresa Bultrims S.A, ubicada en la ciudad de Guayaquil, Universidad de Guayaquil”** define que:

El estudio de mercado dará a conocer los gustos y preferencias de los clientes, su ubicación, clase social, educación y ocupación, entre otros aspectos, podrá ofrecer el producto que

ellos desean a un precio adecuado y lo más importante si se cumple con las expectativas que tienen sobre la empresa, de esta manera moldear las estrategias de servicios a brindar de acuerdo a las necesidades de los consumidores. Esto permitirá alcanzar los objetivos trazados por la empresa, aumentar el nivel de ventas y a mantener la satisfacción de los clientes para lograr su preferencia. (P. 37)

En relación al tema de investigación refiere que es necesario conocer mediante un estudio de mercado los gustos, deseos y preferencias de los clientes, porque no es dable dar un producto sin lograr la satisfacción del cliente, en ello radica la calidad de servicio que se requiere brindar.

Guerrero, (2012) en su tesis **“Propuesta de Programa Integral de Servicio al Cliente (PISC) como gestión estratégica en las concesionarias automotrices de la ciudad de Guayaquil”** planteó:

Como objetivo definir el impacto en la gestión estratégica de concesionarias automotrices con una propuesta de diseño e implementación de un programa integral de servicio al cliente, describiendo los aspectos claves que integran una cultura de servicio, siendo la idea central del servicio al cliente: satisfacer al cliente y hacerle la vida más agradable por medio de soluciones rápidas, coherentes y creativas. Generar una actitud de servicio y no simplemente realizar la función de atención al cliente, aunque por lo general este tipo de implementaciones no llega a toda la organización sino solo al área comercial.

De acuerdo a lo referido a esto se puede llegar a la conclusión de que el programa de propuesta integral de servicio al cliente debe englobar a toda la organización, y llegar a todas las funciones y departamentos para mantener así clientes satisfechos. El paquete de estrategias para

implementar este plan integral debe incluir: capacitación, aprendizaje, incentivos para todos, y mejoramiento de procesos.

Fundamentación Legal

Art. 53.- La Constitución República Ecuador (2008), las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación. El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

Art. 27.- En la Ley Orgánica De Defensa Del Consumidor (2010), Servicios Profesionales.- Es deber del proveedor de servicios profesionales, atender a sus clientes con calidad y sometimiento estricto a la ética profesional, la ley de su profesión y otras conexas. En lo relativo al cobro de honorarios, el proveedor deberá informar a su cliente, desde el inicio de su gestión, el monto o parámetros en los que se registrará para fijarlos dentro del marco legal vigente en la materia y guardando la equidad con el servicio prestado.

Normas de Gestión de Calidad ISO 9001 (2014)

Las Normas ISO 9001 se aplican organizaciones que ofrecen productos o servicios, está enfocada a la ejecución de la calidad en una organización mediante la implementación de un método o sistema de gestión de calidad. Para asegurar la calidad en cualquier actividad es necesario que se lleve a cabo una planificación, control y mejora de la calidad. Como norma general existen criterios que debemos cumplir con el cliente en cualquier prestación de servicio, estos son:

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

Las normas de gestión de calidad, están centradas de manera directa en los clientes que tiene una empresa, pues de acuerdo a esto se regulan las normas de calidad al servicio al cliente, el trato, la calidad de servicio o producto. Pues si bien es cierto mientras mayor clientela tenga una empresa, mayores ingresos se darán. Por ende, la rentabilidad incrementará acorde a sus ingresos.

Variables de la Investigación

Variable Independiente: **Plan de Capacitación al personal**

Como su nombre lo indica es una de las planificaciones que conlleva a establecer los conocimientos que requiere un grupo de personas y que son de vital importancia para el desempeño laboral y a su vez para el cumplimiento eficaz de la gestión administrativa y operativa. Rodríguez, (2012) (P. 45)

Variable Dependiente: **Atención al cliente**

Es una gestión basada en brindar un servicio de atención en cuanto al producto o bien se pretende ofrecer, sumado a esto se incluye los factores y cualidades para lograr una eficaz atención y el logro de los objetivos propuestos por la entidad. Gómez, (2017), (P. 32)

Definiciones Conceptuales

Atención al cliente: Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes, lograr sus expectativas y que la imagen de la empresa sea positiva. Pérez,(2006), (P. 45)

Capacitación: Es un proceso sistemático y organizado, por medio del cual las personas adquieren conocimientos y desarrollan habilidades. Cárcamo, (2007), (P. 75)

Cliente: es el ente que se beneficia de un producto o un bien recibido siempre y cuando reciba la satisfacción adecuada de acuerdo a sus necesidades primarias y secundarias. Se dicen que en toda empresa son los más importantes. Párraga, (2018), (P. 14.)

Competencia: Es el factor dominante en cuanto al mercado se refiere, es el escenario donde se desarrollan todas las estrategias en cuanto a la venta, u oferta de un servicio o de un bien específico, para ello se debe considerar el impacto que tiene la empresa y su posicionamiento. Huerta, (2016), (P. 33)

Plan: Lineamientos fundamentales prioritarios, que determinan las estrategias. González , (2016), (P. 11)

Personal Administrativo: Es una organización de personas que se encargan en la planeación, organización, dirección y control de los procesos, a fin de satisfacer los intereses de quienes reciben el servicio. Castellanos, (2012), (P. 29)

Garantía de la calidad: Alcanza todas aquellas actividades de una entidad específica para conseguir y demostrar la calidad en ésta, por ello es necesario considerar los parámetros que la calidad y las normativas los establecen. Normas ISO, (2012).

Gestión: Es el proceso donde la dirección o administración de un negocio se enfoca para el cumplimiento de los objetivos, que lo guía hacia un mismo camino lo cual lo puede llevar a la excelencia. Duarte, (2013), (P. 7.)

Insatisfacción: Es cuando un cliente no se siente satisfecho con el servicio o producto que le están brindando la empresa, ya sea por su mala atención o el desempeño del producto no alcanza a sus expectativas frente a su necesidad. Palacios, (2017), (P. 54.)

Misión: es el compromiso adquirido y propiamente impartido de una organización al personal para el cumplimiento de los objetivos propuestos, va en función del enfoque del logro de los objetivos, de allí es que es necesario que toda empresa tenga en presente la misión. Luque, (2015), (P. 41.)

Organización: es la actividad que tiene como objetivo cumplir un mismo objeto con una actividad destinada para cada una de las personas que la conforman estableciéndoles tareas, roles o labores definidas para el área asignada. Álava, (2013), (P. 34.)

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

Datos de la Empresa

Nombre de la Empresa: Cooperativa de Transporte “Centinela del Sur S.A.”

Registro Único de Contribuyente: 0790019431001

Nombre de Comercial: Centinela del Sur. S.A

Fecha de Constitución: 22 de marzo de 1997

Objeto Social: Transporte de Servicio Público

La Cooperativa “Centinela del Sur S.A, ubicada en la ciudad de Machala, provincia de El Oro brinda servicios de transporte en las rutas hacia El Guabo, Tendales, Bajo Alto, Ponce Enríquez y Tenguel. Las alternativas de rutas que ofrece son variadas.

La Cooperativa “Centinela del Sur S.A”, cuya central está ubicada en la ciudad de Machala, provincia de El Oro, recorriendo rutas como El Guabo, Tendales, Bajo Alto, Ponce Enríquez y Tenguel, el 26 de febrero del 2016, se incrementó su sede en el cantón Balao, provincia del Guayas con el objetivo de cumplir las necesidades de los habitantes de este cantón. La Cooperativa tiene un posicionamiento en el mercado de Machala estable, dado a que hay pocas entidades que brindan este servicio.

Visión:

Ser la empresa líder de transporte de pasajeros del país, satisfacer las necesidades de nuestros clientes a través del mejoramiento continuo de los servidores mediante la renovación de la flota vehicular y capacitar permanentemente a todo el personal en sus diferentes áreas, para obtener el mejoramiento del desempeño laboral y que, como fruto de este desarrollo, obtener el reconocimiento cantonal, provincial y nacional.

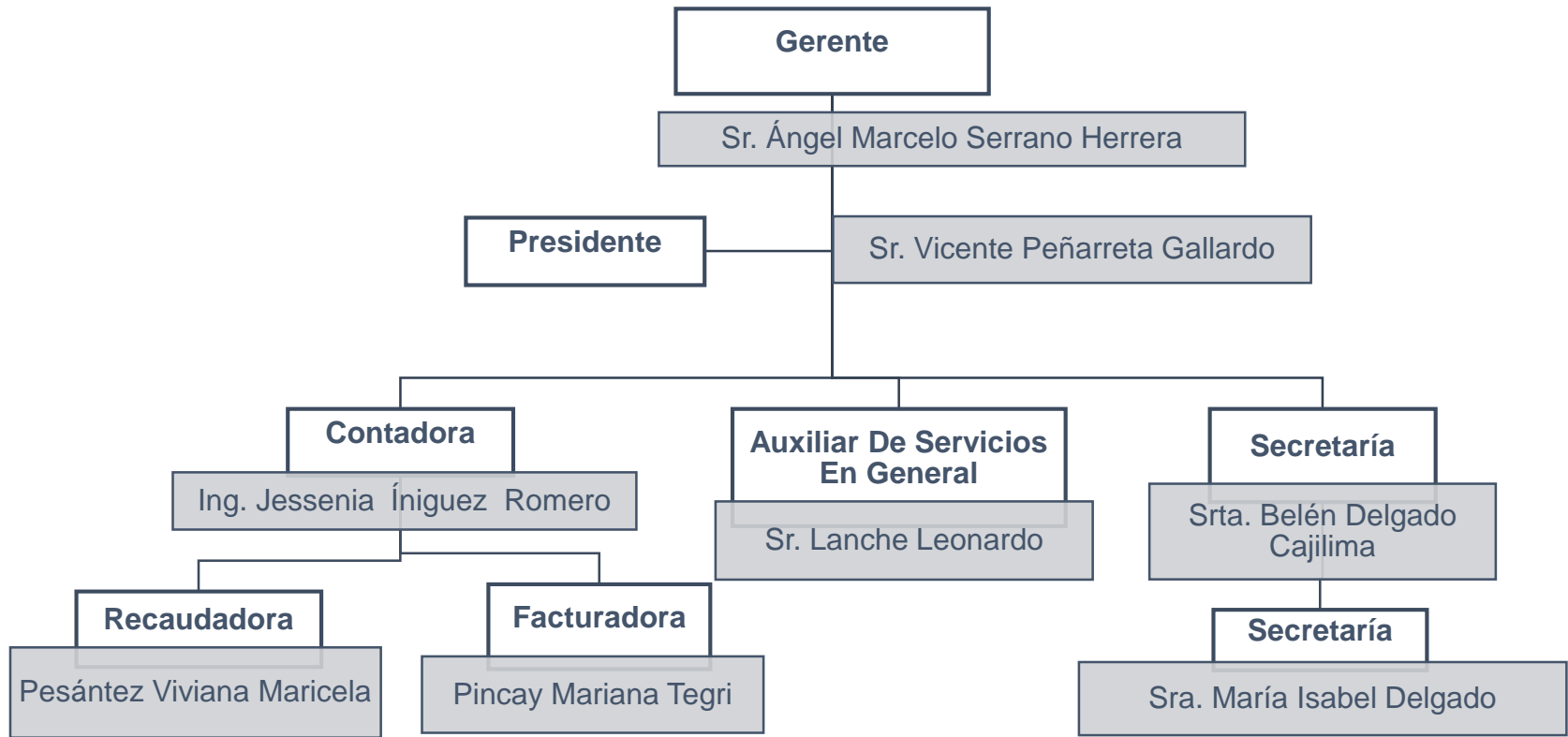
Misión:

Brindar el servicio de transporte interprovincial de pasajeros a nivel nacional, en las diferentes rutas y frecuencias impulsando el desarrollo y fomentando la comunicación en forma continua y permanente con seguridad, confort, puntualidad y excelente servicio de calidad, asegurando cumplimiento en el envío y recepción de cargas de encomiendas y giros.

Logo de la Empresa

Fuente: Datos de la Cooperativa Interprovincial de Transporte Centinela del Sur.

Organigrama de la Cooperativa Interprovincial de Transporte “Centinela del Sur S.A”



Autora: Gonzabay, M. (2019)

Diseño de la Investigación

Álvarez, (2013) “Todo diseño de investigación debe tener como base principal un proceso adecuado de indagación, y por ello se requiere de una información relevante pero desde un diseño identificado y explícito, de allí es que se podrá sostener una veracidad al identificar las variables” (P. 21)

El diseño de investigación en este problema identificado en el presente proyecto referido a la necesidad de un plan de capacitación al personal administrativo para mejorar la atención al cliente se desarrolla bajo el método documental y científico, porque se desarrollan con bases de documentos con contenido científico, y a la vez aplicar el diseño correlacional dado a que procede la medición de las dos variables y su relación en el proceso de investigación.

Santisteban, (2016) determina que “la intención de la investigación debe estar debidamente establecido, dado a que se debe considerar con los aspectos de conflictos que debe tener una resolución explícita, además de definir la metodología que se aplique”. (P.23)

Se establecerá la investigación en etapas procesuales, dado a que primero se selecciona la manera de tomar la información en cuanto a la indagación concierne, segundo, se desarrollan las mediciones y por último, procede al análisis de cada dato con las necesidades identificadas. Es importante que cada una de las etapas deben tener el enfoque de las dos variables identificadas como es el plan de capacitación en cuanto al desempeño administrativo y esto produce un efecto en cuanto a la atención al cliente.

Es relevante identificar que si el personal dentro del campo administrativo está debidamente capacitado va a ofrecer un excelente rendimiento laboral, y uno de sus incidencias que provocará resultados favorables será el de brindar un buen servicio de calidad a la atención al cliente.

Diseño Documental:

El diseño documental, su mismo nombre lo refiere, nos dota de la documentación pertinente en cuanto a los temas de los problemas, en este caso se busca en revistas, artículos científicos, tesis, o investigaciones generales que provean la información adecuada en cuanto a la atención que se les debe brindar a los clientes basados en los principios de administración.

Otras de las fuentes de investigación documental son los archivos de la empresa, es decir los procesos que se desarrollan desde el enfoque administrativo, en cuanto a la incidencia de los usuarios, el número de rutas por servicios, lo que se puede identificar la incidencia y la pendiente de crecimiento en cuanto a la demanda.

Romero, (2013) sostiene que: “la investigación documental dentro de las fuentes de información es la que precisa una situación real, dado a que son los mismos datos generados en el proceso de la organización, su comportamiento y los resultados serán de gran utilidad, dado a su realidad que como en esencia se identifica” (P. 56)

Tipos de investigación

Los tipos de investigación deben ser claros frente al problema y a la manera de querer solucionarlos, estas alternativas deben estar claras frente a lo que se espera, en este caso en relación al plan de capacitación al personal administrativo para mejorar la atención al cliente, dado a que se pretende ofrecer un servicio de calidad con eficiencia y eficacia.

A continuación, se detallan los tipos de investigación que se ajustan al tema de investigación, claro está que no todos los tipos se aplican, pero los que tienen pertinencia serán aplicados:

Tabla 1 Tipos de Investigación

Exploratoria	Descriptiva	Correlacional	Explicativa
Según Sampieri, (2010) “La investigación exploratoria se utiliza cuando el objetivo contiene problemas poco estudiados y con muchas dudas”. P. 78	Según Baptista, (2009) refiere que la investigación descriptiva examina al fenómeno estudiado y sus componentes Evalúan conceptos Especifica variables. P.12	Collado, (2007) determina que la investigación correlacional presenta predicciones, explica la relación entre variables y asocia variables para un grupo o población. P. 56	Serrano, (2006) refiere que la investigación explicativa, determinan las causas de los fenómenos y originan un sentido de entendimiento Son bastante estructurados. P. 34

Autora: Gonzabay, M. (2019)

En relación al cuadro al detalle, según las variables identificadas en el siguiente proyecto de investigación, se aplican dos clases de investigaciones, como es la investigación descriptiva y la investigación correlacional.

Investigación Descriptiva

Se determina este tipo de investigación, dado a que se va a describir los aspectos que inciden en no brindar un servicio de calidad, a más de conocer las falencias que presenta la alta gerencia en cuanto los procesos administrativos aplican de acuerdo al diseño organizacional establecido.

Investigación Correlacional

Se utilizará la investigación correlacional, dado a que se analizará el impacto de una variable con la otra, es decir cuáles son los efectos y las posibles soluciones que se pueden determinar.

Población y Muestra

Población:

Méndez, (2014) define a la población como “un todo de individuos que tienen características similares en un mismo escenario presenta los mismos problemas y que tienen en común los aspectos en cuanto a la incidencia de un problema específica”. (P.75)

Palacios, (2013) explica que:

“La población es el espacio humano, aunque no es propiamente dicho desde el punto de vista metodológico, es el proceso de conocer cuáles son los participantes en cuanto a los escenarios del problema, de ello dependerá mucho los resultados que se originen en el proceso de indagación”. (P.38)

Población Finita

Se conoce como población finita, a la manera de presentarse las personas a investigarse, es decir, cuando el número de la población es pequeña, esto muchas veces se da, por el hecho de que la organización no tiene una estructura organizativa amplia, y que sus dependencias son pocas. La ventaja de este tipo de población, son explícitamente cien por ciento probabilísticas, dado a que por ser pequeña los integrantes, se podría intervenir a todos en el proceso de investigación.

Rosales, (2018) define que “la población finita es debidamente identificada, y su ventaja radica en que todos son investigados y los resultados representan un todo del todo, porque los participantes son pocos y esto demanda que nadie se quede sin ser consultado en una área específica”. (P. 12)

Población Infinita

La población infinita, como su nombre lo determina, es una población amplia, que muchas veces supera los límites de indagación en cuanto al número que se desea aplicar los instrumentos de investigación. La característica de una población infinita es que a pesar de tener algo en común de acuerdo al problema identificado, pertenecen a un grupo específico del problema, por ejemplo, incidencia de embarazos, la población serán las mujeres, sea el límite que fuera.

Olivares, (2018) opina que “la dimensión de una población infinita puede estar en debate de complejidad, dado a que no siempre se escoge al grupo que va a brindar la información relevante, y muchas veces no precisa tomar la muestra correcta, por ello se requiere de un escogimiento técnico mediante un cálculo muestral” (P. 45)

La población que se va utilizar en esta investigación es finita porque la conforman 54 personas.

Tabla 2 Universo

Población	Cantidad
Gerente	1
Jefe de Oficina	1
Secretaria	2
Choferes	10
Personal de cobranzas	10
Clientes	30
Total	54

Autora: Gonzabay, M. (2019)

Muestra

Moreira, (2014) define que “la muestra es una porción de la población, es un estrato de lo que representa el todo de la población, pero existe una complejidad en ello, ya que se debe considerar un todo dentro de una muestra, es decir que represente las mismas características y entorno”. (P. 22)

La muestra considerada para el presente estudio corresponda a la misma descrita en la población, la misma que por ser finita es alcanzable para aplicar los instrumentos de investigación, es así que la muestra se determina por todos los integrantes de la Cooperativa de Transporte Centinela del Sur.

Técnicas e instrumentos de la investigación

Las técnicas e instrumentos para la investigación se definen de acuerdo al método ya identificado en el proceso de indagación, en este caso, cada uno de los instrumentos deben tener la característica de indagar los indicadores de necesidad y para ellos deben ser bien elaborados a fin de obtener los resultados que se persiguen para tener soluciones y alternativas de cambios.

En el siguiente cuadro se detalla las técnicas y los instrumentos que se utilizarán:

Tabla 3 Procedimientos

Técnicas	Instrumentos
Entrevista	Formulario
Encuesta	Cuestionario

Autora: Gonzabay, M. (2019)

Encuesta

Mendiola, (2012)

La encuesta es uno de los instrumentos de indagación que propicia el hecho de considerar enfoques que los otros instrumentos no lo obtienen, y es que se indaga un proceso de indicadores que no se pueden preguntar bajo otros términos. (P. 23).

Por ejemplo, en cuestión de indagar la atención al cliente, no es lo mismo preguntar a los colaboradores de la empresa que preguntar a los clientes, es decir, los colaboradores van a considerar que todo está bien, en cambio los clientes tendrán una opinión muy diferente.

La desventaja que presenta la encuesta es que las preguntas son cerradas, y las opiniones se enfocan solo en un sí o no, y esto limita las respuestas o las intenciones de opinar sobre el tema, por ello, no solo se tiene que analizar las preguntas sino también las actitudes de los encuestados para observar la forma de proceder y opinar.

Entrevista:

Peralta, (2018)

La entrevista, en el plano investigativo, permite de manera más personalizada y técnica el criterio de indagación abierta, es decir que se da la libertad al entrevistado de opinar, inferir y discutir sobre cada aspecto que se le pregunta, por ello se debe considerar precisión y un buen diseño del diseño de la entrevista. (P. 87)

La entrevista permite que el que recibe el documento pueda opinar de manera más amplia, aunque no solo se debe dejar a consideración de

llenar el documento, sino que se le debe explicar con anterioridad sobre las intenciones de cada pregunta, es decir, que se debe tener el criterio de exploración sin afectar al entrevistado.

Procedimiento de la Investigación

Para el presente tema de investigación se empleará la entrevista a la alta gerencia y las encuestas a los clientes.

Encuesta a los clientes

La encuesta contendrá cinco preguntas, direccionadas de acuerdo a las variables identificadas en el presente trabajo de investigación, a más de que son preguntas con alternativas cerradas para poder identificar los indicadores de necesidad para la solución del problema.

Es necesario identificar que las preguntas dirigidas para los clientes se basan en medir el grado de satisfacción y el nivel de calidad que ellos asimilan de acuerdo a las experiencias como consumidores, siendo una de las herramientas muy útiles para determinar el grado de necesidad en cuanto a la variable de análisis.

Entrevista al Gerente

Se elabora ocho preguntas para conocer las debilidades y amenazas que tienen los aspectos de indagación, por ello es importante resaltar que las intenciones del presente trabajo de investigación van a propiciar cambios en las posibles soluciones.

La aplicación de la entrevista del gerente tiene otro enfoque basado específicamente de conocer la estructura y el diseño organizacional de la empresa así como los factores que inciden para que no se brinde la atención adecuada.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Encuesta aplicada a los clientes de la Cooperativa de Transporte Centinela del Sur

1.- ¿Considera usted que la Cooperativa de Transporte Centinela del Sur ofrece una excelente atención a sus clientes?

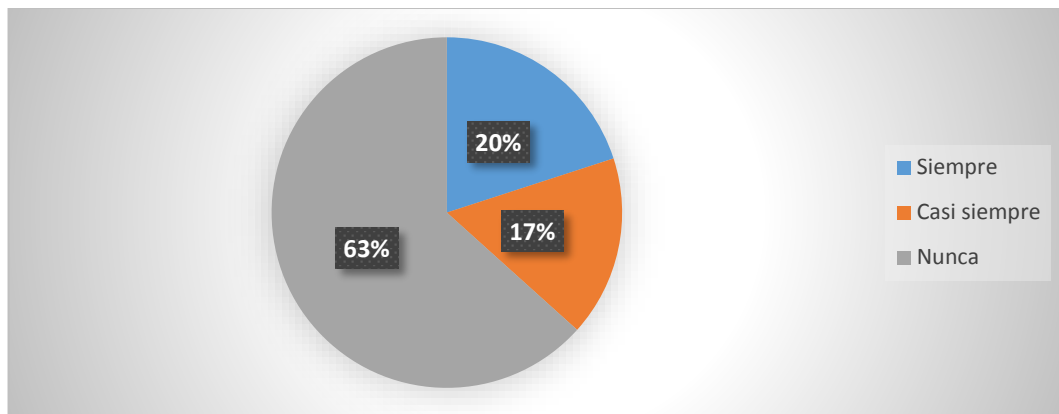
Tabla 4 Atención al cliente

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	6	20%
Casi siempre	5	17%
Nunca	19	63%
TOTAL	30	100%

Fuente: Clientes de la Cooperativa de Transporte CENTINELA DEL SUR S.A.

Elaborado por: Gonzabay Maybelline

Gráfico 1 Atención al cliente



Fuente: Clientes de la Cooperativa de Transporte CENTINELA DEL SUR S.A.

Elaborado por: Gonzabay Maybelline

Análisis: La atención al cliente es uno de los factores que los clientes siempre van a tener un criterio sobre el grado de satisfacción que poseen, es por ello que de acuerdo a este aspecto, de los clientes encuestados se observa que más de la mitad no se sienten contentos con el servicio que ofrece la Cooperativa de Transporte Centinela del Sur.

2.- ¿Realizan las funciones de manera cordial los choferes y oficiales de la Cooperativa de Transporte Centinela del Sur?

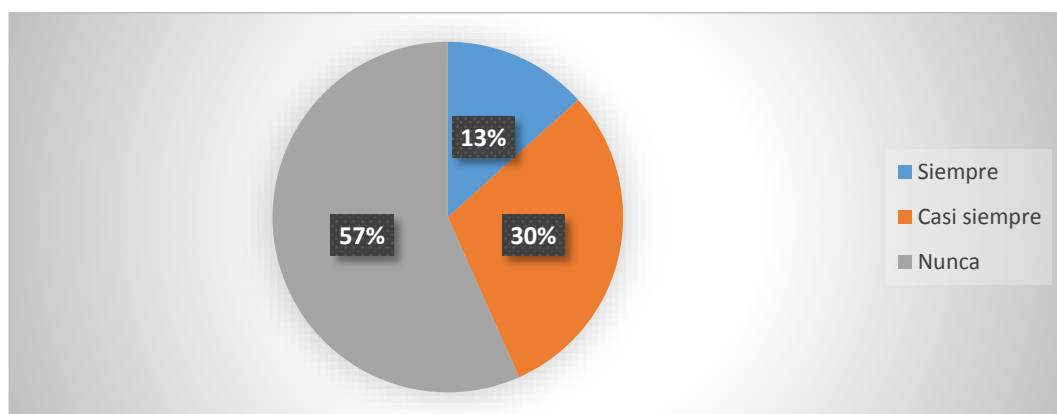
Tabla 5 Funciones de los choferes y oficiales de la Cooperativa

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	4	13%
Casi siempre	9	30%
Nunca	17	57%
TOTAL	30	100%

Fuente: Clientes de la Cooperativa de Transporte CENTINELA DEL SUR S.A.

Elaborado por: Gonzabay Maybelline

Gráfico 2 Funciones de los choferes y oficiales de la Cooperativa



Fuente: Clientes de la Cooperativa de Transporte CENTINELA DEL SUR S.A.

Elaborado por: Gonzabay Maybelline

Análisis: Es importante conocer el punto de vista de los clientes en relación a investigar sobre las funciones que cumplen los choferes y oficiales, dado a que son los que reciben este servicio y por ende son quienes pueden opinar sobre aquello, por ello es que la mayoría opina que ellos no cumplen con tales funciones.

3.- ¿Son atendidas sus quejas en cuanto al servicio que ofrecen en la Cooperativa de Transporte Centinela del Sur?

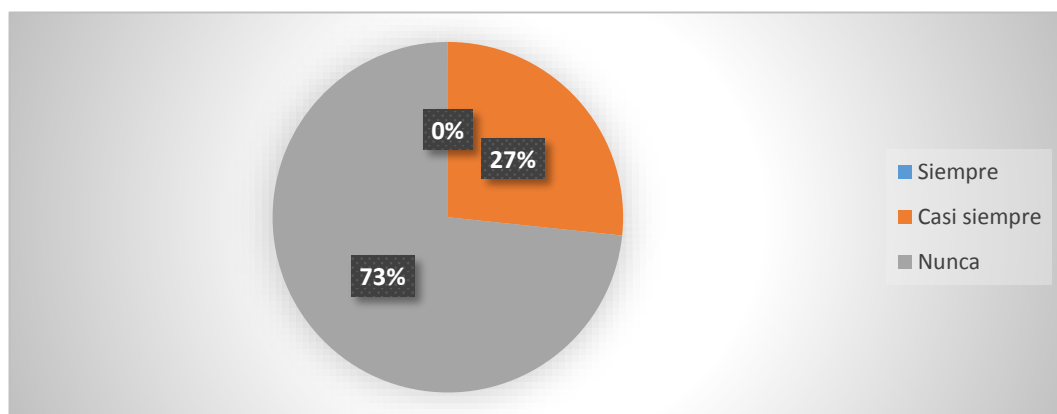
Tabla 6 Atención de quejas

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi siempre	8	27%
Nunca	22	73%
TOTAL	30	100%

Fuente: Clientes de la Cooperativa de Transporte CENTINELA DEL SUR S.A.

Elaborado por: Gonzabay Maybelline

Gráfico 3 Atención de quejas



Fuente: Clientes de la Cooperativa de Transporte CENTINELA DEL SUR S.A.

Elaborado por: Gonzabay Maybelline

Análisis: Los clientes siempre van a presentar quejas sobre el servicio que reciben, y más aún cuando no son satisfechas buscan la manera de ser escuchadas pero hay muchas empresas que no toman en cuenta, y los clientes aplican la practicidad de utilizar otros servicio, es por ello que en esta pregunta más de las tres cuartas partes opina que nunca son atendidas las observaciones por parte de la Cooperativa de Transporte Centinela del Sur.

4.- ¿Cree usted que el personal que ofrece el servicio de transporte deben ser capacitados de manera constante?

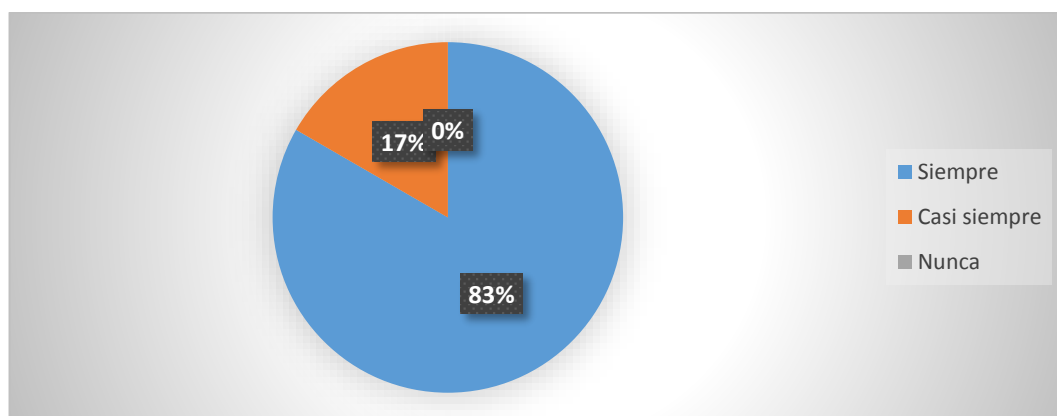
Tabla 7 Capacitación al personal

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	25	83%
Casi siempre	5	17%
Nunca	0	0%
TOTAL	30	100%

Fuente: Clientes de la Cooperativa de Transporte CENTINELA DEL SUR S.A.

Elaborado por: Gonzabay Maybelline

Gráfico 4 Capacitación al personal



Fuente: Clientes de la Cooperativa de Transporte CENTINELA DEL SUR S.A.

Elaborado por: Gonzabay Maybelline

Análisis: La capacitación del personal es uno de los aspectos que por parte de los clientes siempre será visible dado a que son ellos los que reciben el comportamiento de los servidores frente a lo que pueden ser formados, es por ello que en relación a esta pregunta, los encuestados opinan más de la mitad que es necesario que exista una capacitación constante para que puedan ofrecer un buen servicio de calidad.

5.- Al haber un servicio similar en cuanto a las rutas de transporte de la Cooperativa de Transporte Centinela del Sur, ¿usted preferiría otro medio de transporte?

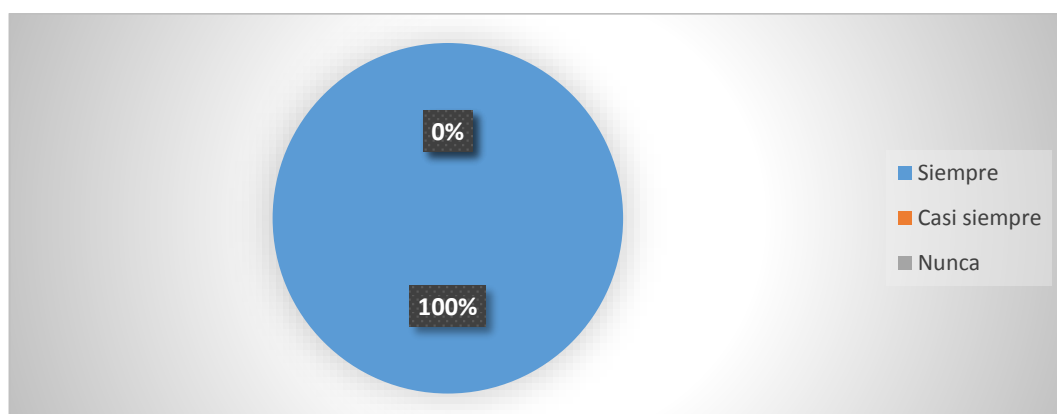
Tabla 8 Preferencia del cliente

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	30	100%
Casi siempre	0	0%
Nunca	0	0%
TOTAL	30	100%

Fuente: Clientes de la Cooperativa de Transporte CENTINELA DEL SUR S.A.

Elaborado por: Gonzabay Maybelline

Gráfico 5 Preferencia del cliente



Fuente: Clientes de la Cooperativa de Transporte CENTINELA DEL SUR S.A.

Elaborado por: Gonzabay Maybelline

Análisis: Es algo que a los empresarios se les escapa de las manos al momento de que los clientes al no sentirse satisfechos por el servicio que ofrecen, ellos deciden irse a otros medios de transportes, ante ello es que se debe considerar buscar cambios para hacer que los clientes permanezcan, por ello es que toda la población encuestada refiere que ellos si se fueran a otro servicio similar, siendo esto un punto de referencia para poder aplicar una propuesta que solucione el problema identificado.

6.- Usted recomendaría el servicio de transporte a otras personas?

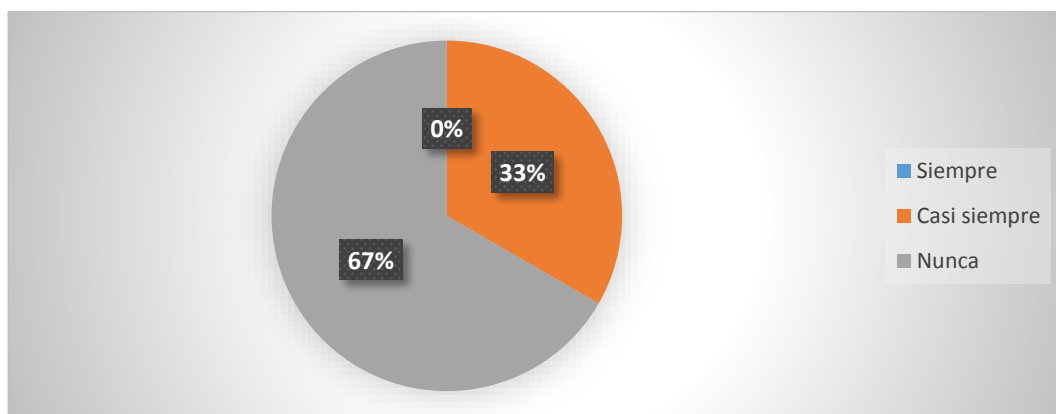
Tabla 9 Recomendación del servicio de transporte

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi siempre	10	33%
Nunca	20	67%
TOTAL	30	100%

Fuente: Clientes de la Cooperativa de Transporte CENTINELA DEL SUR S.A.

Elaborado por: Gonzabay Maybelline

Gráfico 6 Recomendación del servicio de transporte



Fuente: Clientes de la Cooperativa de Transporte CENTINELA DEL SUR S.A.

Elaborado por: Gonzabay Maybelline

Análisis: Muchas de las veces se puede considerar que las recomendaciones que hacen los clientes a otros son uno de los mejores referentes en cuanto a publicidad se refiere, es por ello que se debe considerar atender bien y con excelencia para que tengan un buen criterio, por ello es que se preguntó a los clientes sobre aquello lo que se pudo evidenciar que más de la mitad no referiría en cuanto a la buena atención, lo que es un indicador de necesidad que se debe considerar.

7.- Considera usted que se debe implementar un plan de capacitación para mejorar el servicio del transporte de la Cooperativa de Transporte Centinela del Sur?

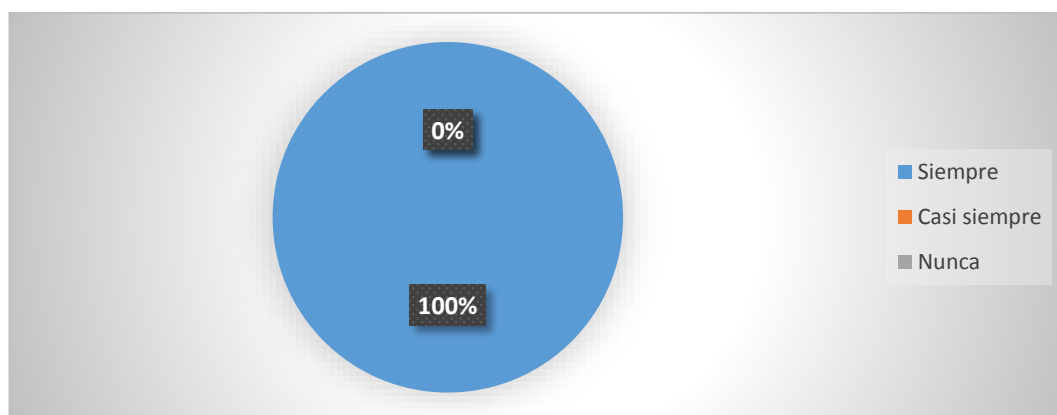
Tabla 10 Plan de Capacitación

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	30	0%
Casi siempre	0	0%
Nunca	0	100%
TOTAL	30	100%

Fuente: Clientes de la Cooperativa de Transporte CENTINELA DEL SUR S.A.

Elaborado por: Gonzabay Maybelline

Gráfico 7 Plan de Capacitación



Fuente: Clientes de la Cooperativa de Transporte CENTINELA DEL SUR S.A.

Elaborado por: Gonzabay Maybelline

Análisis: El plan de capacitación como se puede evidenciar en esta pregunta es una recomendación que no se debe desestimar dado a que toda la población encuestada opina que es necesario que el personal esté capacitado y que se haga un seguimiento en cuanto a la atención que ofrecen.

Entrevista realizada al Gerente de la Cooperativa de Transporte Centinela del Sur S.A

Objetivo: Recopilar información sobre la atención al cliente y la necesidad de implementar un plan de capacitación al personal administrativo.

Se aplicó el formulario de preguntas en base a las necesidades que se identificaron y que necesariamente se tuvieron que indagar al gerente donde se pudo observar un interés por parte del administrativo.

Como resultados de las preguntas realizadas se pudo identificar que el gerente sabe que los choferes no presentan un buen servicio de calidad y que muchas veces han sido llamados la atención debido a las múltiples quejas que presentan los usuarios de este medio de transporte. Además, se indagó sobre el nivel de satisfacción que tienen y la calidad de servicio.

En relación a la motivación que deben recibir el personal se pudo evidenciar que la alta gerencia tiene todas las intenciones pero lastimosamente las condiciones económicas externas e internas son las que han provocado que no haya un plan de incentivos por parte de ellos hacia los choferes y servidores en general.

Análisis e interpretación parcial:

Se puede interpretar que el gerente tiene una actitud de gestionar aspectos que beneficien a los choferes y oficiales, y no solo a ellos, como él mismo ha referido, sino que a todo el personal de servicio y administrativo pero la situación económica no da lugar aquello, aunque se busca de manera cómo autogestión poder ayudarlos pero aún falta más.

Entrevista realizada a un Chofer de la de la Cooperativa de Transporte Centinela del Sur S.A

Objetivo: Recopilar información sobre la atención al cliente y la necesidad de implementar un plan de capacitación al personal administrativo.

Así mismo como al gerente, se realizó un cuestionario de ocho preguntas pero con el enfoque de indagar sobre la satisfacción de ellos con la alta gerencia en cuanto a las gestiones que se puedan hacer para que ellos puedan brindar un servicio de calidad.

En la aplicación de la entrevista al chofer, que se lo escogió de manera aleatoria se pudo evidenciar una inconformidad en cuanto a la manera en la que desempeña sus funciones, primero que no son específicas sus funciones y lo que realizan lo hacen por la experiencia les ha enseñado, otros de los aspectos que ellos requieren son las capacitaciones sobre las relaciones humanas y atención al cliente, dado a que según los que ellos opinan es de gran importancia para dar un servicio de calidad.

En relación a los incentivos, opinó que no hay un programa de incentivos, reconoce que si hay personal que trabaja de manera eficiente pero lastimosamente no son reconocidos y eso lleva que muchos de ellos busquen en otra área brindar los servicios.

Análisis e interpretación parcial:

Se pudo observar al aplicar el instrumento de investigación que existe una inconformidad en cuanto a la manera en que la alta gerencia puede hacer actividades desde el enfoque administrativo para poder hacer que el personal operativo se sienta satisfecho, motivado y que pueda cumplir a cabalidad con sus funciones asignadas.

Entrevista realizada al Gerente y a un Chofer de la Cooperativa de Transporte Centinela del Sur S.A

Tabla 11 Análisis de las entrevistas realizadas al Gerente y Chofer

GERENTE		CHOFER	
PREGUNTAS	RESPUESTAS	PREGUNTAS	RESPUESTAS
¿Considera usted que la Cooperativa que usted preside, brinda un servicio eficiente y de calidad a los clientes?	En cuanto al servicio no se puede decir que de buena calidad, sin embargo se trata de hacerlo de la mejor manera.	¿Brindan ustedes un servicio eficiente y de calidad a los usuarios de la cooperativa?	Tratamos de hacerlo en todas las rutas, el problema muchas veces es de los usuarios que no comprenden.
¿Usted considera que el personal operativo se encuentra debidamente motivado para realizar las actividades que se les impone?	Se mantiene siempre las motivaciones pero como se conoce tienen sus costos, sin embargo se trata de que el personal pueda cumplir sus funciones con un buen desempeño laboral.	¿Se encuentra ustedes debidamente motivado para realizar las actividades que se les impone?	Realmente no hay motivación por parte del gerente, claro que recibimos nuestras remuneraciones a tiempo pero existen muchos descuentos que hacen que en algunas ocasiones nos sintamos desmotivados.
¿Hay un manual específico en cuanto a las funciones de cada uno de los servidores de la cooperativa?	No hay un manual, solo se dan las directrices y las ordenes en base a lo que son contratados, además muchos de ellos ya conocen lo que deben hacer.	¿Hay un manual específico en cuanto a las funciones para ustedes de la cooperativa?	No hay un manual, aunque considero no necesario porque en el área en la que nos desempeñamos sabemos cuál es nuestro trabajo a realizar.
¿En calidad de gerente, considera que la cooperativa es competitiva frente a las otras entidades que brindan el mismo servicio de transporte?	Hay que reconocer que hay mucha competencia, y eso nos obliga a mejorar en las áreas en las que encontramos debilidades, pero poco a poco logramos hacer frente a la competencia.	¿Considera que la cooperativa es competitiva frente a las otras entidades que brindan el mismo servicio de transporte?	Hay muchas cooperativas que presentan el mismo servicio de las rutas, por lo que la competencia es grande, sin embargo se trata de brindar el mejor servicio.
¿El personal que trabaja en la empresa, está debidamente capacitado para cumplir con eficiencia sus actividades?	Al momento de contratar hacemos pruebas para ver si el personal está debidamente capacitado, sin embargo, buscamos aunque sea una vez al año capacitarlos en relaciones humanas.	¿Recibe ustedes capacitación sobre el servicio a los clientes y el desempeño administrativo para cumplir con eficiencia sus actividades?	A la verdad, no recibimos ningún tipo de capacitación, hace dos años recibimos uno de Relaciones Humanas pero de allí no hemos recibido otro tipo de capacitación.

¿Se encuentra en una excelente rentabilidad la cooperativa desde un enfoque financiero?	Desde el punto de vista financiero, es estable, aunque hay que hacer algunos ajustes porque estamos teniendo una afectación debido a la competencia.	¿Son reconocidos mediante incentivos sobre el desempeño de sus funciones?	No hay reconocimientos ni incentivos, más bien somos llamados la atención por alguna falencia que presentemos.
¿Existe un buen nivel de ventas en los servicios de atención al cliente?	Es estable el nivel de ventas, aunque muchas veces si menguan los ingresos.	¿Existe un buen nivel de ventas en los servicios de atención al cliente?	Creo que si, a pesar de tener una competencia las personas si utilizan los buses de la cooperativa.
¿Cree usted que depende solo de los empleados para mejorar la rentabilidad en relación a las ventas mensuales?	No, es el trabajo de todos y unir los esfuerzos, aunque no hay que desestimar que quienes garantizan a los clientes son los choferes.	¿Cree usted que depende solo del servicio que brinda a los clientes para mejorar las ventas en la empresa?	No, hay otras áreas en las que se presentan debilidades, sin embargo, la gerencia muchas veces nos ha echado la culpa
¿Cree usted que importante que formando al talento humano va a desempeñar sus funciones con eficiencia y eficacia?	Por supuesto que si, lo que pasa que por asuntos de costos es que no gestiona, pero mientras el personal esté capacitado va a rendir bien en su puesto de trabajo y obtener buenos resultados.	¿Considera que la falta de inducción permite que aparezcan falencias para no brindar un servicio de calidad?	Claro que si, al no decirnos nuestras funciones ni enseñarnos, entonces vienen los errores, y solo cuando hay los errores se enseña lo que no se debía hacer.
¿Considera usted la aplicación de un Plan de Capacitación al personal administrativo para mejorar la atención al cliente?	Los resultados serían la calidad al servicio al cliente, es muy necesario capacitar porque los resultados se verán reflejados al momento de servir con excelencia y eficacia.	¿Considera usted que la aplicación de un Plan de Capacitación al personal administrativo para mejorar la atención al cliente?	Totalmente de acuerdo, eso precisamente es lo que hemos pedido, que si requieren que brindemos calidad en el servicio deben capacitarnos.

ANÁLISIS FINAL

Desde un análisis general se puede evidenciar que el Gerente de la Cooperativa de transporte identifica las debilidades que presenta la empresa en relación a mantener a los empleados con resultados favorables, dado a que aquello dependerá mucho de la motivación que se les brinde, así mismo como darles las funciones específicas y capacitarlos para que tenga una optimización en cuanto al servicio al cliente se refiere.

Se puede evidenciar que existe un punto de vista por parte de los choferes sobre la inconformidad de que son exigidos en todo el tiempo sin embargo no son reconocidos, ni enseñados, y muchos menos capacitados para que puedan cumplir sus funciones con responsabilidad y por ende tener un buen servicio de calidad.

Autora: Gonzabay M, (2019)

Plan de Capacitación en Atención al cliente.

Generalidades

El plan de capacitación se orienta a beneficiar al personal operativo, es decir, a los choferes y oficiales que día a día están en contacto con los usuarios y que de ellos depende la calidad de servicio que pueden brindar. A más de que cada uno de los aspectos que se desarrollan en el siguiente plan van a contribuir a preparar al personal para que cumpla con sus funciones y actividades encomendadas.

Rúales, (2014) determina que:

“El plan de capacitación enfocado al servicio al cliente tiene doble impacto de beneficio, dado a que su aplicación, seguimiento y evaluación va a permitir que existan resultados que van a beneficiar a la empresa así como a los clientes, lo que va a provocar una permanencia de clientes y por ende el aspecto de rentabilidad tendría resultados óptimos”. (P. 34)

Componentes del Plan de Capacitación en Atención al cliente.

La estructura del plan de capacitación en atención al cliente de la Cooperativa de Transporte Centinela del Sur S.A es la siguiente:

- 1. Problema identificado:** Se identifican en base a los resultados de que se han identificado en la aplicación de los instrumentos de investigación.
- 2. Objetivos:** Es lo que se pretenderá alcanzar al identificar el problema y lo que se quisiera lograr.
- 3. Metas:** El direccionamiento necesario para cumplir con los objetivos propuestos.
- 4. Acciones concretas:** Se detallan las acciones que se van a realizar para el desarrollo del plan de capacitación.

5. **Recursos:** Son todos los aspectos que involucran tanto el material, como el talento humano respectivo.
6. **Responsables:** Se detallan quienes serán los que se encarguen de las actividades.
7. **Seguimiento:** Permite identificar los posibles resultados para a su vez corregirlos.
8. **Evaluación:** establecer un proceso de evaluación va a ayudar a definir las debilidades y oportunidades.
9. **Resultados:** Todo objetivo y meta requiere de un resultado, esto va a permitir conocer si se ha logrado lo que se ha planteado desde el inicio.

Objetivo del Plan de Capacitación en Atención al cliente.

Mejorar la atención al cliente mediante tareas y actividades de temas relevantes de la atención al cliente para ofrecer un servicio adecuado a los usuarios de la Cooperativa de Transporte Centinela del Sur S.A.

Condiciones previas:

- Conocer la estructura organizativa para implementar el plan.
- Realizar un proceso de inducción al personal sobre los temas que se van a desarrollar.
- Establecer los tiempos que no involucren las actividades dado a que es una empresa de servicio permanente y que se debe considerar una planificación adecuada.

Justificación

El presente proyecto tiene como finalidad capacitar al personal administrativo de la Cooperativa de Transporte que potenciaría en relación al servicio al cliente y de esta manera lograr una eficiencia en los niveles de ventas y a la vez mejorar la rentabilidad de la empresa.

Alcance

Del 1 de julio al 30 de julio del 2019

Fin del plan de capacitación

La satisfacción del cliente

Metas y estrategias

Formación del personal operativo en un 100%

Acciones a desarrollar

Se determinará los temas de la capacitación en cuanto a los procesos administrativos

Recursos:

Humanos, Materiales, Financieros y Tecnológicos.

Presupuesto del Plan de Capacitación en Atención al cliente en la Cooperativa de Transporte Centinela del Sur S.A.

Tabla 12 Presupuesto del Plan de Capacitación en Atención al cliente

CONCEPTOS	VALOR
Materiales	\$ 80.00
Impresiones	\$ 50.00
Refrigerio	\$ 100.00
Facilitador	\$ 1200.00
TOTAL	\$ 1430.00

Elaborado por: Gonzabay, M. (2019)

Cronograma del Plan de Capacitación en Atención al cliente en la Cooperativa de Transporte Centinela del Sur S.A.

Tabla 13 Cronograma del Plan de Capacitación en Atención al cliente

ACTIVIDAD/TEMA	6 de julio/2019	13 de julio/2019	20 de julio/2019	30 de julio/2019
Atención al cliente				
Técnicas de ventas				
Relaciones humanas				
Evaluación del Curso				

Elaborado por: Gonzabay, M. (2019)

Plan de Capacitación en Atención al cliente en la Cooperativa de Transporte CENTINELA DEL SUR S.A.

Tabla 14 Planificación

Objetivo: Mejorar la atención al cliente a los usuarios de la Cooperativa de Transporte Centinela del Sur S.A.

PROBLEMA	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	METAS	ACCIONES CONCRETAS	RECURSOS	RESPONSABLES	TIEMPO
Baja calidad en la atención al cliente	Fortalecer la calidad de atención al cliente.	Servicio de calidad a los clientes en un 100%	Aspectos del buen servicio al cliente	Talento humano. Instrumentos tecnológicos. Insumos.	Alta gerencia. Coordinador. Investigador. Facilitador.	Mayo 2019.
Ausencia de motivación e incentivos	Establecer programas de incentivos y reconocimientos	Un programa de incentivos y reconocimientos	Incentivos y reconocimientos al personal operativo	Talento humano. Instrumentos tecnológicos. Insumos.	Alta gerencia. Coordinador. Investigador.	Junio 2019.
Carencia de capacitación al Talento Humano	Capacitar al personal de en relación al servicio al cliente.	Formación del personal de Talento Humano en un 100%	Atención al cliente.	Talento humano. Instrumentos tecnológicos. Insumos.	Alta gerencia. Coordinador. Facilitador.	Julio 2019
Ausencia de Relaciones Humanas	Mejorar el trato con los clientes	Excelente relación entre el personal operativo y los usuarios en u 100%	Procesos de implementar las relaciones humanas	Talento humano. Auditorio. Instrumentos tecnológicos. Insumos.	Alta gerencia. Coordinador. Investigador. Facilitador.	Julio 2019

Elaborado por: Gonzabay, M. (2019)

ACTIVIDAD 1

TEMA: Aspectos de un buen servicio al cliente.

OBJETIVO: Fortalecer la calidad de atención al cliente.

DESARROLLO: Es necesario conocer cuáles son los aspectos que permiten brindar un buen servicio de calidad, dado a que muchos de los servidores no consideran necesarios ciertas reglas que producen un buen impacto en los clientes. A continuación se detallan diez claves para brindar un servicio de calidad:

ASPECTOS PARA UN BUEN SERVICIO DE CALIDAD

Tabla 15 Aspectos para un buen servicio de calidad

N.	ASPECTO	DETALLE
01	Atender con cortesía	Se debe mostrar la atención adecuada con respeto.
02	Profesionalidad	Debe tener toda la información que requiera el cliente.
03	Cooperación	Se debe percibir siempre la necesidad de atender en todas las áreas.
04	Comunicación	Se debe relacionarse con el cliente, ser explicativo con paciencia.
05	Eficacia	Se debe considerar ser efectivo y rápido al ofrecer el servicio.
06	Eficiencia	Se debe optimizar los recursos y los tiempos al momento de atender.
07	Capacidad resolutive	Es necesario resolver conflictos ante cualquier situación
08	Cumplimiento	Lo que se ofrece debe ser cumplido, no se puede ofrecer algo sin darlo.
09	Satisfacción	Se debe satisfacer al cliente en lo que requiere del servicio
10	Fidelización	Nunca olvidar ser rentable para obtener nuevos clientes.

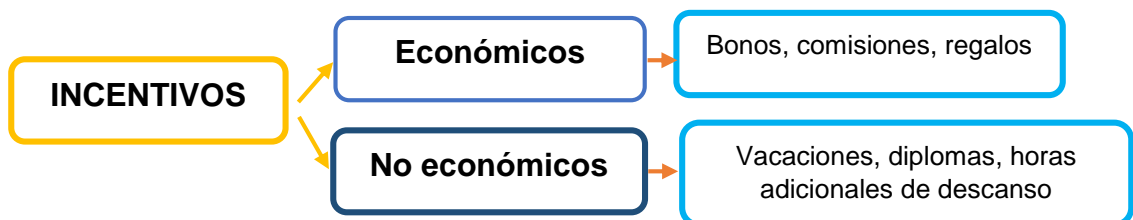
Elaborado por: Gonzabay, M. (2019)

ACTIVIDAD 2

TEMA: Programa de incentivos y reconocimientos.

OBJETIVO: Establecer programas de incentivos y reconocimientos.

DESARROLLO: Se debe conocer los diferentes aspectos sobre los incentivos y reconocimientos, para ellos se debe identificar las clases de incentivos:



Ventajas de implementar un programa de incentivos

Gráfico 8 Ventajas de implementar un programa de incentivos



Elaborado por: Gonzabay, M. (2019)

ACTIVIDAD 3

TEMA: Atención al cliente.

OBJETIVO: Capacitar al personal operativo en relación al servicio al cliente.

DESARROLLO: Se presenta un esquema de formato para capacitar al personal operativo en relación al servicio al cliente:

Tabla 16 Plan de Capacitación

PLAN DE CAPACITACIÓN	
TIPO DE CAPACITACIÓN:	Inductiva <input checked="" type="radio"/> Preventiva <input type="radio"/> Correctiva <input type="radio"/>
MODALIDAD:	Formación <input checked="" type="radio"/> Actualización <input type="radio"/> Complementación <input type="radio"/>
NIVEL DE CAPACITACIÓN:	Básico <input type="radio"/> Intermedio <input type="radio"/> Avanzado <input checked="" type="radio"/>
Área o departamento:	Administración
Funciones generales del departamento:	Talento Humano
Tema de la capacitación:	Atención al cliente.
Justificación:	El presente proyecto tiene como finalidad capacitar al personal operativo de la Cooperativa de Transporte, que potenciaría en relación al servicio al cliente.
Alcance:	Del 1 de julio al 30 de julio del 2019
Fines del plan de capacitación:	La satisfacción del cliente.
Objetivo general	Capacitar al personal operativo para que brinde un servicio de calidad con eficiencia y eficacia.
Metas y estrategias:	Formación del personal operativo en un 100%
Acciones a desarrollar:	Se determinará los temas de la capacitación en cuanto a los procesos administrativos
Recursos:	humanos, materiales, financieros y tecnológicos.
Consideraciones finales:	Se establecerá un proceso de evaluación y seguimiento.

Elaborado por: Gonzabay, M. (2019)

ACTIVIDAD 4

TEMA: Procesos de implementar las relaciones humanas

OBJETIVO: Mejorar el trato con los clientes.

DESARROLLO: Se detalla y se realiza la práctica en las actividades concernientes a las relaciones humanas, de esta manera se pretende fortalecer no solo las relaciones humanas con el equipo de trabajo sino también con los usuarios:

Tabla 17 Actividades para fortalecer las relaciones humanas

ACTIVIDAD / DINÁMICA	DESARROLLO
Dinámicas de conocimiento	El fin de estos juegos es potenciar el conocimiento entre los miembros del grupo. Muchas veces, en especial cuando el equipo es nuevo o ha ido cambiando, las personas no se conocen lo suficiente y se crean imágenes equivocadas, basada en suposiciones o comentarios de terceros.
Dinámicas de cooperación	El objetivo de estas dinámicas es favorecer y mejorar las estrategias de cooperación entre los miembros del grupo. La mejor forma de aprender a cooperar es participando todos y colaborando unos con otros. Sin embargo, dentro del ambiente laboral es difícil ensayar estas estrategias sin que existan tensiones
Gimnasia de mantenimiento	Si dispones de un espacio en la oficina, o puedes contratar salas polivalentes, puedes contar con un monitor que realice clases dirigidas a tus empleados para mantener el tono físico. Gimnasia de mantenimiento 2 o 3 días por semana es lo ideal.
Celebraciones	Elige y marca distintas fechas en el calendario que son importantes para la empresa y organiza celebraciones y actividades especiales para esos días. Algunos

	<p>ejemplos son: aniversario de empresa, día del padre, día de la madre, día de la mujer trabajadora, navidad o fin de año, entre otros. Esto ayudará a fortalecer lazos de amistad y compañerismo.</p>
Actividades con juegos de mesa	<p>Puedes organizar jornadas de juegos de mesa en la empresa. Una gran oportunidad para compartir momentos, conocer a los compañeros de trabajo y descubrir juegos que no sabías que existían. Es una manera de relajarse y mejorar el clima laboral excelente y fácil de realizar</p>

Elaborado por: Gonzabay, M. (2019)

Conclusiones

- En relación a los temas de investigación se pudo evidenciar el desconocimiento en cuanto a las teorías de atención al cliente.
- No hay métodos ni técnicas que permitan establecer las directrices tanto de las debilidades como las amenazas determinando la necesidad.
- Ausencia de un plan de capacitación al personal operativo para que pueda brindar un servicio de calidad.
- La calidad en el servicio de atención al cliente es baja, muchos de los usuarios presentan inconformidad en cuanto al servicio.
- La competencia es una de las amenazas más altas, dado a que están en un sector donde existen otras cooperativas que brindan el mismo servicio.

Recomendaciones

- Socializar sobre los beneficios que se obtienen al momento de aplicar una formación para la debida atención al cliente.
- Implementar los métodos y técnicas que permitan establecer las directrices tanto de las debilidades como las amenazas determinando la necesidad.
- Proponer un plan de capacitación al personal operativo y administrativo para que pueda brindar un servicio de calidad al cliente.
- Brindar un servicio de calidad direccionado no solo a la atención al cliente sino al beneficio de la cooperativa.
- Establecer estrategias que permitan hacer frente a la competencia.
- Realizar capacitaciones de manera permanente en cuanto a las relaciones humanas y la manera de atender al cliente.

Bibliografía

- Acebedo, A., & Alba, F. (2006). *Proceso de la entrevista, conceptos y modelos*. Mexico: Limusa.
- Alfaro Castellanos, M. (2012). *Administración de personal*. Obtenido de Red Tercer Milenio:
http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Administracion_de_personal.pdf
- Alvira, F. (2011). *La encuesta: una perspectiva general metodológica*. Montalbán : consejo editorial de la colección de cuadernos metodológicos.
- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación*. Episteme. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=W5n0BgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA11&dq=investigacion+explicativo&ots=kXnKfluqp3&sig=FHPHwpQ6VLEzALcK3gbUjMjpEF4#v=onepage&q&f=false>
- Benavides, A. (2017). *Teorías de la Calidad de Servicio*. Bogotá, Colombia: Pentabook.
- Benavidez, A. (2015). *Motivación personal en los trabajadores del area externa*. Riobamba.
- Bolívar , G. (2014). *Metodología de investigación*. Episteme. Obtenido de http://metodosrecreacion.blogspot.com/p/blog-page_28.html
- Botero, M. M., & Peña, P. (2006). *Konrad Lorenz Fundación Universitaria*. Obtenido de Calidad en el servicio:
<http://publicaciones.konradlorenz.edu.co/index.php/sumapsi/article/view/55>
- Carpio, M. (2017). *Calidad en el servicio para mejorar la rentabilidad en la Constructora Meizer S.A*. Santa Elena, Ecuador: Meizaer .

- Chang, C. (2014). *Atención al cliente en los servicios de la empresa Malacatán San Marcos*. Guatemala.
- Conmerce, G. (2018). Sistemas de Atención al cliente. *Global Commerce*, 52.
- Ecuador, C. P. (2008). Constitución Política del Ecuador. *Contraloría General del Estado* (P. 67). Montecristi, Manabí: Asamblea Nacional Constituyente.
- Escudero Serrano, M. J. (2012). *Comunicación y atención al cliente*. María José López Raso. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=o9Pg1GwqS3wC&pg=PA199&dq=atencion+al+cliente+fuera+del+pais&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjRv9iN0fPgAhVPmVkkHfqlAG8Q6AEILjAB#v=onepage&q=atencion%20al%20cliente%20fuera%20del%20pais&f=false>
- Fidias Arias. (2006). *Introducción a la metodología científica* (Quinta ed.). Caracas: Epísteme.
- Figueroa, A. (2017). *La importancia del servicio del cliente para las empresas*. Guayaquil, Ecuador.
- Gallego, F., Isern, I., & Segura, P. (2006). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y tesina* (primera ed.).
- Guayas, C. d. (13 de julio de 2017). Conferencia sobre el Rendimiento de las empresas. *El Comercio*, P. 11.
- Guerrero, D. (2012). *Propuesta de Programa Integral de Servicio al Cliente (PISC) como gestión estratégica en las concesionarias automotrices de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil, Ecuador: Universidad de Guayaquil.
- Gutierrez, F. (2017). *Competitividad en el sector del transporte*. Quito, Ecuador.

- Hernández, F. (2012). *Tipos de investigación*. academia.edu. Obtenido de https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=+investigacion+explortoria&btnG=
- Hernández, S., Collado , F., & Batista, M. (2010). *Metodología de la investigación* (quinta ed.).
- Huamán, G. (2005). *Manual de Tecnicas de Investigación , conceptos y aplicaciones*. Perú.
- Lopera, J. D., & Ramírez , C. (2010). *El método de análisis*. Medellín: Antioquia. Obtenido de <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rpsua/v2n2/v2n2a8.pdf>
- López, P. L. (2017). *Población y muestreo*. Obtenido de <https://www.google.com/search?q=poblacion&oq=poblacion&aqs=chrome..69i57j0l5.2197j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
- Luna González , A. C. (2016). *Plan estratégico de negocios*. México: Patria. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=KBchDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=concepto+de+la+palabra+Plan&ots=1RdHUVerNS&sig=VugAc30vrScWjjbuSrLzjClQCms#v=onepage&q=concepto%20de%20la%20palabra%20Plan&f=false>
- Márquez, V. (2015). *Evolución de las Ventas en el mercado de servicio*. Caracas, Venezuela: Venecientífica.
- Moliner, K. (2015). Calidad de Servicio y Satisfacción al cliente en el área de Psicología, , España. En K. Moliner, *Calidad* (P. 233). España: Universidad de Madrid.
- Montalvo, L. (2016). *Calidad en el servicio al cliente*. Madrid, España.
- Montero, P. (2017). *Características de un buen vendedor*. Bogotá, Caracas: Comitex.

- Naghi, M. (2005). *Metodología de la investigación*. Limusa S.A. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=ZEJ7-0hmvhwC&pg=PA91&dq=investigacion+descriptiva&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjx1tm_7qDhAhUH2VkkHZzACLYQ6AEILDAB#v=onepage&q=investigacion%20descriptiva&f=false
- Panchana, S. (2014). *Diseño de un plan de capacitación para fortalecer la atención al cliente en los restaurantes y comedores de la Comuna Montañita*, . Santa Elena, : Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Pérez Pico, G. A. (2011). *Universidad Tecnica de Ambato*. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/1104>
- Pérez Torres, V. (2006). *Calidad total en la atención al cliente*. S.L . Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=xXdBBinORegC&oi=fnd&pg=PT9&dq=concepto+de+la+atencion+al+cliente&ots=TrNTzLFRh5&sig=xYBtH7K-EyKLWSVqyuDbwIBUix4#v=onepage&q=concepto%20de%20la%20atencion%20al%20cliente&f=false>
- Pihuave, M. (2015). Aspectos que intervienen en el proceso de ventas. En M. Pihuave, *Procesos de ventas* (P. 32). Guatemala.
- Ramírez , J. (2010). *Métodos de Investigación*. Obtenido de <https://deconceptos.com/ciencias-sociales/emprendedor>
- Ramírez, B. (2000). Población finita. 140. Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092506/cap03.pdf>
- Ramírez, J. (2014). *Funciones específicas en los procesos de ventas*. Madrid, España.
- Rendón, R. (2013). *Características del vendedor*. México: Patmos S.A.

- Sabino, R. (22 de Enero de 2012). ¿Qué es método descriptivo? *Metodología de la Investigación*, P. 3. Obtenido de <https://okdiario.com/curiosidades/que-metodo-descriptivo-2457888>
- Salkind, N. (2000). *Métodos de investigación*. Libro Mundi. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=3uIW0vVD63wC&pg=PA12&dq=investigacion+correlacional&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjiv86y8aDhAhWSrVkkHZb4DY8Q6AEIJzAA#v=onepage&q=investigacion%20correlacional&f=false>
- Sampieri, H., Baptista, P., & Collado, F. (2010). *Metodología de la Investigación* (quinta ed.). Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Tamayo, M. (2004). *El proceso de la investigación científica* (cuarta ed.). Mexico.
- Tamayo, M. (2011). *Población, muestra y tipos de muestras*. Casa del Libro. Obtenido de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>
- Urbina, A. (2016). *Marketing de Servicios y su incidencia en la atención al cliente en la Agencia Servipagos Ambato*. Ambato, Riobamba: Universidad de Ambato.
- Villacres, F. (2011). *El entrenamiento y desarrollo del personal y su incidencia en el servicio al cliente en la Cadena Radial Panamericana del Cantón Quero*. Quero, Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Vivir, P. N. (2017). *Plan Nacional del buen vivir-Constitucion del Ecuador*.

ANEXOS

ANEXO 1: CARTA DE ACEPTACIÓN DE LA EMPRESA



Guayaquil, 30 de Marzo del 2019

Carta de Aceptación

Ing. Karla Gutiérrez Quiroz

**Directora de la Unidad Académica de Educación Comercial,
Administración y Ciencias.**

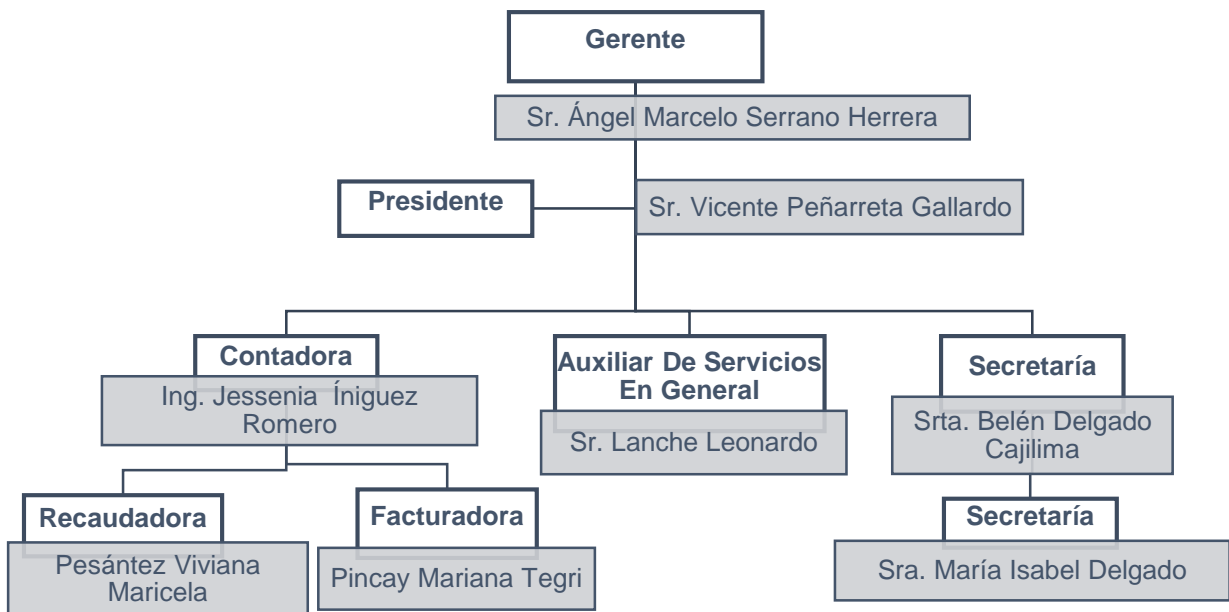
Por este escrito me permito informarle que la **Srta. Gonzabay Mendoza Maybelline Michelle**, alumna del Instituto Superior Bolivariano de Tecnología, de la carrera Tecnología en Administración de Empresas, fue aceptada para realizar en la Cooperativa **“Centinela del Sur S.A”**, su Residencia Profesional, con el proyecto: **“Plan de capacitación al personal administrativo para la mejora en la atención al cliente de la Cooperativa Centinela del Sur S.A”**, en el **Cantón Balao**, bajo la supervisión y asesoría de Dr. Illescas Prieto Simón Alberto, ocupa el cargo de Tutor.

ATENTAMENTE

Sr. Ángel Marcelo Serrano Herrera

Gerente

ANEXO 2: ORGANIGRAMA DE LA COOPERATIVA INTERPROVINCIAL DE TRANSPORTE “CENTINELA DEL SUR S.A”



ANEXO 3: VISIÓN Y MISIÓN DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE “CENTINELA DEL SUR S.A”

VISIÓN

Ser la empresa líder de transporte de pasajeros del país, satisfacer las necesidades de nuestros clientes a través del mejoramiento continuo de los servidores mediante la renovación de la flota vehicular y capacitar permanentemente a todo el personal en sus diferentes áreas, para obtener el mejoramiento del desempeño laboral y que, como fruto de este desarrollo, obtener el reconocimiento cantonal, provincial y nacional.

MISIÓN

Brindar el servicio de transporte interprovincial de pasajeros a nivel nacional, en las diferentes rutas y frecuencias impulsando el desarrollo y fomentando la comunicación en forma continua y permanente con seguridad, confort, puntualidad y excelente servicio de calidad, asegurando cumplimiento en el envío y recepción de cargas de encomiendas y giros.

**ANEXO 4: LOGOTIPO DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE
CENTINELA DEL SUR S.A**



**ANEXO 5: EVIDENCIAS DE LA APLICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS
EN LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE CENTINELA DEL SUR S.A**



Cooperativa Interprovincial de Transporte "Centinela del Sur S.A"
Ubicada en el terminal terrestre del Cantón Balao.

05:08	04:00
05:40	04:48
06:12	05:50
06:45	06:50
07:45	07:50
08:45	08:45
09:45	09:50
10:45	10:50
11:45	11:50
12:45	12:50
13:45	13:50
14:45	14:50
15:45	15:50
17:00	16:50
17:45	17:35
18:45	19:00

Horario de salidas del medio de transporte "Centinela del Sur S.A"



Entrevista al Sr. Marcelo Serrano, Gerente de la Cooperativa de Transporte “Centinela del Sur S.A”



Capacitación al Personal Administrativo de la Cooperativa
“Centinela del Sur S.A”

ANEXO 6: INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÌA

ENTREVISTA AL GERENTE DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE CENTINELA DEL SUR S.A

NOMBRE: _____ **FECHA:** __/__/____ **HORA:** _____

LUGAR: _____

Estimado gerente. Reciba un cordial saludo esperando que sus actividades sigan con el éxito de siempre, invito a usted que nos pueda colaborar con el presente formulario para poder conocer aspectos importantes sobre el desarrollo de las actividades administrativas y operativas de la entidad que preside.

Objetivo del instrumento: Recopilar información sobre la atención al cliente y la necesidad de implementar un plan de capacitación al personal administrativo.

Formulario:

1. ¿Considera usted que la Cooperativa que usted preside, brinda un servicio eficiente y de calidad a los clientes?

2. ¿Usted considera que el personal operativo se encuentra debidamente motivado para realizar las actividades que se les impone?

3. ¿Hay un manual específico en cuanto a las funciones de cada uno de los servidores de la cooperativa?

4. ¿En calidad de gerente, considera que la cooperativa es competitiva frente a las otras entidades que brindan el mismo servicio de transporte?

5. ¿El personal que trabaja en la empresa, está debidamente capacitado para cumplir con eficiencia sus actividades?

6. ¿Se encuentra en una excelente rentabilidad la cooperativa desde un enfoque financiero?

7. ¿Existe un buen nivel de ventas en los servicios de atención al cliente?

8. ¿Cree usted que depende solo de los empleados para mejorar la rentabilidad en relación a las ventas mensuales?

9. ¿Cree usted importante que formando al talento humano va a desempeñar sus funciones con eficiencia y eficacia?

10. ¿Considera usted que la aplicación de un Plan de Capacitación al personal administrativo para mejorar la atención al cliente?

Michelle Gonzabay Mendoza

C.C. 094202830-9

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÌA

ENTREVISTA A CHOFER DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE CENTINELA DEL SUR S.A

NOMBRE: _____ **FECHA:** __/__/____ **HORA:** _____

LUGAR: _____

Estimado servidor. Reciba un cordial saludo esperando que sus actividades sigan con el éxito de siempre, invito a usted que nos pueda colaborar con el presente formulario para poder conocer aspectos importantes sobre el desarrollo de las actividades administrativas y operativas que usted realiza.

Objetivo del instrumento: Recopilar información sobre la atención al cliente y la necesidad de implementar un plan de capacitación al personal administrativo.

Formulario:

1. ¿Brindan ustedes un servicio eficiente y de calidad a los usuarios de la cooperativa?

2. ¿Se encuentra ustedes debidamente motivado para realizar las actividades que se les impone?

3. ¿Hay un manual específico en cuanto a las funciones para ustedes de la cooperativa?

4. ¿Considera que la cooperativa es competitiva frente a las otras entidades que brindan el mismo servicio de transporte?

5. ¿Recibe ustedes capacitación sobre el servicio a los clientes y el desempeño administrativo para cumplir con eficiencia sus actividades?

6. ¿Son reconocidos mediante incentivos sobre el desempeño de sus funciones?

7. ¿Existe un buen nivel de ventas en los servicios de atención al cliente?

8. ¿Cree usted que depende solo del servicio que brinda a los clientes para mejorar las ventas en la empresa?

9. ¿Considera que la falta de inducción permite que aparezcan falencias para no brindar un servicio de calidad?

10. ¿Considera usted que la aplicación de un Plan de Capacitación al personal administrativo para mejorar la atención al cliente?

Michelle Gonzabay Mendoza

C.C. 094202830-9

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÌA

ENCUESTA A LOS CLIENTES DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE CENTINELA DEL SUR S.A

Objetivo: Recopilar información sobre la atención al cliente y la necesidad de implementar un plan de capacitación al personal administrativo.

Estimado gerente. Reciba un cordial saludo esperando que sus actividades sigan con el éxito de siempre, invito a usted que nos pueda colaborar con el presente formulario para poder conocer aspectos importantes sobre el desarrollo de las actividades administrativas y operativas de la entidad que preside.

Agradecemos con anticipación se sirva marcar sus respuestas con una "X", en el recuadro respectivo.

PREGUNTAS:

1.- ¿Considera usted que la Cooperativa de Transporte Centinela del Sur ofrece una excelente atención a sus clientes?

Siempre Casi siempre Nunca

2.- ¿Realizan las funciones de manera cordial los choferes y oficiales de la Cooperativa de Transporte Centinela del Sur?

Siempre Casi siempre Nunca

3.- ¿Son atendidas sus quejas en cuanto al servicio que ofrecen en la Cooperativa de Transporte Centinela del Sur?

Siempre Casi siempre Nunca

4.- ¿Cree usted que el personal que ofrece el servicio de transporte deben ser capacitados de manera constante?

Siempre

Casi siempre

Nunca

5.- Al haber un servicio similar en cuanto a las rutas de transporte de la Cooperativa de Transporte Centinela del Sur, ¿usted preferiría otro medio de transporte?

Siempre

Casi siempre

Nunca

6.- Usted recomendaría el servicio de transporte a otras personas?

Siempre

Casi siempre

Nunca

7.- Considera usted que se debe implementar un plan de capacitación para mejorar el servicio del transporte de la Cooperativa de Transporte Centinela del Sur

Siempre

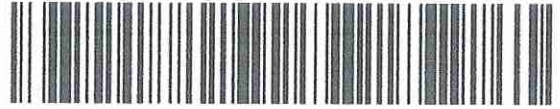
Casi siempre

Nunca

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.



Factura: 001-002-000010981



20190903000D00398

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20190903000D00398

Ante mí, NOTARIO(A) DALYS JESSICA GONZALEZ JIMENEZ de la NOTARÍA ÚNICA , comparece(n) MAYBELLINE MICHELLE GONZABAY MENDOZA portador(a) de CÉDULA 0942028309 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en BALAO, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede CLAUSULA DE AUTORIZACION PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), DATOS DE LA COMPARECIENTE: LA SEÑORITA MAYBELLINE MICHELLE GONZABAY MENDOZA, TIENE SU DOMICILIO ACTUAL, EN EL CANTÓN BALAO, PROVINCIA DEL GUAYAS, Y SU NUMERO CELULAR ES 0991455460 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. BALAO, a 14 DE AGOSTO DEL 2019, (11:19).

Maybelline. Gonzabay

MAYBELLINE MICHELLE GONZABAY MENDOZA
CÉDULA: 0942028309



NOTARIO(A) DALYS JESSICA GONZALEZ JIMENEZ
NOTARÍA ÚNICA DEL CANTÓN BALAO



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Maybelline Michelle Gonzabay Mendoza** en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **Plan de capacitación al personal administrativo para la mejora en la atención al cliente de la Cooperativa "Centinela del Sur 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 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/autorizamos 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*.

Gonzabay Mendoza Maybelline Michelle

Nombres y Apellidos de la Autora

Maybelline Gonzabay

Firma

No. de cédula: 094202830-9



REPÚBLICA DEL ECUADOR
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL,
IDENTIFICACIÓN Y CEBULACIÓN

CEDULA DE CIUDADANIA
APELLIDOS Y NOMBRES
GONZABAY MENDOZA MAYBELLINE MICHELLE
LUGAR DE NACIMIENTO
GUAYAS
BALAO
BALAO
FECHA DE NACIMIENTO **1995-04-16**
NACIONALIDAD **ECUATORIANA**
SEXO **MUJER**
ESTADO CIVIL **SOLTERO**

Nº **094202830-9**




INSTRUCCIÓN **BACHILLERATO** PROFESIÓN / OCUPACIÓN **BACH.TEC.INF.ADM.SIS** A1111A1111

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE **GONZABAY CASTRO WALTER**

APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE **MENDOZA VELEZ GLORIA**

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN **NARANJAL 2018-02-14**

FECHA DE EXPIRACIÓN **2028-02-14**

Maybelline Gonzabay







CERTIFICADO DE VOTACIÓN
24 - MARZO - 2019

0008 F JUNTA No. 0008 - 243 CERTIFICADO No. 0942028309 CEDULA No.

GONZABAY MENDOZA MAYBELLINE MICHELLE
APELLIDOS Y NOMBRES

PROVINCIA: **GUAYAS**
CANTÓN: **BALAO**
CIRCUNSCRIPCIÓN:
PARROQUIA: **BALAO**
ZONA: **1**



ELECCIONES SECCIONALES Y CPCCS
2019

CIUDADANA/O:
ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED SUFRAGO EN EL PROCESO ELECTORAL 2019

Isabela R. Gonzalez
E. PRESIDENTA/E DE LA JURY

DOY FE: Que en uso de las atribuciones que me confiere al Art. 18 numeral 5 de la Ley Notarial que la(s) presente(s) 01 foja(s) en fotocopia(s) es(son) exacto(s), conforme(n) y correcta(s) al (a los) documento(s) original(es) que me fue(ron) exhibido(a) y conferido(s) sin responsabilidad de su contenido.

BALAO,

14 ABO 2019

Dalys González Jiménez
Abg. Esp. Dalys González Jiménez
NOTARIA PRIMERA DEL CANTÓN BALAO





CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD

Número único de identificación: 0942028309

Nombres del ciudadano: GONZABAY MENDOZA MAYBELLINE
MICHELLE



Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/BALAO/BALAO

Fecha de nacimiento: 16 DE ABRIL DE 1995

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: BACH.TÉC.INF.ADM.SIS

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: GONZABAY CASTRO WALTER

Nacionalidad: ECUATORIANA

Nombres de la madre: MENDOZA VELEZ GLORIA

Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 14 DE FEBRERO DE 2018

Condición de donante: SI DONANTE



Información certificada a la fecha: 14 DE AGOSTO DE 2019

Emisor: KATHERINE MYLADY BOHORQUEZ DELGADO - GUAYAS-BALAO-NT 1 - GUAYAS - BALAO

N° de certificado: 190-250-90650



190-250-90650

Lcdo. Vicente Taiano G.

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación

Documento firmado electrónicamente



CERTIFICACIÓN DE 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 capacitación al personal administrativo para la mejora en la atención al cliente de la Cooperativa "Centinela del Sur S.A"** y problema de investigación: **¿Qué incidencia tendría un plan de capacitación al personal administrativo para la mejora en la atención al cliente de la Cooperativa "Centinela del Sur S.A", ubicado en el cantón Balao, provincia del Guayas, en el período 2019?**, presentado por **Gonzabay Mendoza Maybelline Michelle** como requisito previo para optar por el título de:

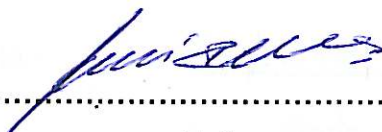
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

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

.....
Maybelline, Gonzabay

Egresada:

Gonzabay Mendoza Maybelline

.....


Tutor:

Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior 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.**

W.s. Alberto Akater  W.s. Alberto Akater

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT

Firma