



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

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

TEMA:

**PLAN DE MEJORA PARA EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE
A TRAVÉS DEL “AMERICAN CALL CENTER”**

Autora:

Gabriela Andrea Galdós Llorente

Tutor

Ing. Marlo López Perero

Guayaquil- Ecuador

2015



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: “Plan de mejoras para el servicio de atención al cliente a través “presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: **La Elevada Deficiencia en el Servicio Al Cliente genera insatisfacción en el Usuario “American Call Center” de la Ciudad de Guayaquil durante el año 2014”**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por la Egresada: **Galdós Llorente Gabriela**

Tutor: **Ing. Marlo López Perero**



AUTORÍA NOTARIADA

Los criterios e ideas expuestos en el presente trabajo de graduación con el tema: Plan de mejoras para el servicio de atención al cliente a través del “American Call Center”, de la carrera de Administración de Empresas del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, son de absoluta responsabilidad del autor y no constituye copia o plagio de otra tesis presentada con anterioridad.

Autora:

.....

Galdós Llorente Gabriela

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado primeramente A Dios por ser pilar el pilar más importante en mi vida por permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional

A mi madre y abuelita por su cariño, su apoyo incondicional, por sus consejos, comprensión, amor, estar conmigo en los momentos más difíciles, por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.

A mi hermano por estar siempre presente, acompañándome y apoyándome

A mi padre a pesar de nuestra distancia, sé que este momento hubiera sido tan especial para ti como lo es para mí

AGRADECIMIENTO

A Dios por la oportunidad que me regalo de culminar de manera exitosa mi carrera universitaria. A mi familia por darme el apoyo incondicional para que este trabajo llegue a su culminación. A mis amigos y compañeros de estudio especialmente a mi mejor amiga, que siempre hará parte de mis buenos recuerdos, por hacer parte de mi vida profesional, les agradezco por sus consejos, apoyo, ánimo y compañía en momentos difíciles.

A mis profesores del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, que me brindaron todos los conocimientos, por su calidad académica demostrada en estos años de estudio, Todos y cada uno de ellos hacen parte de mí.

Muchas gracias.

Galdós Llorente Gabriela

INDICE GENERAL

| CONTENIDOS: | PÁGINAS |
|--|----------------|
| CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR | ii |
| AUTORÍA NOTARIADA | iii |
| DEDICATORIA | iv |
| AGRADECIMIENTO | v |
| INDICE GENERAL | vi |
| RESUMEN | xi |
| Abstract | xii |
| CAPITULO I..... | 1 |
| EL PROBLEMA | 1 |
| 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 1 |
| 1.1 UBICACIÓN DEL PROBLEMA Y CONTEXTO..... | 1 |
| 1.2 CAUSAS DEL PROBLEMA Y CONSECUENCIAS..... | 4 |
| 1.3 SITUACIÓN CONFLICTO QUE DEBO SEÑALAR..... | 5 |
| 1.4 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA | 6 |
| 1.5 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA | 6 |
| 1.6 DETERMINACION DEL TEMA..... | 7 |
| 1.7 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN | 7 |
| 1.8 OBJETIVOS | 8 |
| 1.8.1 Objetivos generales:..... | 8 |
| 1.8.2 Objetivos Específicos..... | 8 |
| 1.9 JUSTIFICACION E IMPORTANCIA..... | 9 |
| CAPITULO II..... | 11 |
| MARCO TEÓRICO | 11 |
| 2. Fundamentación teórica | 11 |
| 2.1 Antecedentes referenciales..... | 13 |
| 2.2 Marco Conceptual..... | 23 |
| 2.3 Marco Espacial..... | 26 |

| | | |
|-------------------|---|-----|
| 2.4 | Marco Temporal | 26 |
| 2.5 | Fundamentación legal..... | 26 |
| 2.6 | VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN | 59 |
| 2.6.1 | Variable dependiente..... | 59 |
| 2.6.2 | Variable independiente | 59 |
| CAPÍTULO III..... | | 60 |
| METODOLOGÍA | | 60 |
| 3. | Objeto social..... | 61 |
| 3.1 | Misión | 61 |
| 3.2 | Visión | 61 |
| 3.3 | Descripción del proceso objeto de estudio o puesto de trabajo | 68 |
| 3.4 | Análisis económico financiero | 77 |
| 3.5 | Diseño de la investigación | 78 |
| 3.6 | Tipo de investigación..... | 79 |
| 3.7 | Métodos a utilizar en el Proyecto..... | 81 |
| 3.8 | POBLACION Y MUESTRA..... | 81 |
| 3.9.1 | Tipos de Población | 82 |
| 3.9.2 | Muestra | 87 |
| 3.9.3 | Tipos de Muestra | 88 |
| 3.10 | Formato de Encuesta | 93 |
| CAPITULO IV..... | | 97 |
| 4. | ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS | 97 |
| 5. | CONCLUSION | 116 |
| 6. | RECOMENDACIÓN | 117 |
| 7. | PROPUESTA DE PLAN DE MEJORA..... | 118 |
| 8. | PLAN DE MEJORA | 119 |
| 8.1 | DESARROLLO DEL PLAN DE MEJORA..... | 122 |
| 9. | BIBLIOGRAFIA..... | 124 |
| ANEXOS | | 127 |

INDICE DE GRÁFICOS

| CONTENIDO | PAGINAS |
|---|---------|
| GRAFICO N°1 Estructura organizativa..... | 62 |
| GRAFICO N° 2 ANALISIS ECONOMICO FINANCIERO..... | 78 |
| GRAFICO N °3 DATOS GENERALES..... | 98 |
| GRAFICO N° 4 GÉNERO | 99 |
| GRAFICO N°5 NIVEL DE EDUCACION | 100 |
| GRAFICO N°6 PORCENTAJE QUE SE CAPACITO SOBRE LOS SERVICIOS QUE OFRECE “AMERICAN CALL CENTER | 101 |
| GRAFICO N°7 PORCENTAJE DE AÑOS DE EXPERIENCIA DEL AGENTE EN SERVICIO AL CLIENTE..... | 102 |
| GRAFICO N°8 PORCENTAJE DE PERSONAL QUE TUVO CAPACITACION PREVIA ANTES DE ASIGNARLE SUS FUNCIONES..... | 103 |
| GRAFICO N°9 CONOCIMIENTO DE INSTRUCTIVO SOBRE EL SERVICIO AL CLIENTE..... | 104 |
| GRAFICO N°10 RESPUESTA HACIA UN CLIENTE DIFICIL | 105 |
| GRAFICO N°11 CONOCIMIENTO DE PERSONAS QUE LE AYUDE A SOLVENTAR LAS INQUIETUDES DEL CLIENTE..... | 106 |
| GRAFICO N°12 A QUIEN ACUDE SI TIENE PROBLEMAS EN SU TRABAJO APARTE DE SU JEFE INMEDIATO CON QUIEN PUEDA HABLAR..... | 107 |
| GRAFICO N°13 GRADO DE SATISFACCION CON SU AREA DE TRABAJO | 108 |
| GRAFICO N °14 PORCENTAJE DE LOS ENCUESTADOS QUE PRESTA SU AYUDA A LOS CLIENTES CON EL SERVICIO DE CONSULTAS Y SOLUCION DE PROBLEMAS | 109 |
| GRAFICO N°15 NIVEL QUE EL AGENTE DETERMINA LOS PROBLEMAS EN LAS CONSULTAS O QUEJAS Y PROPONE SOLUCIONES PARA MEJORAS | 110 |
| GRAFICO N°16 PORCENTAJE DE AGENTES QUE REALIZA UN REPORTE DIARIO SEGÚN LAS NECESIDADES DEL CLIENTE | 111 |
| GRAFICO N°17 NIVEL DE RESPUESTA DE LOS AGENTES A LLAMADAS ENTRANTES QUE SOLICITAN LOS CLIENTES QUE TIENEN CONSULTAS PARTICULARES O PREGUNTAS..... | 112 |

| | |
|---|-----|
| GRAFICO N°18 PORCENTAJE DEL PERSONAL QUE REALIZA ACTUALIZACIONES DE LA BASE DE DATOS EXISTENTES CON LAS MODIFICACIONES DE LOS CLIENTES O POSIBLES CLIENTES..... | 113 |
| GRAFICO N °19 PORCENTAJE DE PERSONAL QUE COMPRUEBA Y CATEGORIZA LOS PROBLEMAS DE LOS CLIENTES | 114 |
| GRAFICO N° 20 PERSONAL QUE BRINDA UN SERVICIO AL CLIENTE PERSONALIZADO Y DE ALTA CALIDAD | 115 |

INDICE DE TABLAS

| CONTENIDO | PÀGINAS |
|---|----------------|
| TABLA N° 1 Plantilla total de los trabajadores:..... | 62 |
| TABLA N° 2 Cantidad de trabajadores por categoría ocupacional: | 63 |
| TABLA N° 3 Clientes, proveedores y competidores más importantes | 63 |
| TABLA N° 4 Principales productos y servicios..... | 64 |
| TABLA N° 5 ANALISIS ECONOMICO FINANCIERO..... | 77 |
| TABLA N°6 TABLA DE POBLACION | 83 |
| TABLA N° 8 EDADES DE LOS ENCUESTADOS | 98 |
| TABLA N° 9 GÉNERO..... | 99 |
| TABLA N°10 Nivel de Educación..... | 99 |
| TABLA N° 11 Cuando ingreso a su área de trabajo, lo capacitaron sobre los servicios que ofrece "AMERICAN CALL CENTER"? | 100 |
| TABLA N° 12 Cuánto tiempo tiene de experiencia en servicio al cliente? | 101 |
| TABLA N° 13. Cuando le asignaron sus funciones tuvo capacitación previa?. | 102 |
| TABLA N° 15 Ante un cliente difícil, Ud. como respondería?..... | 104 |
| TABLA N °16 Conoce a que personas puede contactarse en caso de que no pueda solventar las inquietudes del cliente? | 105 |
| TABLA Nª 17 Si Ud. Tiene problemas en su trabajo, hay alguna otra persona aparte de su jefe inmediato con quien pueda hablar? | 106 |
| TABLA N° 18 En general, cuál es su grado de satisfacción con su área de trabajo? | 107 |
| TABLA. 19 Ud. Ayuda a los clientes con el servicio de consultas y solución de problemas?..... | 108 |

| | |
|--|-----|
| TABLA N° 20 A qué nivel Ud. Determina los problemas en las consultas o quejas y la proposición de soluciones para mejoras? | 109 |
| TABLA N° 21. Realiza Ud. Un reporte diario según las necesidades del cliente? | 110 |
| TABLA N° 22 Como responden Uds. A las llamadas entrantes que solicitan los clientes que tienen consultas particulares o preguntas?..... | 111 |
| TABLA N° 23 . Realizan actualizaciones de la base de datos existentes con las modificaciones o cambios y el estado actual de los clientes o posibles clientes? | 113 |
| TABLA N° 24 Uds. Comprueban y categorizan los problemas de los clientes? | 114 |
| TABLA N°25 Proporciona Ud. un servicio al cliente de forma personalizada con un alto nivel de calidad, despertando el interés de los clientes en los productos y servicios ofrecidos por la organización | 115 |
| TABLA N° 26 DESARROLLO DE PREGUNTAS..... | 121 |



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnóloga en administración de
Empresas

Tema

“ Plan de mejora para el servicio de atención al cliente
A través del American Call Center”

Autora: Galdós Llorente Gabriela

Tutor: Ing. Marlo López

RESUMEN

La presente investigación denominada “ Plan de mejora para el servicio de atención al cliente a través del American Call Center”, surge debido a la elevada deficiencia de los agentes telefónicos. El propósito de este proyecto es diagnosticar el grado de satisfacción como se mencionó anteriormente que los usuarios tienen sobre el servicio que le brinda la empresa en el área de atención al cliente, determinando así, las causas de las mayores inconformidades con soluciones para los procesos involucrados. Para el diagnóstico se utilizaron un conjunto de técnicas de administración, como la encuesta, el diagrama causa efecto. Este proyecto se justifica por que el personal presenta un bajo rendimiento, no está prestando su apoyo a los clientes al servicio de ayuda y solución de problemas, no determinan eficazmente los problemas o quejas de los clientes, La mayoría del personal no realiza un reporte diario según las necesidades del usuario, No se realizan actualizaciones de la base de datos con las modificaciones de los clientes o posibles clientes, no comprueban ni categorizan los problemas de los clientes Todo esto afecta a la empresa ya que el recurso humano es el responsable de la asistencia brindada, lo que requiere una atención especial que garantice un servicio eficiente y el éxito de la empresa. Por este motivo se realizará la propuesta de plan de mejora para el servicio de atención al cliente. Al finalizar los objetivos se alcanzaron y se da respuesta al problema planteado, a través de un plan de mejoras y conjunto de acciones relacionadas con las causas raíces que están provocando los problemas detectados en el área de consulta atención al cliente.

Call Center

**Servicio de
Atención al cliente**

**Agentes
Telefónicos**



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnóloga en administración de
Empresas

Tema

“ Plan de mejora para el servicio de atención al cliente
A través del American Call Center”

Autora: Galdós Llorente Gabriela

Tutora: Ing. Marlo López

Abstract

This research entitled "Improvement Plan for Customer Service through the American Call Center" arises due to high deficiency telephone agents. The purpose of this project is to assess the degree of satisfaction as previously mentioned users have on the service that gives the company in the area of customer service, thus determining the causes of the biggest disagreements with solutions for the processes involved. To diagnose a set of management techniques are used, as the survey, cause and effect diagram. This project is justified because the staff has a low yield, is lending his support to customers help desk and problem solving, not effectively determine the problems or customer complaints, most of the staff do not make a daily report according to user requirements, not updates of the database are done with changes to clients or potential clients, do not check or categorize customer problems ,all affect the company and that human resources it is responsible for the provided assistance, which requires special attention to ensure efficient service and success of the company. Therefore the proposed improvement plan for Customer Service will be held. Upon completion of the objectives they were achieved and provides answers to the problem, through an improvement plan and set of actions related to the root causes that are causing the problems identified in the area of customer consulting

Call Center

Customer Service

Telephone Agents

CAPITULO I EL PROBLEMA

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 UBICACIÓN DEL PROBLEMA Y CONTEXTO

El presente trabajo investigativo se desarrolla en el “AMERICAN CALL CENTER”

El cual consiste en realizar un plan de mejora para el servicio de atención al cliente a través del mismo con el objetivo de brindarle a la organización las estratégicas y técnicas necesarias para mejorar el bajo rendimiento existente en la organización y así garantizar un buen desempeño y funcionamiento del personal, y que el servicio de atención telefónica sea eficiente y de calidad y lograr así una organización competitiva y de éxito.

Para entender mejor el tema de esta investigación el tema deservicio al cliente se describe un breve concepto de servicio de atención al cliente

El servicio de atención al cliente ha tomado una mayor Importancia, en cada una de las empresas, ya que de allí depende la permanencia de cada uno de sus usuarios y la existencia de la compañía.

Se hace hincapié, en las diferencias que existen entre la calidad en los productos y la calidad del servicio y dejando en claro que el cliente es lo más importante con esta frase “El cliente es el activo más valioso”. Parte desde el punto más sencillo, pero igualmente el más importante, como lo es la definición de la palabra CLIENTE. Es muy acertado, porque si no se conoce el significado de la misma, no se puede pretender crear una propuesta para mejorar el “Servicio al cliente”. Es allí, donde el autor comienza a conectar una serie de eventos que suceden alrededor de esa palabra o frase.

¿Por qué es importante un buen servicio de atención al cliente? porque se muestra que hoy en día, la mayoría de las organizaciones están muy

Interesadas en brindar un servicio de calidad a sus clientes, tanto así, que el dinero que utilizan para ello, ya lo ven como un gasto sino como una inversión.

Lo que no sucedía antes. Porque cada vez que se habla de dineros para servicio, Los altos directivos lo veían como gasto o como perdida. Afortunadamente estos Pensamientos han ido cambiando.

Actualmente las compañías se han dado de cuenta, que en “el negocio”, lo más Importante, es mantener relaciones duraderas con sus clientes, es decir que el Cliente no solo compre una vez y nunca más regrese, sino que cada vez que requiera el producto o el servicio que brinda la compañía, la tenga como su primera elección.

Por lo tanto, se aplicarán estrategias y técnicas para mejorar el servicio de atención al cliente y mejorar el bajo rendimiento que se está presentando

La importancia práctica de este proyecto se aplicará una propuesta de plan de mejora para el servicio de atención al cliente a través del “AMERICAN CALL CENTER” el mismo que contendrá las estrategias y técnicas adecuadas para mejorar el bajo rendimiento en los agentes que brindan la atención telefónica

En vista metodológica debido al bajo rendimiento del personal estas estrategias y técnicas, estas herramientas harán la atención más eficiente y eficaz, será de mucha ayuda a la empresa.

Con este plan de mejora se beneficiará tanto el AMERICAN CALL CENTER junto con su personal y los clientes actuales, reales y potenciales.

El “AMERICAN CALL CENTER” es un centro de atención telefónica y de servicios localizado en Ecuador (Sudamérica) con la capacidad de conectarse con todo el mundo a través de una red propia de telecomunicaciones. Es una entidad se interesa en sus clientes y no solo en la captación de negocios.

Fundada en el año 2000, ACC es una empresa experta a nivel mundial en la gestión de contact centers, creando más valor a través de una mejor experiencia del cliente.

La estructura organizacional de American Call Center está formada por un equipo de Directores, Coordinadores, supervisores, líderes, agentes y tele asesores, quienes se vinculan a través de una relación lineal, que marca la diferencia de nuestra empresa.

ACC es la mejor herramienta de negocios para satisfacer las exigentes necesidades de comunicación «uno a uno» entre empresas y clientes, tanto a escala nacional como internacional, con un nuevo estándar de atención.

Su labor consiste en consolidarse como aliados estratégicos de las empresas y así ayudarles a aumentar sus niveles de venta, conquistar nuevos mercados y fidelizar a sus clientes.

Dentro de este entorno el problema que existe actualmente es la **“Elevada Deficiencia en el Servicio Al Cliente genera insatisfacción en el Usuario “American Call Center” de la Ciudad de Guayaquil durante el año 2014”**

Debido a que la atención prestada es poco profesional lo que provoca la pérdida de hasta el más exigente de los clientes y a la vez que se sientan rechazados por el nivel de servicio de atención que se brinda. A causa de

esto tenemos una elevada pérdida de tiempo en la atención al cliente ya que se reciben quejas y reclamos ya que no son atendidos en el tiempo establecido.

Otro factor que denota insatisfacción dentro del call center es el aumento de la competencia por que no mejoran la calidad de servicio brindado por lo tanto los clientes recurrirán a un call center más fuerte y eficiente a consecuencia de la carencia de mejoras para el servicio de atención por las pocas estrategias para mejorar el servicio al cliente y escasez de técnicas para mejorar el mismo.

Por otra parte la atención no sobrepasa las expectativas del cliente por ello no brindan un servicio de buena calidad por lo tanto los usuarios no recomendaran el servicio puesto que los agentes no ven las expectativas del cliente y no buscan complacer a los clientes, lo que podría ocasionar la pérdida de clientes por la mala atención

1.2 CAUSAS DEL PROBLEMA Y CONSECUENCIAS

La elevada pérdida de tiempo en la atención al cliente debido a la carencia de mejoras para el servicio al cliente denota que los agentes no ven las expectativas del cliente.

Por ello se reciben quejas y reclamos de los clientes por que no son atendidos en el tiempo establecido por las pocas estrategias y escasez de técnicas que tienen para mejorar el servicio de atención, ya que los agentes no buscan complacer a los mismos y por lo tanto estarían perdiéndolos por la mala atención

Si la empresa “AMERICAN CALL CENTER” no toma correctivos a la situación actual, se corre el riesgo de que la empresa cierre sus operaciones

esto afectaría a la calidad de vida de sus servidores, así como también afectaría el entorno donde realizan sus actividades.

Con la finalidad de que esta empresa desarrolle estrategias y técnicas para incrementar usuarios propondrán: Reducir la deficiencia en el servicio de atención al cliente, genera satisfacción en el “AMERICAN CALL CENTER” de la ciudad de Guayaquil durante el año 2014

1.3 SITUACIÓN CONFLICTO QUE DEBO SEÑALAR

El problema de “La Elevada Deficiencia en el Servicio Al Cliente genera insatisfacción en el Usuario “American Call Center” de la Ciudad de Guayaquil durante el año 2014”.

Unas de las razones es la pérdida de tiempo en la atención al cliente por el motivo que se están recibiendo quejas y reclamos los asesores telefónicos deben tener interés en ayudar a las personas que llaman y ser mejores en lo que hacen. Lo que denota que debemos mejorar en ese aspecto mediante técnicas y estrategias para mejorar el servicio.

La Mala actitud de los asesores cuando ellos no creen en su empresa o servicio, o si están completamente saturados, les resulta muy difícil mantener una actitud positiva hacia sus clientes.

Lamentablemente es una razón que ocurre en este ambiente laboral es que los agentes no ven las expectativas del cliente lo que perjudicará la empresa perdiendo a los usuarios.

1.4 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Tema: Plan de mejora para el servicio de atención al cliente

A través del “AMERICAN CALL CENTER”

Campo: administrativo

Área: Servicio de Atención al Cliente

Aspecto: Mejorar el servicio de atención al cliente

Región: Costa

País Ecuador

Cantón: - Guayaquil

Provincia: Guayas

Lugar: Cdla. La Garzota, Mz - 37. Solar 1, Herradura 6ta y Av. Eloy Velásquez

Espacio: Servicio al Cliente

Periodo: 2015-2016

1.5 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo reducir la elevada ineficiencia en el servicio de atención al cliente que genera insatisfacción en el usuario “AMERICAN CALL CENTER” de la ciudad de Guayaquil durante el año 2014?

Lo que nos lleva a formularnos las siguientes preguntas ¿Por qué motivo se reciben quejas y reclamos de los clientes? , ¿Por qué el cliente no está

siendo atendido en el tiempo establecido?, ¿qué nuevas estrategias y técnicas podemos implementar para mejorar el servicio al cliente?, ¿podríamos tener la pérdida de clientes por la mala atención? , ¿Por qué no buscamos complacer a los clientes y llenar sus expectativas?

1.6 DETERMINACION DEL TEMA

“Elevada Deficiencia en el Servicio Al Cliente genera satisfacción en el Usuario “American Call Center” de la Ciudad de Guayaquil durante el año 2014”

Plan de mejoras para el servicio de atención al cliente a través del “AMERICAN CALL CENTER”

1.7 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

Variable dependiente: insatisfacción en el usuario “AMERICAN CALL CENTER”

Variable independiente: la elevada deficiencia en el servicio de atención al cliente

Delimitación Geográfica: Call Center

Delimitación Temporal: 2014-2015

1.8 OBJETIVOS

1.8.1 Objetivos generales:

Reducir la deficiencia en el servicio de atención al cliente, generara satisfacción en el “AMERICAN CALL CENTER” de la ciudad de Guayaquil durante el año 2014

1.8.2 Objetivos Específicos:

- Fundamentar el marco teórico sobre mi variable independiente que es “La elevada deficiencia en el servicio de atención al cliente” y la variable dependiente que la “Insatisfacción en el usuario” mediante una revisión bibliográfica actualizada
- Diagnosticar el desempeño actual de la empresa mediante un análisis interno y externo de la misma
- Proponer el Plan de Mejoras mediante la aplicación de estrategias direccionados a mejorar la satisfacción

1.9 JUSTIFICACION E IMPORTANCIA

El proyecto busca mejorar el servicio de atención del AMERICAN CALL CENTER, y poner en conocimiento a los operadores del mismo el bajo rendimiento que se está presentando. Y así brindar información clara para que de esta forma disminuir la carga laboral en las oficinas para que estas centren todos sus esfuerzos en fortalecer y hacer más eficiente la atención a los clientes que son la razón de ser de la empresa.

El presente trabajo investigativo es de gran importancia teóricamente en la atención al cliente ya que está directamente relacionado con la productividad del antes mencionado call center.

En este sentido, es imprescindible desde el punto de vista metodológico la base de esta investigación es implementar estrategias y técnicas para mejorar el servicio de atención al cliente con el fin cumplir con las expectativas y necesidades del usuario

Se beneficiará con esta propuesta la empresa “AMERICAN CALL CENTER” los clientes actuales, reales y potenciales, porque se tendrá un alto personal capacitado y profesional, responsable y un servicio eficiente y de calidad

Es por esta razón desde el punto de vista práctico se considera esencial el desarrollo del tema “propuesta Reducir la deficiencia en el servicio de atención al cliente, genera satisfacción en el “AMERICAN CALL CENTER” de la ciudad de Guayaquil durante el año 2014”

Este trabajo investigativo es de muy alto interés puesto que conlleva a realizar una investigación minuciosa de cómo generar satisfacción en el servicio de atención

Este trabajo de gran factibilidad realizarlo ya que es un tema de actualidad y de interés social, además causa un impacto nacional lo cual aporta dentro del PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR, y se acopla al OBJ. 8 de mismo que es CONSOLIDAR EL SISTEMA ECONOMICO SOCIAL Y SOLIDARIO, DE FORMA SOSTENIBLE. Por el que el proyecto aporta en re distribución y al ser humano sobre el crecimiento económico y el capital, inclusión económica y social de millones de personas al brindarles empleo.

Además Contar con toda la información requerida, materiales y herramientas para su desarrollo tenemos la posibilidad de consultar sobre el tema con personas que laboran el lugar donde se presenta el problema antes mencionado, y es completamente ejecutable y factible.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2. Fundamentación teórica

El servicio de atención al cliente se ha valido desde siempre de la innovación en comunicación que supuso el teléfono desde hace varios años. El enfoque en la atención al cliente, basa en la lealtad, y se da a mediados de los años 80, con la idea de mejorar el cuidado de los mismos para afianzar su fidelidad a la empresa.

De esta forma se va desarrollando una generación de clientes más exigentes en el ámbito externo, primero, y a nivel interno después; los clientes empiezan a demandar cada vez más, y la empresa, para conservarlos, pide a sus empleados, proveedores e inversionistas su participación. Hay que señalar y agregar que esas tendencias de desarrollo conllevan exigencias de un mejor servicio y una nueva organización interna.

Hoy, el servicio al cliente tiene hoy día una importancia enorme debido al aumento de la competencia entre las empresas y a que los clientes exigen cada vez mejor servicio, por tanto, el ofrecer un producto de calidad ya no es suficiente.

La calidad de atención al cliente es un proceso para la satisfacción total de los requerimientos y necesidades de los mismos. Los clientes constituyen el elemento vital de cualquier organización. Sin embargo, son pocas las empresas que consiguen adaptarse a las necesidades de sus clientes ya sea en cuanto a calidad, eficiencia o servicio personal. Es por ello que los directivos deben iniciar el proceso de mejorar la calidad del servicio que ofrecen a sus clientes, ya que no es cuestión de elección: la imagen de la empresa depende de ello.

Para mantener la imagen de la empresa, es necesario entre otras cosas mejorar continuamente el lugar de trabajo, enfocándolo hacia la calidad y la mejora continua

Y aunque la tendencia nos indique que los usuarios están trasladándose a otros canales en busca de respuestas por parte de las empresas, cierto es que la atención telefónica sigue siendo un escalafón elemental dentro de cualquier estrategia de interacción entre empresa y clientes.

Un Call Center es la solución donde convergen resultados económicos y de calidad que sirve de interfaz directo hacia sus clientes. Por supuesto este interfaz tiene que ser rápido, independiente de la localidad y con gran facilidad a la hora de obtener información.

Los Call center nacieron de la oportunidad de prestar un servicio inmediato al cliente a través del teléfono. Al principio era principalmente informativo y tenía un carácter de servicio accesorio a la oferta principal del producto. Sin embargo, su utilización se expandió considerablemente, debido principalmente a dos factores: la fuerte competencia, que convirtió un servicio de lujo en un canal habitual y necesario contacto con el cliente y la fuerte demanda del cliente particular, que cada vez goza de menos tiempo de ocio y por tanto le da más valor a su tiempo libre.

Los mismos que gestionan de forma eficiente su negocio, maximizando recursos, reduciendo costes, aumentando sus beneficios ("venta cruzada") y, cómo no, un mayor contacto con sus clientes. Gracias a esta redefinición de los procesos de negocios se puede aumentar la productividad además de conseguir un entorno empresarial mucho más estructurado (gestión centralizada integrada en el negocio).

A través de un Call Center también se puede dar servicio no solo a clientes sino a colaboradores internos y proveedores de su compañía, ellos también son clientes.

La Misión principal de un call center, es lograr que los clientes sean más productivos en sus negocios a través del servicio que ofrecemos. Lograr que los clientes de los call center se enfoquen más a su negocio, que sean más ágiles en su operación, y que sean más eficientes en cuanto a sus resultados.

La operación en un call center es completamente automatizada para garantizar agilidad, calidad, precisión y bajos costos en la atención de sus clientes.

Pero, la evolución continúa, y el mercado tan competitivo en el que se mueven ha enseñado a los usuarios a reclamar servicios de valor añadido y a exigir la forma en la que quieren relacionarse con la empresa. Esto ha obligado a los call centers tradicionales a convertirse en contact centers, donde se integran diversos canales de interacción con la empresa como teléfono, e-mail, sms, con la misma sencillez y eficacia que proporciona una solución de centro de atención telefónica y ofreciendo a los clientes un único punto de contacto para resolver sus necesidades.

2.1 Antecedentes referenciales

DEFICIENCIA

Este diccionario define que es “Defecto” **(R.A.E.22ª.ed.2012)**

Este diccionario define que es “Defecto, imperfección, carencia” **(Diccionario de la Lengua Española 2005)**

Este diccionario define que es
"Defecto o imperfección, escasez o falta de algo". (**Diccionario
Enciclopédico ed. 2009 Larousse Editorial, S.L)**)

Para el:

El termino deficiencia hace referencia a cualquier elemento, cosa o situación que no sea perfecta o que posea algún tipo de imperfección .la deficiencia o la cualidad de ser deficiente significa que un elemento, una persona o una situación determinada no son completamente eficientes, por lo cual son erróneas o malogradas (**Diccionario Definición ABC 2007-2015**).

Este diccionario define que es "Deficiencia, defecto, o imperfección de una cosa" (**Diccionario enciclopédico gallego-castellano, Volumen 3**)

SERVICIO

Stanton, Etzel y Walker (2004) Para ellos, definen los servicios "como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades" **Págs. #.333 a 334**

Richard L. Sandhusen (2002), para él "los servicio son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo". **Pág. #. 385**

Lamb, Hair y McDaniel (2002), para ellos "un **servicio** es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente". **Pág. #.344**

Kotler, Bloom y Hayes (2004) para ellos Definen un **servicio** de la siguiente manera: "Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico. **Págs. #.9 y 10**

Este diccionario define que es "Acción y efecto de servir".
(R.A.E.22ª.ed.2012)

ATENCION

Pinillos (1975) para él es "Proceso de focalización perceptiva que incrementa la conciencia clara y diferente de un núcleo central de estímulos, alrededor de los cuales quedan otros que son percibidos de forma más difusa" **Pág. #. 2**

Este diccionario define que es la:

"Aplicación intensa de los sentidos a un asunto" **(Diccionario Manual de la Lengua Española Ed. 2007 Larousse Editorial, S.L.)**

Este diccionario define que es "Cortesía, urbanidad, demostración de respeto u obsequio" **(R.A.E.22ª.ed.2012)**

Este diccionario define que es "Se usa para pedir especial cuidado a lo que se va a decir o hacer" **(Diccionario de la lengua española, 2005)**

Este diccionario define que es "Aplicación voluntaria de la actividad mental o de los sentidos a un determinado estímulo u objeto mental o sensible" **(Oxford Dictionaries, 2015)**

CLIENTE

Para el:

Cliente" es un "Término que define a la persona u organización que realiza una compra. Puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro, como el caso de los artículos infantiles. Resulta la parte de la población más importante de la compañía **Diccionario de Marketing (1999) Pág. #.54**

Barquero Mario y Huertas Fernando (2007)

Para él "la palabra cliente proviene del griego antiguo y hace referencia a la "persona que depende de". Es decir, mis clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que mi empresa puede satisfacer" **Pág. #.1**

Este diccionario define que es: "la persona que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa". **(R.A.E.22ª.ed.2012)**

Este diccionario define que es la: "Persona que habitualmente compra en un establecimiento o requiere sus servicios". **(Diccionario de la Lengua Española 2007)**

Este diccionario define que es la:

"Persona que está bajo la protección o tutela de otra, respecto del que ejerce alguna profesión, persona que utiliza sus servicios, respecto de un comerciante, la persona que compra en su establecimiento. **(Diccionario Enciclopédico Ed. 2009 Larousse Editorial, S.L.)**

SATISFACCION

Este diccionario define que es

“Sentimiento de bienestar o placer que se tiene cuando se ha colmado un deseo o cubierto una necesidad” (**Diccionario Manual de la Lengua Española ed. 2007 1.a)**)

Este diccionario define que es: “Razón, acción o modo con que se sosiega y responde enteramente a una queja, sentimiento o razón contraria”. (**R.A.E.22ª.ed.2012)**)

Este diccionario define que es: “Acción y efecto de satisfacer”. (**Diccionario Enciclopédico ed. 2009)**)

Este diccionario define que es:

Acción de colmar un deseo o satisfacer una necesidad. (**Diccionario Manual de la Lengua Española, 2.b)**)

Este diccionario define que es:

“Sentimiento de bienestar que se siente al cubrir una necesidad o deseo” (**K Dictionaries Ltd. (2013)**)

INSATISFACCION

Este diccionario define que es: “Falta de satisfacción” (**R.A.E.22ª.ed.2012)**)

Este diccionario define que es

“Sentimiento de malestar o disgusto que se tiene cuando no se colma un deseo o no se cubre una necesidad” (**Diccionario Manual de la Lengua Española ed. 2007 1.a)**)

Este diccionario define que es la “Falta de satisfacción o Disgusto”.
(Diccionario Enciclopédico ed. 2009)

Este diccionario define que es la: “Cosa que provoca malestar o disgusto”
Diccionario Manual de la Lengua Española ed. 2007 2.b)

Este diccionario define que es la
“Cualidad de quien no siente o no tiene satisfacción” **(K Dictionaries Ltd. 2013)**

REDUCIR

Este diccionario define:

“Disminuir la cantidad, el tamaño, la intensidad o la importancia de una cosa”

(Diccionario Manual de la Lengua Española ed. 2007 1.a)

Este diccionario define: Volver [una cosa] al lugar o al estado que tenía.
Diccionario Enciclopédico ed. 2009 1.a)

Este diccionario define:

“Expresar el valor de una cantidad con otra unidad del mismo o de diferente sistema, sin que se altere su valor” **(Diccionario Manual de la Lengua Española ed. 2007 2.b)**

Este diccionario define: “Disminuir, estrechar o ceñir” **(Diccionario Manual de la Lengua Española ed. 2007 2.b)**

Este diccionario define: Resumir o hacer una cosa más corta o más simple
Diccionario Manual de la Lengua Española ed. 2007 1.c)

MEJORAR

Este diccionario define: “Adelantar, acrecentar algo, haciéndolo pasar a un estado mejor” **(R.A.E.22ª.ed.2012)**

Este diccionario define: “Poner una cosa o situación mejor de lo que estaba”

(Diccionario Manual de la Lengua Española ed. 2007 Larousse Editorial, S.L. 1.a)

Este diccionario define: Hacer pasar [una cosa] de un estado a otro mejor.
(Diccionario Enciclopédico Ed. 2009 Larousse Editorial, S.L.)

Este diccionario define: “Perfeccionar algo, haciéndolo pasar de un estado bueno a otro mejor” **(Diccionario de la lengua española 2005)**

Este diccionario define que es: “Hacer que una cosa sea mejor que otra con la que se compara” **(Oxford Dictionaries 2015)**

BRINDAR

Este diccionario define que es: “Ofrecer voluntariamente a alguien algo, convidarle con ello” **(R.A.E.22ª.ed.2012)**

Este diccionario define que es: “Ofrecer voluntariamente alguna cosa a alguien” **(Diccionario de la lengua española 2005)**

Este diccionario define que es:

Ofrecerse a hacer algo libremente y de buena voluntad **Diccionario Manual de la Lengua Española ed.2007 1.a)**

Este diccionario define que es: Ofrecer bienestar o provecho **(K Dictionaries Ltd. 2013)**

Este diccionario define que es: Ofrecer o mostrar una cosa a alguien **(Diccionario Manual de la Lengua Española ed. 2007 2.b)**

GENERA

Este diccionario define: “Producir o crear alguna cosa” **(Diccionario Manual de la Lengua Española ed. 2007)**

Este diccionario define: “Ocasionar, causar” **(Diccionario Enciclopédico ed. 2009)**

Este diccionario define: “Producir cierto efecto o dar lugar a cierta consecuencia” **(Oxford Dictionaries 2015)**

Este diccionario define: “Producir, causar algo” **(R.A.E.22ª.ed.2012)**

Este diccionario define: “Producir un efecto o consecuencia” **(K Dictionaries Ltd. 2013)**

SOBREPASAR

Este diccionario define:

“Llegar a ser mejor que otra persona en alguna actividad”

(Diccionario Manual de la Lengua Española ed. 2007)

Este diccionario define: “exceder, aventajar” **(Diccionario Enciclopédico ed. 2009)**

Este diccionario define: “Rebasar un límite, exceder de él” **(Diccionario de la lengua española 2005)**

Este diccionario define: “Superar o aventajar en una actividad, cualidad o característica” **(Oxford Dictionaries 2015)**

Este diccionario define: “Vencer obstáculos o dificultades”.
(R.A.E.22ª.ed.2012)

EXPECTATIVA

Este diccionario define: “Situación de la persona que espera conseguir algo”
(Diccionario Manual de la Lengua Española ed. 2007 1.a)

Este diccionario define: “Posibilidad de conseguir algo beneficioso”
(Diccionario Manual de la Lengua Española ed. 2007 2.b)

Este diccionario define: “Esperanza de conseguir una cosa, si se de para la oportunidad que se desea”. **(Diccionario Enciclopédico ed. 2009 1.a)**

Este diccionario define:
“Función que representa el promedio de vida que le queda a una persona a p artir de una edad determinada, según las estadísticas” **(Diccionario Enciclopédico ed. 2009 2.b)**

Este diccionario define: “Posibilidad razonable de que algo suceda”.
(R.A.E.22ª.ed. 2012)

2.2 Marco Conceptual

Se ha elegido a los siguientes autores por el cual voy a asumir sus excelentes criterios lo cual aporta un aspecto importante sobre los temas a tratar.

DEFICIENCIA

(R.A.E.22ª.ed.2012), (Diccionario de la Lengua Española 2005), (Diccionario Enciclopédico ed. 2009 Larousse Editorial, S.L), (Diccionario definición ABC 2007-2015), Diccionario enciclopédico gallego-castellano, Volumen 3)

Yo considero la palabra deficiencia como la escasez, defecto, falla, o imperfección que tiene una cosa, especialmente por la carencia de algo.

SERVICIO

Stanton, Etzel y Walker (2004) Richard L. Sandhusen (2002), Lamb, Hair y McDaniel (2002), Kotler, Bloom y Hayes (2004), (R.A.E.22ª.ed.2012)

Yo considero que los **servicios** son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en la renta o a la venta y son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades

ATENCIÓN

Pinillos (1975), (Diccionario Manual de la Lengua Española Ed. 2007 Larousse Editorial, S.L.), (R.A.E.22ª.ed.2012), (Diccionario de la lengua española, 2005), (Oxford Dictionaries, 2015)

Yo considero que atención es el gesto de cortesía, respeto, Aplicar los sentidos al asunto junto con un proceso de focalización perceptiva que incrementa la conciencia clara y diferente del núcleo de estímulos

CLIENTE

Diccionario de Marketing (1999) Pág. #.54, Barquero Mario y Huertas Fernando (2007), (R.A.E.22ª.ed.2012), (Diccionario de la Lengua Española 2007), (Diccionario Enciclopédico Ed. 2009 Larousse Editorial, S.L.)

Yo considero a cliente como la persona u organización que realiza una compra, y que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa

SATISFACCIÓN

(Diccionario Manual de la Lengua Española ed. 2007 1.a), (R.A.E.22ª.ed.2012), Diccionario Enciclopédico ed. 2009), Diccionario Manual de la Lengua Española, 2.b), K Dictionaries Ltd. (2013)

Yo considero que satisfacción Es el sentimiento de bienestar o placer que se tiene cuando se ha colmado un deseo o se satisface una necesidad.

INSATISFACCIÓN

(R.A.E.22ª.ed.2012), Diccionario Manual de la Lengua Española ed. 2007 1.a), (Diccionario Enciclopédico ed. 2009), Diccionario Manual de la Lengua Española ed. 2007 2.b), (K Dictionaries Ltd. 2013)

Yo considero que es principalmente la falta de satisfacción o disgusto, un sentimiento de malestar que se tiene cuando no se colma un deseo o no se cubierto por completo una necesidad

REDUCIR

Diccionario Manual de la Lengua Española ed. 2007 1.a), Diccionario Enciclopédico ed. 2009 1.a), Diccionario Manual de la Lengua Española ed. 2007 2.b), Diccionario Manual de la Lengua Española ed. 2007 2.b), Diccionario Manual de la Lengua Española ed. 2007 1.c)

Yo considero que reducir es hacer una cosa más simple o disminuir la cantidad de algo

MEJORAR

(R.A.E.22ª.ed.2012), (Diccionario Manual de la Lengua Española ed. 2007) Larousse Editorial, S.L. 1.a), (Diccionario Enciclopédico Ed. 2009 Larousse Editorial, S.L.) (Diccionario de la lengua española 2005), (Oxford Dictionaries 2015)

Yo considero que mejorar principalmente es adelantar, superar o poner cosa o una situación mejor en comparación como estaba

BRINDAR

(R.A.E.22ª.ed.2012), (Diccionario de la lengua española 2005), Diccionario Manual de la Lengua Española ed.2007 1.a), (K Dictionaries Ltd. 2013), (Diccionario Manual de la Lengua Española ed. 2007 2.b)

Yo considero que mejorar es ofrecer algo libremente a alguien de buena voluntad

GENERA

(Diccionario Manual de la Lengua Española ed. 2007), (Diccionario Enciclopédico ed. 2009), (Oxford Dictionaries 2015), (R.A.E.22ª.ed.2012), (K Dictionaries Ltd. 2013)

Yo considero para mí que la palabra genera es producir algo que tendrá una causa y un efecto o consecuencia

SOBREPASAR

(Diccionario Manual de la Lengua Española ed. 2007), (Diccionario Enciclopédico ed. 2009), (Diccionario de la lengua española 2005), (Oxford Dictionaries 2015), (R.A.E.22ª.ed.2012)

En mi criterio personal la palabra sobrepasar es superar, exceder, vencer algún obstáculo, dificultad

EXPECTATIVA

(Diccionario Manual de la Lengua Española ed. 2007 1.a), (Diccionario Manual de la Lengua Española ed. 2007 2.b), (Diccionario Enciclopédico ed. 2009 1.a), (Diccionario Enciclopédico ed. 2009 2.b), (R.A.E.22ª.ed. 2012

En mi criterio la palabra expectativa para mi significa algo que se espera con deseo, con esperanza de que se presente.

2.3 Marco Espacial

El proyecto Elevada Deficiencia en el Servicio Al Cliente genera insatisfacción en el Usuario se va a realizar en el Área de atención al cliente de la empresa ubicada en la Cdla. La Garzota, Mz - 37. Solar 1, Herradura 6ta y Av. Eloy Velásquez

2.4 Marco Temporal

Los datos que serán considerados para la realización del trabajo de investigación propuesto serán enmarcados dentro del periodo 2015-2016

2.5 Fundamentación legal

Las relaciones obreros patronales en la República del Ecuador, están reguladas o normadas por diferentes instituciones del Estado, las cuales para cumplir con sus funciones tienen competencias y leyes tales como:

CÓDIGO DEL TRABAJO (Codificación No. 2005017)

Nota:

- *En Aplicación a la reforma establecida en la Disposición Reformativa Primera del Código Orgánico Integral Penal (R.O. 180S, 10II2014), La denominación del "Código Penal" y del "Código de Procedimiento Penal" fue sustituida por "Código Orgánico Integral Penal.*

- El Honorable Congreso Nacional y La comisión de Legislación y Codificación Resuelve expedir la siguiente codificación del código del trabajo.

Artículo 2.- Obligatoriedad del trabajo.-

El precepto de este artículo habla de que el trabajo es un derecho y un deber social. El trabajo es obligatorio, y debe ejercerlo conforme lo establece la ley.

Artículo 3.- Libertad de trabajo y contratación.

Este artículo expone que ninguna persona podrá ser obligada a realizar trabajos gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la ley, salvo los casos de urgencia extraordinaria o de necesidad de inmediato auxilio.

Excepto mediante un contrato y la remuneración correspondiente. En general, todo trabajo debe ser remunerado.

Artículo 4.- Irrenunciabilidad de derechos.-

Este artículo nos dice que Los derechos del trabajador son irrenunciables. Caso contrario se anulara cualquier tipo de estipulación.

Artículo 5.- Protección judicial y administrativa.

En Este artículo se expone que los funcionarios judiciales y administrativos tienen la obligación de prestar a los trabajadores oportuna y debida protección para la garantía y eficacia de sus derechos.

Artículo 7.- Aplicación favorable al trabajador.

Los preceptos de este artículo indican que en caso de duda sobre el alcance sobre las disposiciones legales, reglamentarias o contractuales en materia laboral, los funcionarios judiciales y administrativos beneficiaran a los trabajadores

Artículo 8.- Contrato individual.-

En este artículo se expone que Contrato individual de trabajo es el cual una persona se compromete para con otra u otras a prestar sus servicios lícitos y personales, bajo su dependencia, por una remuneración fijada por el convenio, la ley, el contrato colectivo o la costumbre.

Artículo 9.- Concepto de trabajador.-

En este artículo expone que la persona que hace prestación de sus servicio o ejecución de una obra se denomina trabajador y puede ser empleado u obrero.

Artículo 13.- Formas de remuneración.

Este artículo se expone que En los contratos a sueldo y a jornal la remuneración se pacta tomando como base, cierta unidad de tiempo.

Y que Contrato en participación es aquel en el que el trabajador tiene parte en las utilidades de los negocios del empleador, como remuneración de su trabajo.

Artículo 15.- Período de prueba

Este artículo expone que en todo contrato de plazo indefinido, o celebrado por primera vez, podrá señalarse como un tiempo de prueba, de duración máxima de noventa días.

Excepto en los contratos de servicio doméstico o trabajo remunerado del hogar, el período de prueba será de hasta quince días.

En el período de prueba, cualquiera de las partes lo puede dar por terminado libremente.

Indica también de que el empleador no podrá mantener concurrentemente trabajadores con período a prueba por un número que exceda al quince por ciento del total de sus trabajadores. Sin embargo, los empleadores que inicien sus operaciones en el país, o los existentes que amplíen o diversifiquen su industria, actividad o negocio, no se sujetarán al porcentaje del quince por ciento durante los seis meses posteriores al inicio de operaciones, ampliación o diversificación de la actividad, industria o negocio. Caso contrario se dará lugar a las sanciones previstas en este Código, sin perjuicio de que el excedente de trabajadores del porcentaje antes indicado, pasen a ser trabajadores permanentes, en orden de antigüedad en el ingreso a labores.

Artículo 18.- Contrato escrito.-

En Este artículo se expone que El contrato escrito se puede celebrar por instrumento público o por instrumento privado. Y que constará en un libro especial y se conferirá copia, en cualquier tiempo, a la persona así lo solicite.

Artículo 35.- Quienes pueden contratar.-

Este Artículo expone son competentes para celebrar contratos de trabajo todos los que la Ley reconoce con capacidad civil para obligarse. Sin embargo, los adolescentes que han cumplido quince años de edad tienen

capacidad legal para respaldar contratos de trabajo, sin necesidad de autorización alguna y recibirán directamente su remuneración.

Artículo 40.- Derechos exclusivos del trabajador.-

Este artículo señala que el empleador no podrá hacer reales las obligaciones contraídas por el trabajador en los contratos que, debieron haber sido celebrados por escrito, no fueron sido; pero el trabajador sí podrá hacer valer los derechos emanados de tales contratos.

Artículo 42.- Obligaciones del empleador.-

Este artículo manifiesta cuales son las Son obligaciones del empleador que son: (a continuación las más importantes)

1. Pagar las cantidades que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones de este Código;
3. Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieren en el trabajo y por las enfermedades profesionales, con la salvedad prevista en el Art. 38 de este Código;
4. Establecer comedores para los trabajadores cuando éstos laboren en número de cincuenta o más en la fábrica o empresa, y los locales de trabajo estuvieren situados a más de dos kilómetros de la población más cercana;
7. Llevar un registro de trabajadores en el que conste el nombre, edad, procedencia, estado civil, clase de trabajo, remuneraciones, fecha de ingreso y de salida, dirección domiciliaria, correo electrónico y cualquier otra información adicional que facilite su ubicación. Este registro se lo actualizará con los cambios que se produzcan.
8. Proporcionar oportunamente a los trabajadores los útiles, instrumentos y materiales necesarios para la ejecución del trabajo, en condiciones adecuadas para que éste sea realizado;

9. Conceder a los trabajadores el tiempo necesario para el ejercicio del sufragio en las elecciones populares establecidas por la ley, siempre que dicho tiempo no exceda de cuatro horas, así como el necesario para ser atendidos por los facultativos de la Dirección del Seguro General de Salud Individual y Familiar del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, o para satisfacer requerimientos o notificaciones judiciales. Tales permisos se concederán sin reducción de las remuneraciones;
10. Respetar las asociaciones de trabajadores;
12. Sujetarse al reglamento interno legalmente aprobado;
13. Tratar a los trabajadores con la debida consideración, no infiriéndoles maltratos de palabra o de obra;
14. Conferir gratuitamente al trabajador, cuantas veces lo solicite, certificados relativos a su trabajo.
15. Atender las reclamaciones de los trabajadores;
16. Proporcionar lugar seguro para guardar los instrumentos y útiles de trabajo pertenecientes al trabajador, sin que le sea lícito retener esos útiles e instrumentos a título de indemnización, garantía o cualquier otro motivo;
17. Facilitar la inspección y vigilancia que las autoridades practiquen en los locales de trabajo, para cerciorarse del cumplimiento de las disposiciones de este Código y darles los informes que para ese efecto sean indispensables. Los empleadores podrán exigir que presenten credenciales;
18. Pagar al trabajador la remuneración correspondiente al tiempo perdido cuando se vea imposibilitado de trabajar por culpa del empleador;
19. Pagar al trabajador, cuando no tenga derecho a la prestación por parte del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, el cincuenta por ciento de su remuneración en caso de enfermedad no profesional, hasta por dos meses en cada año, previo certificado médico que acredite la imposibilidad para el trabajo o la necesidad de descanso;

20. Proporcionar a las asociaciones de trabajadores, si lo solicitaren, un local para que instalen sus oficinas en los centros de trabajo situados fuera de las poblaciones. Si no existiere uno adecuado, la asociación podrá emplear para este fin cualquiera de los locales asignados para alojamiento de los trabajadores;
22. Pagar al trabajador los gastos de ida y vuelta, alojamiento y alimentación cuando, por razones del servicio, tenga que trasladarse a un lugar distinto del de su residencia;
23. Entregar a la asociación a la cual pertenezca el trabajador multado, el cincuenta por ciento de las multas, que le imponga por incumplimiento del contrato de trabajo;
24. La empresa que cuente con cien o más trabajadores está obligada a contratar los servicios de un trabajador social titulado. Las que tuvieren trescientos o más, contratarán otro trabajador social por cada trescientos de excedente.
25. Pagar al trabajador reemplazante o una remuneración no inferior a la básica que corresponda al reemplazado;
26. Acordar con los trabajadores o con los representantes de la asociación mayoritaria de ellos, el procedimiento de quejas y la constitución del comité obrero patronal;
29. Suministrar cada año, en forma completamente gratuita, por lo menos un vestido adecuado para el trabajo a quienes presten sus servicios;
30. Conceder tres días de licencia con remuneración completa al trabajador, en caso de fallecimiento de su cónyuge o de su conviviente en unión de hecho o de sus parientes dentro del segundo grado de consanguinidad o afinidad;
31. Inscribir a los trabajadores en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, desde el primer día de labores, dando aviso de entrada dentro de los primeros quince días, y dar avisos de salida, de las modificaciones de

sueldos y salarios, de los accidentes de trabajo y de las enfermedades profesionales, y cumplir con las demás obligaciones previstas en las leyes sobre seguridad social;

32. Las empresas empleadoras registradas en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social están obligadas a exhibir, en lugar visible y al alcance de todos sus trabajadores, las planillas mensuales de remisión de aportes individuales y patronales y de descuentos, y las correspondientes al pago de fondo de reserva, debidamente selladas por el respectivo Departamento del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. Los inspectores del trabajo y los inspectores del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social tienen la obligación de controlar el cumplimiento de esta obligación; se concede, además, acción popular para denunciar el incumplimiento.

Artículo 45.- Obligaciones del trabajador.-

En este artículo se establecen claramente cuáles son las obligaciones del trabajador:

- a) Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos;
- b) Restituir al empleador los materiales no usados y conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo, no siendo responsable por el deterioro que origine el uso normal de esos objetos, ni del ocasionado por caso fortuito o fuerza mayor, ni del proveniente de mala calidad o defectuosa construcción;
- c) Trabajar, en casos de peligro o siniestro inminentes, por un tiempo mayor que el señalado para la jornada máxima y aún en los días de descanso, cuando peligren los intereses de sus compañeros o del empleador. En estos casos tendrá derecho al aumento de remuneración de acuerdo con la ley;
- d) Observar buena conducta durante el trabajo;
- e) Cumplir las disposiciones del reglamento interno expedido en forma legal;
- f) Dar aviso al empleador cuando por causa justa faltare al trabajo;

- g) Comunicar al empleador o a su representante los peligros de daños materiales que amenacen la vida o los intereses de empleadores o trabajadores;
- h) Guardar escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales o de fabricación de los productos a cuya elaboración concorra, directa o indirectamente, o de los que él tenga conocimiento por razón del trabajo que ejecuta;
- i) Sujetarse a las medidas preventivas e higiénicas que impongan las autoridades; y,
- j) Las demás establecidas en este Código.

Artículo 46.- Prohibiciones al trabajador.-

En este artículo se estipula lo que le es prohibido al trabajador:

- a) Poner en peligro su propia seguridad, la de sus compañeros de trabajo o la de otras personas, así como de la de los establecimientos, talleres y lugares de trabajo;
- b) Tomar de la fábrica, taller, empresa o establecimiento, sin permiso del empleador, útiles de trabajo, materia prima o artículos elaborados;
- c) Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la acción de estupefacientes;
- d) Portar armas durante las horas de trabajo, a no ser con permiso de la autoridad respectiva;
- e) Hacer colectas en el lugar de trabajo durante las horas de labor, salvo permiso del empleador;
- f) Usar los útiles y herramientas suministrados por el empleador en objetos distintos del trabajo a que están destinados;
- g) Hacer competencia al empleador en la elaboración o fabricación de los artículos de la empresa;
- h) Suspender el trabajo, salvo el caso de huelga; e,
- i) Abandonar el trabajo sin causa legal.

Artículo 47.- De la jornada máxima.

Este artículo señala que la jornada máxima de trabajo es de ocho horas diarias, de manera que no rebase cuarenta horas semanales, salvo disponga la ley en contrario, y se podrá extender por una hora más, con la remuneración y los recargos correspondientes.

Artículo 55.- Remuneración por horas suplementarias y extraordinarias.

Los preceptos de este código señalan que:

1. Las horas suplementarias no podrán exceder de cuatro en un día, ni de doce en la semana;
2. Si tuvieren lugar durante el día o hasta las 24H00, el empleador pagará la remuneración correspondiente a cada una de las horas suplementarias con más un cincuenta por ciento de recargo. Si dichas horas estuvieren comprendidas entre las 24H00 y las 06H00, el trabajador tendrá derecho a un ciento por ciento de recargo. Para calcularlo se tomará como base la remuneración que corresponda a la hora de trabajo diurno;
3. En el trabajo a destajo se tomarán en cuenta para el recargo de la remuneración las unidades de obra ejecutadas durante las horas excedentes de las ocho obligatorias; en tal caso, se aumentará la remuneración correspondiente a cada unidad en un cincuenta por ciento o en un ciento por ciento, respectivamente, de acuerdo con la regla anterior. Para calcular este recargo, se tomará como base el valor de la unidad de la obra realizada durante el trabajo diurno; y,
4. El trabajo que se ejecutare el sábado o el domingo deberá ser pagado con el ciento por ciento de recargo.

Artículo 57.- División de la jornada.

Este artículo señala que La jornada frecuente de trabajo puede ser repartida en dos partes, con reposo de hasta de dos horas después de las cuatro

primeras horas de labor, pudiendo ser única, si a juicio del Director Regional del Trabajo, así lo impusieren las circunstancias. En caso de trabajo suplementario, las partes de cada jornada no excederán de cinco horas.

Artículo 59.- Indemnización al empleador.

Este código establece que si el trabajador, sin justa causa, deja de laborar las ocho horas de la jornada ordinaria, perderá la parte proporcional de la remuneración. En caso de labores urgentes estancadas por culpa del trabajador, el jefe tendrá derecho a que indemnice el perjuicio ocasionado. Corresponde al empleador probar la culpa del trabajador.

Artículo 64.- Reglamento interno.-

En este artículo se señala que Las fábricas y todos los establecimientos de trabajo colectivo elevarán a la Dirección Regional del Trabajo en sus respectivas jurisdicciones, copia legalizada del horario y del reglamento interno para su aprobación.

Sin tal aprobación, los reglamentos no surtirán efecto en todo lo que perjudiquen a los trabajadores, especialmente en lo que se refiere a sanciones.

Artículo 65.- Días de descanso obligatorio.

Este código indica que los sábados y domingos, son días de descanso obligatorio los siguientes: 1 de enero, viernes santo, 1 y 24 de mayo, 10 de agosto, 9 de octubre, 2 y 3 de noviembre y 25 de diciembre.

Artículo 69.- Vacaciones anuales.- este artículo indica que todo trabajador tendrá derecho a gozar anualmente de un período constante de quince días de descanso, incluidos los días no laborables. Los trabajadores que hayan prestado servicios por más de cinco años en la misma empresa o al mismo

empleador, tienen derecho a gozar de un día más de vacaciones por cada uno

de los años excedentes o recibirán en dinero la remuneración correspondiente a los días excedentes.

El trabajador recibirá por adelantado la remuneración correspondiente al período de vacaciones.

Los trabajadores menores de dieciséis años tendrán derecho a veinte días de vacaciones y los mayores de dieciséis y menores de dieciocho, lo tendrán a dieciocho días de vacaciones anuales.

Los días de vacaciones adicionales por antigüedad no excederán de quince, salvo que las partes, mediante contrato individual o colectivo, convinieren en ampliar tal beneficio.

Artículo 73.- Fijación del período vacacional.

Este artículo señala que en el contrato constara el período en que el trabajador comienza a gozar de vacaciones. Y si no hay contrato escrito, el empleador hará conocer al trabajador, con tres meses de anticipación, el período en que le concederá la vacación.

Artículo 75.- Acumulación de vacaciones.

Este código señala que el trabajador no puede hacer uso de las vacaciones hasta tres años consecutivos, a fin de acumularlas en el cuarto año.

Artículo 76.- Compensación por vacaciones.

Según este artículo si el trabajador no ha gozado de vacaciones tiene derecho a las remuneraciones correspondientes al tiempo de las no gozadas, sin recargo. La liquidación se efectúa de forma dispuesta en el art. 71 de este Código.

Artículo 79.- Igualdad de remuneración.

Este artículo delega que al trabajo igual corresponde igual remuneración, sin discriminación en razón de nacimiento, edad, sexo, etnia, color, origen social, idioma, religión, filiación, política, posición económica, orientación sexual, estado de salud, discapacidad, o diferencia de cualquier otra índole; más, la especialización y práctica en la ejecución del trabajo se tendrán en cuenta para los efectos de la remuneración.

Artículo 80.- Salario y sueldo.-

Este artículo señala que el salario es el honorario que paga el empleador al obrero en virtud del contrato de trabajo; y sueldo, la remuneración que por igual concepto corresponde al empleado.

Y que por lo tanto el salario se paga por jornadas de labor y en tal caso se llama jornal; por unidades de obra o por tareas. El sueldo, por meses, sin suprimir los días no laborables.

Artículo 97.- Participación de trabajadores en utilidades de la empresa.

Este artículo estipula que el empleador o empresa reconocerá en beneficio de sus trabajadores el quince por ciento (15%) de las utilidades líquidas. Este porcentaje se distribuirá así:

El diez por ciento (10%) se dividirá para los trabajadores de la empresa, sin consideración a las remuneraciones recibidas por cada uno de ellos durante el año correspondiente al reparto y será entregado directamente al trabajador.

El cinco por ciento (5%) restante será entregado directamente a los trabajadores de la empresa, en proporción a sus cargas familiares, entendiéndose por éstas al cónyuge o conviviente en unión de hecho, los hijos menores de dieciocho años y los hijos minusválidos de cualquier edad.

El reparto se hará por intermedio de la asociación mayoritaria de trabajadores de la empresa y en proporción al número de estas cargas

familiares, debidamente acreditadas por el trabajador ante el empleador. De no existir ninguna asociación, la entrega será directa

Artículo 99.- Deducción previa del quince por ciento.

Este artículo nos indica que los porcentajes o valores que las empresas destinen por disposición legal, estatutaria, o por voluntad de los socios a la formación o incremento de reservas legales, estatutarias o facultativas, a participación especial sobre las utilidades líquidas, en favor de directores, gerentes o administradores de la empresa, y a otras participaciones similares que deben hacerse sobre las utilidades líquidas anuales, se aplicarán luego de deducido el quince por ciento correspondiente a participación de utilidades.

Artículo 101.- Exoneración del pago de utilidades. Este código delega que quedan exonerados del pago de la participación en las utilidades los artesanos respecto de sus operarios y aprendices.

Artículo 113.- Derecho a la decimocuarta remuneración.

En este artículo se indica que los trabajadores percibirán, además, sin inconveniente de todas las remuneraciones a las que actualmente tienen derecho, una bonificación mensual equivalente a la doceava parte de la remuneración básica mínima unificada para los trabajadores en general.

A pedido escrito de la trabajadora o el trabajador, este valor podrá recibirse de forma acumulada, hasta el 15 de marzo en las regiones de la Costa e Insular, y hasta el 15 de agosto en las regiones de la Sierra y Amazónica. Para el pago de esta bonificación se observará el régimen escolar adoptado en cada una de las circunscripciones territoriales.

Si un trabajador, por cualquier causa, saliere o fuese separado de su trabajo antes de las fechas en cuestión, recibirá la parte correspondiente de la décima cuarta remuneración al momento del retiro o separación.

Artículo 133.- Salario mínimo vital general.

Se expone en este artículo que se debe mantener únicamente para fines referenciales, el salario mínimo vital general de cuatro dólares de los Estados Unidos de América (US \$ 4.00), el que se aplica para el cálculo y determinación de sueldos y salarios indexados de los trabajadores públicos y privados mediante leyes especiales y convenios individuales colectivos; sanciones o multas; impuestos y tasas; cálculo de la jubilación patronal.

Artículo 153.- Protección a la mujer embarazada.

Este artículo señala que no se puede dar por terminado el contrato de trabajo a causa del embarazo de la mujer trabajadora y el empleador no podrá reemplazarla definitivamente dentro del período de doce semanas que fija el artículo anterior. Por lo tanto dicha mujer tiene derecho a percibir la remuneración completa, salvo el caso de lo dispuesto en la Ley de Seguridad Social, siempre que cubra en forma igual o superior los amparos previstos en este Código.

Artículo 184.- Desahucio. -

En este código se expone se refiere al desahucio que es el aviso por escrito que el trabajador le hace saber a la parte empleadora que da por terminado su contrato de trabajo, incluso por medios electrónicos. Dicha notificación se realiza con al menos quince días del cese definitivo de las labores, dicho plazo puede reducirse por la aceptación expresa del empleador al momento del aviso.

Artículo 196.- Derecho al fondo de reserva.-

Este artículo señala que todo trabajador que preste servicios por más de un año tiene derecho a que el empleador le abone una suma equivalente a un

mes de sueldo o salario por cada año completo posterior al primero de sus servicios. Estas sumas constituirán su fondo de reserva o trabajo capitalizado.

El trabajador no perderá este derecho por ningún motivo.

Artículo 216.- Jubilación a cargo de empleadores.

Este código nos indica que los trabajadores que por veinticinco años o más hayan prestado sus servicios, continuada o interrumpidamente, tendrán derecho a ser jubilados por sus empleadores de acuerdo con las siguientes reglas:

1. La pensión se determinará siguiendo las normas fijadas por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social para la jubilación de sus afiliados, respecto de los coeficientes, tiempo de servicios y edad, normas contempladas en los estatutos vigentes al 17 de noviembre de 1938.
2. En ningún caso la pensión mensual de jubilación patronal será mayor que la remuneración básica unificada media del último año ni inferior a treinta dólares de los Estados Unidos de América (US \$ 30) mensuales, si solamente tiene derecho a la jubilación del empleador, y de veinte dólares de los Estados Unidos de América (US \$ 20) mensuales, si es beneficiario de doble jubilación.
3. El trabajador jubilado podrá pedir que el empleador le garantice eficazmente el pago de la pensión o, en su defecto, deposite en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social el capital necesario para que éste le jubile por su cuenta, con igual pensión que la que le corresponda pagar al empleador, o podrá pedir que el empleador le entregue directamente un fondo global sobre la base de un cálculo debidamente fundamentado y practicado que cubra el cumplimiento de las pensiones mensuales y adicionales determinados en la ley, a fin de que el mismo trabajador administre este capital por su cuenta.

4. En caso de liquidación o prelación de créditos, quienes estuvieren en goce de jubilación, tendrán derecho preferente sobre los bienes liquidados o concursados y sus créditos figurarán entre los privilegiados de primera clase, con preferencia aun a los hipotecarios.

Artículo 281.- Pago íntegro del sueldo, salario básico o remuneración básica mínima unificada.

Este artículo precede que los sueldos, salarios básicos o remuneraciones básicas mínimas unificadas fijados por la comisión deben ser pagados íntegramente al trabajador, sin ninguna deducción para retribución del empresario, contratista, etc.

Artículo 305.- Empleado privado o particular.-

Este artículo indica que el empleado privado o particular es el que se compromete a prestar a un empleador servicios de carácter intelectual o intelectual y material y sean pagados de tal manera, con participación de beneficios o cualquier forma semejante de retribución siempre que tales servicios no sean de manera ocasional.

Artículo 309.- Contrato escrito obligatorio.-

Este artículo nos indica que los contratos de trabajo entre trabajadores y empleados privados se consignarán necesariamente por escrito.

Artículo 310.- Causas para la terminación de estos contratos.

Este señala que únicamente estos contratos terminan por las causas generales, sin inconveniente de que el empleador pueda también dar por terminado el contrato, por las causas siguientes:

1. Cuando el empleado revela secretos o haga divulgaciones que ocasionen perjuicios al empleador; y,

2. Cuando el empleado haya inducido al empleador a celebrar el contrato mediante certificados falsos.

Art. ... (1) de las personas con discapacidad.- Este artículo de manera especial nos indica de que el Estado garantizará la incorporación al trabajo de las personas con discapacidad, en todas las características como empleo ordinario, empleo protegido o autoempleo tanto en el sector público como privado y dentro de este último en empresas nacionales y extranjeras, como también en otras modalidades de producción a nivel urbano y rural.

Artículo 348.- Accidente de trabajo.-

Este artículo nos indica que el accidente de trabajo es todo suceso imprevisible y repentino que ocasiona al trabajador una lesión corporal o perturbación funcional, con ocasión o por consecuencia del trabajo que ejecuta por cuenta ajena.

Artículo 413.- Prohibición de fumar. Este artículo establece que queda totalmente prohibido fumar en los locales de trabajo de las fábricas.

REFORMA LABORAL IESS

- i. Este artículo se refiere al pago de nómina el cual comprende la exclusión del pago de horas suplementarias y horas extras; carácter y funciones de confianza.
- ii. Este artículo establece los décimos sueldos: mensualización del décimo tercero y cuarto sueldo.
- iii. Este artículo establece el pago de utilidades en acciones.

a. Universalización de la Seguridad Social:

i. Este artículo delega que todo ciudadano tiene derecho a la seguridad social

ii. El presente artículo nos indica que todo ciudadano debe gozar de una Afiliación voluntaria de trabajadores: procedimientos

iii. Este artículo indica que la afiliación de trabajadores por cuenta propia: regulaciones

iv. Este artículo nos indica que la afiliación de amas de casa viene dada en cuanto a procesos y aspectos de la jubilación correspondiente

b. Responsabilidad patronal

i. Responsabilidad patronal en los seguros de enfermedad, muerte e invalidez

ii. Responsabilidad patronal en la maternidad y en los subsidios

iii. Responsabilidad patronal en el seguro de cesantía

iv. Mora patronal

d. Equiparación de indemnizaciones de trabajadores del sector público

i. Este código establece que el despido intempestivo de mujeres en períodos de gestación y lactancia

E. Jubilación

i. en este código se establece la edad de jubilación junto con sus regulaciones

CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES

El Artículo 2. Actividad Productiva.- y nos indica que se considerará actividad productiva a la sucesión en cual la actividad humana modifica insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

Artículo 10.- Compensación económica para el Salario Digno.- este código precede que los empleadores señalados en el inciso siguiente, que no hubieren pagado a todos sus trabajadores un monto igual o superior al salario digno mensual, deberán calcular una compensación económica obligatoria adicional que será pagada como aporte para alcanzar el Salario digno, únicamente a favor de aquellos trabajadores que durante el año hubieran percibido un salario inferior al señalado en el artículo nueve.

Artículo 23.- De los incentivos.- este artículo indica que los incentivos de orden tributario que reconoce esta normativa se incorporan como reformas a las normas tributarias pertinentes, como consta en las disposiciones reformativas al final de este Código.

Artículo 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES.- Este artículo nos indica que la Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.

Artículo 63.- Registro.-

Este artículo señala que las entidades financieras, públicas y privadas, obligatoriamente, crearán y mantendrán un registro de las operaciones para las empresas calificadas como MIPYMES y reportarán periódicamente al órgano ejecutor de las políticas de MIPYMES.

Artículo 64.- Garantías.- el presente artículo nos habla de la autoridad reguladora financiera establecerá un régimen especial de garantías para el financiamiento privado y público de las MIPYMES, y para el desarrollo de iniciativas de capital de riesgo, tanto públicas como privadas.

Artículo 68.- Crédito para apertura de capital e Inversión.-

Este código se refiere a las empresas privadas que requieran financiamiento para desarrollar nuevas inversiones, y que a su vez quieran llevar a cabo un programa de apertura de su capital, en los términos de esta legislación, podrán beneficiarse de los programas de crédito flexible que implementará el gobierno nacional para la masificación de estos procesos, con tasas de interés preferenciales y créditos a largo plazo.

Artículo 94 Seguro.- este artículo nos indica que el organismo financiero del sector público que vaya a determinar la Función Ejecutiva establecerá y va a administrar un mecanismo de Seguro de Crédito a la Exportación, con el objeto de cubrir los riesgos de no pago del valor de los bienes o servicios vendidos al exterior dentro de los parámetros de seguridad financiera.

Artículo 96.- Inversión en sectores estratégicos.- este artículo El Estado nos indica que se podrá delegar excepcionalmente, a la iniciativa privada y a la economía popular y solidaria, las inversiones en los sectores estratégicos en los casos que se establezcan en las leyes de cada sector y, subsidiariamente, en el presente Código.

Artículo 98.- Trato no discriminatorio en el sector eléctrico.- este artículo se refiere a el sector eléctrico, los proyectos nuevos de las empresas nacionales privadas de generación eléctrica, gozarán de igual tratamiento, mecanismo y condición de garantía y/o pago en la compra de energía, que el aplicado para las transacciones internacionales de electricidad, acorde con las decisiones de la Comunidad Andina y las disposiciones normativas emitidas por el ente regulador del sector eléctrico, respecto de las garantías de pago, previo informe favorable por cada caso del Ministerio de Electricidad y del Ministerio de Finanzas.

Artículo 102.- Valor Agregado Nacional.- este artículo nos indica que El Ministerio a cargo de la política industrial conjuntamente con el organismo rector de las compras públicas, desarrollarán mecanismos pertinentes para el control del componente nacional agregado en la adquisición de bienes y servicios, en las compras públicas y en las inversiones que se realicen en los proyectos en los sectores estratégicos.

CODIGO DE COMERCIO

Codificación 28 Registro Oficial Suplemento 1202 de 20-ago-1960 Ultima modificación: 22-oct-2010 Estado: Vigente

Artículo 1.- el presente código de Comercio rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes.

Artículo 2.- el presente artículo señala que son comerciantes los que, teniendo capacidad para contratar, hacen del comercio su profesión habitual.

Art. ...- vale recalcar que se considerarán comerciantes a las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeras, domiciliadas en el Ecuador,

que intervengan en el comercio de muebles e inmuebles, y que realicen servicios relacionados con actividades comerciales, y que, teniendo capacidad para contratar, hagan del comercio su profesión habitual y actúen con un capital en giro propio y ajeno, mínimo de Treinta mil sucres para la jurisdicción de las Cámaras de Comercio de Quito y Guayaquil

Artículo 6.- este artículo indica que toda persona que, según las disposiciones del Código Civil, tiene capacidad para contratar, de igual manera para ejercer el comercio.

Artículo 7.- este artículo indica que no pueden comerciar: 1.- Las corporaciones eclesiásticas, los religiosos y los clérigos; 2.- Los funcionarios públicos a quienes está prohibido ejercer el comercio por el Art. 242 del Código Penal, salvo las excepciones establecidas en el mismo artículo; y, 3.- Los quebrados que no hayan obtenido rehabilitación.

Artículo 8.- este artículo establece que las personas que por las leyes comunes no tienen capacidad para contratar, tampoco la tienen para ejecutar actos de comercio, salvo las modificaciones que establecen los artículos siguientes.

Artículo 10.- este artículo indica Los menores autorizados para comerciar se reputan mayores en el uso que hagan de esta autorización, y pueden comparecer en juicio por si e hipotecar sus bienes inmuebles por los negocios de su comercio.

Artículo 21.- este artículo establece que la matrícula de comercio se llevará en la Oficina del Registrador Mercantil del cantón, en un libro forrado, foliado y cuyas hojas se rubricarán por el Jefe Político del Cantón. Los asientos serán numerados según la fecha en que ocurran, y suscritos por el Registrador Mercantil.

Artículo 22.- este artículo establece que toda persona que quiera ejercer el comercio con un capital mayor de mil sucres, se hará inscribir en la matrícula del cantón. Al efecto, se dirigirá por escrito a uno de los jueces de lo Civil, haciéndole conocer el giro que va a emprender, el lugar donde va a establecerse, el nombre o razón con la que ha de girar, el modelo de la firma que usará, y si intenta ejercer por mayor o menor la profesión mercantil, el capital que destina a ese comercio.

Si el establecimiento estuviere administrado por un factor, deberá expresarse el nombre de éste, y acompañarse el modelo de su firma.

Artículo 25.- en este artículo se expone que las circulares de comercio en que se anuncien el establecimiento, la continuación, las alteraciones que sufra una casa de comercio, o su extinción, los nombres de los interesados, la razón comercial y el modelo de las firmas, deben dirigirse también al Juez de lo Civil respectivo, quien las enviará al Registrador Mercantil, para que las conserve en su archivo, en legajos cosidos, correspondientes a cada año, así como los escritos en que se pida la inscripción en la matrícula.

Artículo 27.- este artículo establece que los fiscalizadores de impuestos, en las visitas que efectúen a los establecimientos comerciales o industriales, podrán exigir la exhibición de los respectivos contratos sociales y de la correspondiente matrícula de comercio, sea ésta referente a negocios colectivos o individuales.

Artículo 28.- este código establece que los jueces que autoricen registro de las matrículas de comercio, al hacerlo impondrán la multa de que trata el Art. 26, si se hubiere infringido el precepto relativo a plazo que el establece.

Una vez impuesta la multa, lo comunicará a la Dirección correspondiente del Ministerio de Finanzas, para que emita el respectivo título de crédito.

Artículo 37.- el presente código indica que todo comerciante está obligado a llevar contabilidad en los términos que establece la Ley de Régimen Tributario Interno.

Nota: El Art. 24 de la Ley de Contadores dispone que si no cuenta con un contador, su contabilidad no tendrá valor legal. Decreto Supremo No. 1549, publicado en Registro Oficial No. 157 10 de noviembre de 1966. Nota: Artículo sustituido por Art. 41 de Ley No. 4, publicada en Registro Oficial Suplemento 34 de 13 de Marzo del 2000.

Artículo 41.- este artículo precede que se llevarán también libros especiales de facturas, que podrán ser copiadore de prensa.

Artículo 43.- el presente artículo establece que todo comerciante, al empezar su giro, y al fin de cada año, hará en el Libro de Inventarios una descripción estimativa de todos sus bienes, tanto muebles como inmuebles, y de todos sus créditos activos y pasivos.

Estos inventarios serán firmados por todos los interesados en el establecimiento de comercio que se hallen presentes a su formación.

En el Libro de Caja se asentarán todas las partidas de entrada y salida de dinero, pudiendo recopilarse al fin de cada mes todas las de cada cuenta distinta al pie del último día del mes.

Artículo 44.- este artículo indica que Los comerciantes por menor pueden llevar las operaciones de su giro en un sólo libro, encuadernado, forrado y foliado, en el que asentarán diariamente, y en resumen, las compras y ventas que hicieren al contado, y detalladamente, las que hicieren al fiado; y los pagos y cobros que hicieren sobre éstas.

Al empezar sus negocios y al fin de cada año, harán y suscribirán en el mismo libro, el inventario de todos sus bienes, muebles e inmuebles, créditos y débitos.

Se considerarán comerciantes por menor los que habitualmente solo venden al detalle, directamente al consumidor.

Artículo 45.- en este código se establece que queda totalmente prohibido a los comerciantes:

1.- Que alteren en los asientos el orden y la fecha de las operaciones descritas; 2.- Dejar blancos en el cuerpo de los asientos, o a continuación de ellos; 3.- Poner asientos al margen y hacer interlineaciones, raspaduras o enmiendas; 4.- Borrar los asientos o parte de ellos; y, 5.- Arrancar hojas, alterar la encuadernación y foliatura y mutilar alguna parte de los libros.

Artículo 46.- este artículo establece que los errores y omisiones que se cometieren al formar un asiento, se salvarán en otro distinto, en la fecha en que se notare la falta.

Artículo 47.- este artículo indica que los libros llevados con arreglo a los artículos anteriores serán admitidos como medios de prueba en las contiendas judiciales entre comerciantes, por hechos de comercio.

Artículo 48.- este artículo señala que en cuanto al comerciante se refiere el deberá contravenir la orden de exhibir alguno de sus libros, será juzgado por los asientos de los libros de su colitigante, que estuvieren arreglados a las disposiciones de este Código.

Artículo 51.- este código expone que los libros hacen fe contra el comerciante que los lleva, y no se le admitirá prueba que tienda a destruir lo que resultare de sus asientos.

Artículo 57.- este código indica que el comerciante y sus herederos deben conservar los libros de su contabilidad y sus comprobantes, por todo el tiempo que dure su giro, hasta que termine de todo punto la liquidación de sus negocios, y diez años después.

**NORMATIVAS DE RENTAS – FACTURACIÓN
REGLAMENTO DE FACTURACIÓN
(Decreto No. 1011)**

Capítulo I

DE LOS COMPROBANTES DE VENTA

Artículo 1.- Comprobantes de venta.- para entender mejor este reglamento, se entiende por comprobante de venta todo documento que acredite la transferencia de bienes o la prestación de servicios. En consecuencia, quedan comprendidos bajo este concepto los siguientes documentos:

- a) Facturas;
- b) Notas, o boletas de venta;
- c) Liquidaciones de compra de bienes o prestación de servicios;
- d) Tiquetes o vales emitidos por máquinas registradoras;
- e) Los autorizados referidos en el artículo 10 de este Reglamento;
- f) Notas de crédito y notas de débito; y,

g) Otros que por su contenido y sistema de emisión, permitan un adecuado control por parte del Servicio de Rentas Internas y se encuentren previa y expresamente autorizados por dicha Institución.

El Servicio de Rentas internas autorizará la impresión de los comprobantes de venta a través de los establecimientos gráficos autorizados, en los términos y bajo las condiciones del presente Reglamento.

De igual forma el Servicio de Rentas Internas podrá limitar o restringir la impresión de los comprobantes de venta, en función del grado de cumplimiento de las obligaciones del contribuyente que haya solicitado su impresión.

Artículo 2.- este artículo se refiere a la obligación de emisión de comprobantes de venta.- Están obligados a emitir comprobantes de venta todos los sujetos pasivos de los impuestos a la renta, al valor agregado o a los consumos especiales, sean sociedades o personas naturales, incluyendo las sucesiones indivisas, obligados o no a llevar contabilidad, en los términos establecidos por la Ley de Régimen Tributario Interno.

Artículo 3.- Sustento del Crédito Tributario.- este artículo refleja que para ejercer el derecho al crédito tributario en el caso del impuesto al valor agregado, sólo es válido las facturas, las liquidaciones de compras de bienes o adquisición de servicios, los pasajes expedidos por las empresas de aviación por el servicio de transporte aéreo de personas y los comprobantes emitidos por las empresas de seguros y por las empresas de telecomunicaciones.

También sustentarán el crédito tributario aquellos comprobantes de venta que fueren autorizados expresamente, mediante Resolución, por el Servicio de Rentas Internas.

Artículo 4.- Sustento de Costos o Gastos.- este artículo indica que para sustentar costos o gastos a efectos de la determinación y liquidación del impuesto a la renta, solo se considerarán como comprobantes válidos los determinados en los artículos 1 y 3, siempre que cumplan con todos los requisitos establecidos en este Reglamento.

Artículo 5.- Oportunidad para la utilización y emisión de comprobantes de venta.- este artículo indica que los comprobantes de venta enumerados en el artículo 1, se utilizarán o emitirán conforme las reglas que constan en los artículos 6 al 12.

Artículo 6.- Facturas.- este artículo expone que se emitirán facturas en los siguientes casos:

a) Cuando las operaciones se realicen para transferir bienes o prestar servicios a sociedades o personas naturales que tengan derecho al uso de crédito tributario; y

b) En operaciones de exportación.

Artículo 7.- Notas o boletas de venta.- este artículo expone que se emitirán notas o boletas de venta únicamente en operaciones con consumidores o usuarios finales.

Artículo 9.- Tiquetes o vales emitidos por máquinas registradoras.- este artículo indican que se emitirán tiquetes o vales emitidos por máquinas registradoras en operaciones con consumidores o usuarios finales.

Artículo 11 Notas de crédito.- este artículo señala que las Notas de Crédito se emitirán por modificación en las condiciones de venta originalmente pactadas, es decir, para anular operaciones, efectuar devoluciones, conceder descuentos y bonificaciones, subsanar errores o casos similares. Deberán

contener los mismos requisitos y características de los comprobantes de venta a los cuales se refieran.

Las notas de crédito sólo podrán ser emitidas al mismo adquirente o usuario, para modificar comprobantes de venta que dan derecho a crédito tributario, otorgados con anterioridad.

Quien reciba la nota de crédito, deberá consignar en ella su nombre o razón social, número de Registro

Único de Contribuyentes o cédula de ciudadanía, fecha de recepción y, de ser el caso, el sello de la empresa.

El contribuyente que hubiere emitido notas de crédito, por cualquier concepto, separadas de las respectivas facturas, deberá remitir al Servicio de Rentas Internas, durante el mes siguiente a la emisión, una lista de las mismas, identificando a los beneficiarios con el nombre o razón social y el número del Registro Único de Contribuyentes o cédula de identidad.

Artículo 12.- Notas de débito.- en este código se establece que las Notas de débito se emitirán para recuperar costos o gastos, como intereses de mora u otros, incurridos por el vendedor con posterioridad a la emisión de comprobantes de venta. Deberán contener los mismos requisitos y características de los comprobantes de venta a los cuales se refieran y solo podrán ser emitidas al mismo adquirente o usuario, para modificar comprobantes de venta otorgados con anterioridad.

Artículo 22.- Facultad del Servicio de Rentas Internas.- este artículo establece que el Servicio de Rentas Internas mediante circulares de carácter general y obligatorio, normará las demás características de los comprobantes de venta, su emisión, numeración, registro y archivo.

En el caso de comprobantes de venta que se basen en crédito tributario, su registro y archivo deberá realizarse en medios magnéticos, que estarán a disposición del Servicio de Rentas Internas.

Artículo 25.- Envío de información al Servicio de Rentas Internas.- este artículo se refiere a los registros y archivos de comprobantes de venta y guías de remisión, que deberán ser entregados al Servicio de Rentas Internas en la forma y plazos que éste establezca para el efecto.

PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR

Objetivo 4. Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía

Este objetivo establece proponer el establecimiento de una formación integral para alcanzar la sociedad socialista del conocimiento. Por lo cual la aplicación de este objetivo nos permitirá dar el salto de una economía de recursos materiales a la economía del recurso infinito que es el conocimiento. Nos es preciso centrar los esfuerzos para avalar a todos el derecho a la educación, bajo condiciones de calidad y equidad, teniendo como centro al ser humano y el territorio. Fortaleceremos el rol del conocimiento, promoviendo la investigación científica y tecnológica responsable con la sociedad y con la naturaleza.

Calidad

La evaluación y el aseguramiento de la calidad son requisitos indispensables de todo el proceso de formación. Estos principios garantizan la pertinencia de la oferta educativa en todos los niveles. Como primer paso, el Ministerio de Educación define los estándares de calidad educativa. Un segundo paso es la consolidación del Sistema Nacional de Evaluación y Rendición Social de

Cuentas, que evalúa cuatro componentes: la gestión del Ministerio y sus dependencias, el desempeño de los docentes, el desempeño de los estudiantes y el currículo nacional.

Ciencia, tecnología e innovación

Las instituciones públicas son las que han realizado más investigaciones e inversión, con 737 aristas de propiedad intelectual, es decisiva para caminar hacia la innovación, la generación de conocimiento propio, la seguridad nacional, la protección de la industria y el patrimonio nacional, las relaciones comerciales internacionales, etc. Sin embargo, existen retos en materia de propiedad intelectual, que integren la política nacional de ciencia y tecnología bajo la óptica del conocimiento abierto.

Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva

Este objetivo establece que los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. También establece que se debe promover la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistémica, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada.

Políticas y lineamientos estratégicos

10.1. Diversificar y generar mayor valor agregado en la producción nacional

- a. Impulsar y fortalecer las industrias estratégicas claves y sus encadenamientos productivos, con énfasis en aquellas que resultan de la reestructuración de la matriz energética, de la gestión soberana de los sectores estratégicos y de las que dinamizan otros sectores de la economía en sus procesos productivos.

b. Articular la gestión de los sectores estratégicos a la Estrategia Nacional para el Cambio de la Matriz Productiva y a la vocación productiva de los territorios y su diversidad poblacional.

e. Fortalecer el marco institucional y regulatorio que permita una gestión de calidad en los procesos productivos y garantice los derechos de consumidores y productores.

f. Articular la educación y la investigación a la generación de capacidades técnicas y de gestión, para dinamizar la transformación productiva.

10.3. Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios

a. Fortalecer el sector servicios, para la creación y fomento de empleo inclusivo.

b. Fomentar la generación de capacidades técnicas y de gestión en los servicios, para mejorar su prestación y contribuir a la transformación productiva.

c. Articular la gestión de infraestructura de soporte para el fomento a la competitividad sistémica, en los servicios de logística y transporte aéreo, terrestre y marítimo, como ejes para potenciar el sector servicios.

d. Promover espacios de desarrollo de las actividades de servicios ambientales, bajo esquemas de competitividad y productividad en su prestación, para la generación de mayor valor agregado.

e. Promover espacios de desarrollo de las actividades de servicios de construcción, bajo esquemas de competitividad y productividad en su prestación, para la generación de mayor valor agregado.

f. Fortalecer el marco institucional y regulatorio que permita una gestión de calidad y de control de poder de mercado en la prestación de servicios, para garantizar los derechos de los proveedores y de los consumidores

2.6 Variables de la Investigación

2.6.1 **Variable dependiente:** Insatisfacción en el usuario “AMERICAN CALL CENTER” debido a la mala atención de los agentes telefónicos dentro de la empresa

2.6.2 **Variable independiente:** la elevada deficiencia en el servicio de atención al cliente produce bajas en la empresa y pérdida de clientes

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Nombre completo de la empresa: “AMERICAN CALL CENTER”

Fecha, ley o resolución en que fue aprobada o constituida

El “AMERICAN CALL CENTER” es un centro de atención telefónica y de servicios localizado en Ecuador (Sudamérica) con la capacidad de conectarse con todo el mundo a través de una red propia de telecomunicaciones. Es una entidad se interesa en sus clientes y no solo en la captación de negocios.

Fundada en el año 2000, ACC es una empresa experta a nivel mundial en la gestión de contact centers, creando más valor a través de una mejor experiencia del cliente.



3. Objeto social

ACC es la mejor herramienta de negocios para satisfacer las exigentes necesidades de comunicación «uno a uno» entre empresas y clientes, tanto a escala nacional como internacional, con un nuevo estándar de atención.

Su labor consiste en consolidarse como aliados estratégicos de las empresas y así ayudarles a aumentar sus niveles de venta, conquistar nuevos mercados y fidelizar a sus clientes.

3.1 Misión

Ofrecer a nuestros clientes nacionales y extranjeros soluciones de contact center diseñadas a la medida de sus necesidades, con altos estándares de calidad, equipo humano calificado y respaldo tecnológico

3.2 Visión

Ser la empresa líder en servicios integrales de contact center, contribuyendo a superar las expectativas de nuestros clientes

GRAFICO N°1 Estructura organizativa:

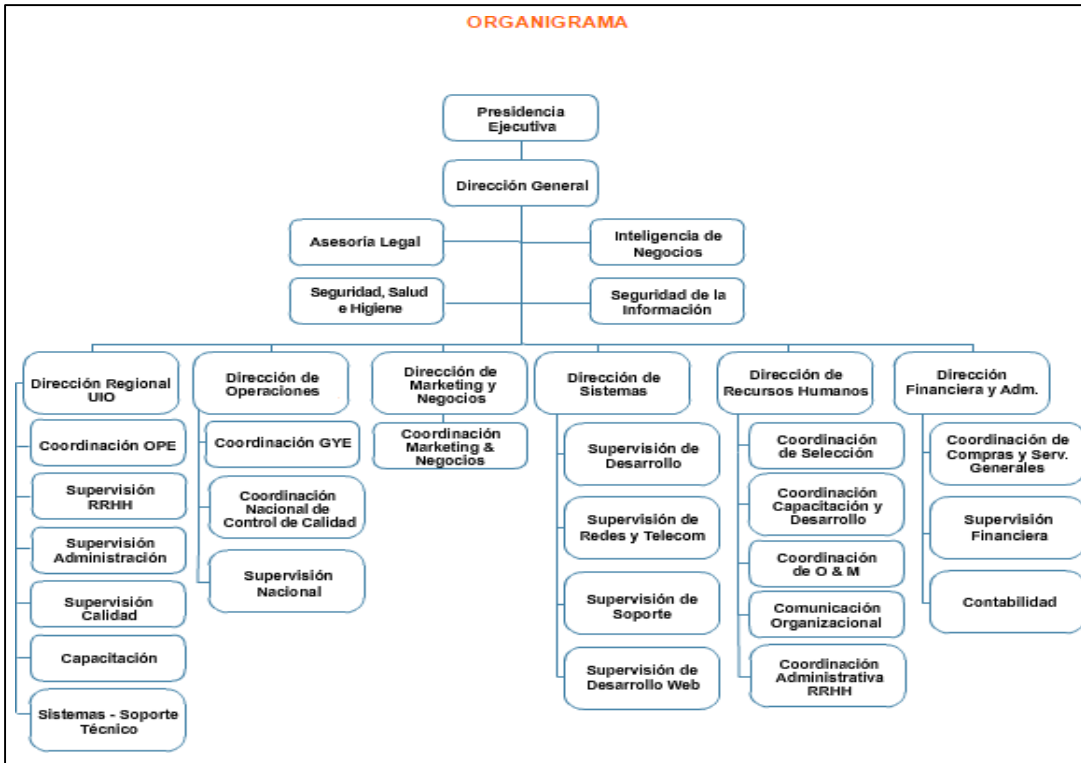


TABLA N° 1 Plantilla total de los trabajadores:

| PLANTILLA DE TRABAJADORES | |
|-----------------------------------|--------------------------|
| AREA | NUM. TRABAJADORES |
| Presidencia Ejecutiva | 1 |
| Dirección General | 1 |
| asesoría legal | 1 |
| seguridad, salud e higiene | 3 |
| Inteligencia de negocios | 2 |
| Seguridad de la Información | 4 |
| dirección regional UIO | 12 |
| dirección de operaciones | 12 |
| dirección de marketing y negocios | 4 |
| dirección de sistemas | 10 |
| dirección de RRHH | 12 |
| Dirección Financiera y Adm. | 8 |
| agentes (operadores) | 30 |
| total | 100 |

Fuente: Elaboración de la autora

TABLA Nº 2 Cantidad de trabajadores por categoría ocupacional:

| PLANTILLA DE TRABAJADORES | | |
|----------------------------------|-----------------------------------|--------------------------|
| NOMBRE | OCUPACION | NUM. TRABAJADORES |
| Guillermo Rodriguez | Presidencia Ejecutiva | 1 |
| Jose Benavidez | Dirección General | 1 |
| Andrea Ramirez | asesoría legal | 1 |
| Oswaldo Garcia | seguridad, salud e higiene | 3 |
| Renato Marquez | Inteligencia de negocios | 2 |
| Daniel Ojeda | Seguridad de la Información | 4 |
| Nelson Vargas | dirección regional UIO | 12 |
| Camilo Guillen | dirección de operaciones | 12 |
| Daniela Beltran | dirección de marketing y negocios | 4 |
| Francisco Marriot | dirección de sistemas | 10 |
| Eduardo Sanchez | dirección de RRHH | 12 |
| Diego Amador | Dirección Financiera y Adm. | 8 |
| operadores telefonicos | | 30 |
| total | | 100 |

Fuente. Elaboración de la autora

TABLA Nº 3 Clientes, proveedores y competidores más importantes:

| Clientes | Proveedores | Competidores |
|---------------------|--------------------|----------------------|
| Bco. Del Pichincha | Netlife | G.E.A Contact Center |
| Bco. De Guayaquil | Dura Power | PlusService |
| ProduBanco | Soluciones | TeleNews |
| Claro | Metalicas B y V | TelMex |
| Bco. Del Pacifico | | Credigention |
| Ace Seguros | | Lipagli |
| EquiVida | | Red CapG |
| El Universo | | |
| Cervecería Nacional | | |
| Hispana Seguros | | |

Fuente: Elaboración de la autora

TABLA N° 4 Principales productos y servicios:

| SERVICIOS | CARACTERÍSTICAS |
|--------------------------------|--|
| VENTAS MULTICANAL | <ul style="list-style-type: none"> • reventa de productos y servicios • Agenda de visitas comerciales • Generación de prospectos • Venta Activa y Receptiva • Llamadas de bienvenida • Activación y reactivación • Venta cruzada • Auditoria • Atención posventa - SAC • Creación y gestión de Bases de Datos • Toma y cumplimiento de pedidos • Toma/captación de datos • Cobranzas: pre vencimientos y vencimientos • Difusión de mensajes de voz (Broadcasting) |
| SERVICIO AL CLIENTE | <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar y poner en práctica un completo servicio de atención al cliente • Líneas informativas • Manejo de quejas/reclamaciones • Llamadas de bienvenida • Recuperación y reactivación de clientes • Gestión proactiva de cuentas • Atención multicanal: Web collaboration, Chat on line, sms, e-mail, fax. |
| BPO (OUTSOURCING | <p>Actualmente, las empresas de alto rendimiento están recurriendo al BPO para poder adaptarse a las exigentes y</p> |

| | |
|--|---|
| DE PROCESOS DE NEGOCIO) | <p>dinámicas condiciones del mercado. Los beneficios que una empresa puede obtener a través del BPO son entre otros, una potencial reducción de costos, una garantía de recibir continuamente un servicio eficaz y de calidad, aprendizaje de las mejores prácticas y acceso rápido a beneficios tecnológicos.</p> <p>Implementamos procesos asociados al contacto con sus clientes, dentro de los que se encuentran servicios como call center, secretaria virtual y tele mercadeo entre otros generando satisfacción en los usuarios y clientes de nuestros clientes, brindando una asesoría integral en cada contacto y una gestión oportuna a las necesidades construyendo relaciones confiables, personalizadas y duraderas.</p> |
| ASISTENTE COMERCIAL SECRETARIA VIRTUAL 7 * 24 | <p>Es una solución de negocios diseñada especialmente para ejecutivos sin acceso directo a una secretaria o empresas con una importante fuerza de ventas que permite, a través de una asistente telefónica especializada, dar respuesta a los llamados de sus clientes los 365 días del año, las 24 horas del día, ofreciendo además un trato preferencial a sus clientes más valiosos.</p> |
| PROCESOS BACKOFFICE | <p>El Back Office gestiona todos los procesos organizativos que configuran la estructura del negocio y dan forma al mismo, pero con los que el cliente no entra directamente en contacto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicios Administrativos • Gestión de Cobros • Pedidos, Contratación y Facturación • Servicios de Gestión Documental • Delivery |
| SOPORTE TÉCNICO | <p>Es un servicio de asistencia remota para el usuario que presente problemas de índole técnica con algún tipo de equipo o funcionalidad de algún sistema con el que está</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>interactuando. Su principal característica es el buen nivel técnico especializado que poseen los asesores de Call Center que atienden estos servicios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistencia técnica, niveles 1 & 2 • Encuesta de satisfacción • Atención VIP y por prioridades • Software de gestión • Base de conocimiento |
| <p>ALQUILER DE SOLUCIONES DE CONTACT CENTER</p> | <p>Si prefiere contar con las herramientas tecnológicas que manejan los expertos, ponemos a su alcance plataformas de software de contact center, así como la experiencia y amplios conocimientos de nuestro equipo de técnicos/desarrolladores quienes se encargarán de la integración, optimización y puesta en marcha de sus campañas. El servicio incluye la administración efectiva de su contact center y la capacitación.</p> |
| <p>CAPACITACION</p> | <p>Los entrenamientos están orientados a potenciar las habilidades y destrezas de los gestores de resultados en la operación de Call Center como son supervisores de operaciones, agentes de calidad y asesores telefónicos.</p> <p><u>ASESORES TELEFÓNICOS</u></p> <p>Los programas para asesores telefónicos están organizados en módulos teórico prácticos y comprenden el desarrollo de habilidades claves relacionadas con el contacto con clientes, la atención telefónica, el servicio y la calidad en la atención.</p> <p><u>SUPERVISORES DE OPERACIONES</u></p> <p>Los talleres para supervisores, organizados en módulos prácticos, se realizan para reforzar habilidades claves que, en la práctica, son necesarias para la administración efectiva del centro de contacto.</p> |

| | |
|--|---|
| | <p><u>AGENTES DE CONTROL DE CALIDAD</u></p> <p>Los programas para agentes calidad se componen de módulos teórico prácticos destinados a reforzar habilidades claves relativas a la gestión de monitoreo, retroalimentación, validación de procesos, entre otras.</p> |
| <p>CONSULTORIA</p> | <p>ACC ofrece una solución integral para el estudio, locación, diseño, instalación y operación de su Contact Center, con especial atención en Guayaquil y Quito como alternativa altamente competitiva</p> <p>Analizamos sus estrategias de negocio, sus expectativas de crecimiento y los recursos disponibles para proponer las más adecuadas prácticas que lo lleven a elevar sustancialmente el nivel de su gestión y como consecuencia, su rentabilidad.</p> <p>Somos especialistas en desarrollar soluciones de consultoría con fuerte impacto en los resultados claves del Call / Contact Center actuando en áreas como: call center, atención al cliente, sistemas automáticos de atención (IVR), backoffice y CRM.</p> |
| <p>DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE SOLUCIONES IVR-IP-CRM</p> | <p><u>Desarrollo de soluciones de IVR*</u></p> <p>Entre las múltiples ventajas de la tecnología IVR, se encuentra un aumento exponencial de la eficiencia y la disminución de los costos que implica la automatización de tareas que permiten liberar recursos humanos. De probado éxito y ampliamente adoptada, ésta tecnología permite adaptarse a las necesidades de su empresa y de sus clientes, con la flexibilidad suficiente para obtener datos de diversas formas, siempre de una manera amigable para el usuario. ACC diseña e implementa los más elaborados sistemas IVR absolutamente integrados a su red y base de datos e integración con otros medios como fax o SMS.</p> |

| | |
|--|--|
| | <p><u>Soluciones CRM*</u></p> <p>Herramientas para estrategias de orientación al cliente, comprendiendo aspectos operativos (automatización o soporte de procesos), colaborativos (comunicación directa mediante auto-servicio) y analíticos (análisis de datos), mediante el uso de una base de datos. Despliegue integral del sistema y la base de datos o proyectos a medida utilizando infraestructura existente.</p> <p><u>Desarrollo de soluciones IP*</u></p> <p>Sistema avanzado de comunicaciones empresariales, que utilizando IP como medio de transporte, permite crear un sistema telefónico virtual con todas las funciones de un PBX tradicional, y agrega nuevas funcionalidades como la integración de aplicaciones vía XML, conferencias multimedia, distribución inteligente de la fuerza de trabajo, automatización de la administración, movilidad, seguridad, entre otros.</p> |
|--|--|

Fuente: Elaboración de la autora

3.3 Descripción del proceso objeto de estudio o puesto de trabajo

Presidencia ejecutiva

El Presidente de la empresa es la máxima autoridad inmediata. Se encuentra ubicado entre los niveles más altos de la organización y sus funciones son:

- Dirigir y controlar el funcionamiento de la compañía, tanto la matriz como la sucursal.
- Representar a la compañía en todos los negocios y contratos con terceros en relación con el objeto de la sociedad, también convoca y preside las reuniones de la Junta Directiva. El Presidente es el representante Legal de la Coalición Empresarial, para todos los actos judiciales y extrajudiciales
- Ejercer la representación legal de la compañía
- Cumplir y hacer cumplir la función legal de la compañía
- Firmar cheques en forma conjunta con cualquiera de los dignatarios: Vicepresidente y Tesorero.

En caso de falta, ausencia o impedimento del Presidente, este podrá ser reemplazado dentro del siguiente orden: Bien sea por el Vicepresidente o por el Tesorero.

Dirección general

- ✓ Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
- ✓ Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.
- ✓ Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
- ✓ Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.
- ✓ Coordinar con el coordinador de Venta y la Secretaria las reuniones, aumentar el número y calidad de clientes, realizar las compras de materiales, resolver sobre las reparaciones o desperfectos en la empresa.
- ✓ Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.
- ✓ Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.
- ✓ Realizar cálculos matemáticos, algebraicos y financieros.
- ✓ Deducir o concluir los análisis efectuados anteriormente

Asesoría legal:

- ✓ Elaboración de contratos de diferente naturaleza, a ser suscritos por Gerencia, (prestación de servicios) sus ampliaciones y prorrogas.
- ✓ Velar por el cumplimiento de la normativa vigente
- ✓ Asesorar en el área legal a Gerencia y las unidades operativas y administrativas
- ✓ Asesorar en el área notarial a Gerencia y las unidades operativas y administrativas.
- ✓ Participar en las Juntas de Licitación y/o cotización para la realización de compras.
- ✓ Participar en distintas comisiones de recepción, pérdida o reposición de bienes y baja de inventarios.

Seguridad salud e higiene

- ✓ Realizar inspecciones periódicas de seguridad.
- ✓ Establecer normas adecuadas de seguridad, deben concordar con las disposiciones legales.

- ✓ Poner en funcionamiento y mejorar el programa de seguridad.
- ✓ Asesorarse sobre problema de seguridad.
- ✓ Ocuparse del control de las enfermedades ocupacionales.
- ✓ Asesorarse sobre problemas del medio ambiente.
- ✓ Identificar los riesgos contra la salud que existen.
- ✓ Ejecutar el plan de primeros auxilios.

Inteligencia de negocios

- ✓ Trabaja directamente con los miembros del departamento, y con los diferentes departamentos de la empresa y con proveedores externos.
- ✓ Se Encarga de depurar, transformar, analizar, convertir y optimizar la información de la compañía (interna y externa) para su posterior explotación, proporcionando información clave/recomendaciones a los Jefes de Negocio.
- ✓ Realiza desarrollos para la plataforma de inteligencia de negocios de la compañía tanto a nivel de cuadro de mandos como a nivel de informes.
- ✓ Desarrollar las estrategias de negocio, formulando en detalle las diferentes fases, planificando los proyectos a nivel de procesos y asignación de recursos.
- ✓ Define especificaciones funcionales y de diseño, asegurando la calidad e integridad de los datos de la plataforma.
- ✓ Aporta soluciones de mercado a los sistemas de información aportando comparativas y funcionalidades.

Seguridad de la información

- ✓ Planificar la adquisición del equipo de cómputo e infraestructura tecnológica relacionada
- ✓ Diseñar sistemas informáticos específicos.
- ✓ Adquirir software genérico y sistemas informáticos.
- ✓ Programar sistemas informáticos específicos
- ✓ Instalar la infraestructura y equipo adquirido para proyectos o actividades informáticas.
- ✓ Proveer el soporte necesario de computación a todas las unidades administrativas.
- ✓ Implementación, configuración y operación de los controles de seguridad informática (Firewalls, antimalware, etc.)
- ✓ Monitoreo de indicadores de controles de seguridad
- ✓ Primer nivel de respuesta ante incidentes (típicamente a través de acciones en los controles de seguridad que operan)
- ✓ Soporte a usuarios

Dirección Regional UIO

De acuerdo a la división regional del Ecuador sierra- andina, oriente-amazónica, costa litoral, Insular- Galápagos
La coordinación regional de Quito

- ✓ Cumplir y hacer cumplir las disposiciones legales y reglamentarias que atañen al servicio
- ✓ Dictar los reglamentarios internos necesarios a la buena marcha del servicio, los que no podrán contravenir a las normas generales impartidas por el ministerio
- ✓ Presentar al ministerio, el balance anual de servicio
- ✓ Proponer al ministro a través de la secretaria ministerial respectiva la creación o supresión de legaciones regionales, oficinas de call center locales dentro de la jurisdicción que corresponda el servicio

Coordinación OPE

- ✓ Tiene contacto con cada uno de los operadores en su día a día.
- ✓ Debe ser el encargado de motivar a su equipo en momentos complicados (desbordamiento de llamadas, falta de personal)
- ✓ El coordinador hace crecer a su equipo en el trabajo, hacer que la gente "fluya". A su vez será la persona que podrá reportar informes a sus responsables sobre que gente de la plantilla despunta ante un posible proceso de promoción interna, comparando así su trabajo con el del ojeador, con la diferencia de que trata día a día con ellos, el ojeador, viene, decide y se va.

Supervisión de RR.HH

- ✓ Mejorar la productividad de los empleados
- ✓ Desarrollar un uso óptimo de los recursos
- ✓ Obtener una adecuada rentabilidad de cada actividad realizada
- ✓ Desarrollar constantemente a los empleados de manera integral
- ✓ Monitorear las actitudes de los subordinados
- ✓ Contribuir a mejorar las condiciones laborales

Supervisión de Administración

- ✓ le corresponde gestionar, administrar y controlar los recursos financieros, de personal, tecnológicos, de adquisiciones, infraestructura, logística y Bienestar, para lo cual debe velar por la correcta formulación y ejecución presupuestaria;

- ✓ el diseño y aplicación de la política de recursos humanos; el diseño y aplicación de la política informática, la mantención e implementación del hardware y de los software necesarios para la institución;
- ✓ proveer y mantener una adecuada infraestructura y logística de los servicios generales, como también procurar el máximo de beneficios para el personal.

Supervisión de calidad:

- ✓ Coordinar el diseño de la política de calidad, objetivos de calidad e indicadores.
- ✓ Diseñar los proyectos de mejora (Medio Ambiente, Seguridad Laboral, Infraestructura).
- ✓ Asesorar a la alta dirección para la toma de decisiones para la mejora.
- ✓ Dirigir la mejora continua sobre las acciones correctivas, preventivas y control de servicio no conforme.
- ✓ Validar las propuestas de mejora del call center
- ✓ Verificar la ejecución de la auditoria externa de calidad.

Capacitación

- ✓ Facilitar el aprendizaje de contenidos y conductas/comportamientos Relacionados a un trabajo o una tarea y que contribuyen a alcanzar o mejorar los objetivos del negocio y crecimiento profesional de las personas
- ✓ Contribuir al trabajo en equipo
- ✓ Contribuir a la formación de líderes y mandos de recambio
- ✓ Alimentar la confianza, la actividad asertiva, aportar seguridad y desarrollo personal
- ✓ Reforzar vínculos intra e intersectorial favoreciendo la comunicación interna

Departamento de Sistemas-Soporte Técnico

- Administrar la página Web de la empresa.
- Gestionar el servicio de correo electrónico.
- Gestionar el manejo de usuarios, plataforma virtual y mensajería instantánea.
- Administrar la red telefónica del call center.

- Ejecutar políticas en el servicio de Internet tanto inalámbrico como de red de datos.
- ✓ Apoyar a usuarios en operaciones de implementación o adecuación de servicios informáticos.
- ✓ Detección y eliminación de virus y/o programas espías.
- ✓ Instalación y configuración de componentes internos o externos.
- ✓ Elaboración de manuales y guías de funcionamiento.
- ✓ Realización y control de copias de seguridad de la información sensible de la empresa.
- ✓ Inventario y control de Hardware y software.
- ✓ Control de la red.
- ✓ Desarrollo de políticas de uso de Equipos informáticos.
- ✓ Formación de los usuarios.
- ✓ Desarrollo de planes de mantenimiento.
- ✓ Establecer criterios de seguridad.

Dirección de Operaciones

- ✓ dirección operativa de todas las personas del call center.
- ✓ estrategia y diseño de turnos y horarios.
- ✓ coordinación y gestión del equipo de jefes/as de servicio.
- ✓ definición de los indicadores del call center.
- ✓ control de calidad del servicio.
- ✓ seguimiento de los objetivos.
- ✓ interlocución con proveedores/as.
- ✓ formación y selección de personal.
- ✓ gestión y control de incentivos.

Coordinación GYE:

- ✓ Cumplir y hacer cumplir las disposiciones legales y reglamentarias que atañen al servicio
- ✓ Dictar los reglamentarios internos necesarios a la buena marcha del servicio, los que no podrán contravenir a las normas generales impartidas por el ministerio
- ✓ Presentar al ministerio, el balance anual de servicio
- ✓ Proponer al ministro a través de la secretaria ministerial respectiva la creación o supresión de legaciones regionales, oficinas de call center locales dentro de la jurisdicción que corresponda el servicio

Coordinación nacional de control de calidad:

- ✓ Definir propuestas de prestación de servicios de Contact center y de campañas internas en función de los requerimientos de los clientes o áreas internas respectivamente.
- ✓ Elaborar el plan de implementación de las propuestas de prestación de servicios del Call Center y de campañas internas
- ✓ Gestionar la ejecución de auditorías de los procesos del Contact Center en función de la normativa vigente.

- ✓ Gestionar el levantamiento o actualización de los procesos que ejecuta el Contact center en coordinación con la Gerencia de Calidad y Productividad
- ✓ Definir el diseño de indicadores de gestión por campaña y por procesos.
Coordinar la evaluación de capacidad de procesos de clientes y del Contact Center.
- ✓ Gestionar la mejora continua de los procesos del área en coordinación con la Gerencia de Calidad y Productividad.

- ✓ Controlar la calidad de servicio del personal de la operación del Contact Center.
- ✓ Gestionar la realización de evaluaciones de conocimiento de los procesos de operación al personal de Contact Center.

Supervisión Nacional:

- ✓ Control del área
- ✓ Seguimiento y supervisar a tele vendedores
- ✓ Cumplimiento de presupuesto
- ✓ Manejo de indicadores de área
- ✓ Servicio al clientes , entre otras

Dirección de Marketing y negocios

- ✓ Diseñar e implementar el Plan de Marketing de la organización.
- ✓ Definir las estrategias de marketing para la oferta de servicios.
- ✓ Planificar, elaborar y gestionar el presupuesto del departamento, bajo unos estándares de eficiencia y optimización de recursos.

- ✓ Analizar las acciones del departamento y evaluar y controlar los resultados de las mismas.
- ✓ Dirigir y liderar el equipo de trabajo.

Dirección de Sistemas

- ✓ administración de los sistemas operativos y al soporte a los usuarios de los computadores centrales o corporativos, con los objetivos de garantizar la continuidad del funcionamiento de las máquinas y del "software" al máximo rendimiento, y facilitar su utilización a todos los sectores de la comunidad de la Empresa.
- ✓ Mantenimiento de los equipos, detección y resolución de averías.
- ✓ Sintonía del sistema operativo y optimización del rendimiento.
- ✓ Gestión de cuentas de usuario y asignación de recursos a las mismas.
- ✓ Preservación de la seguridad de los sistemas y de la privacidad de los datos de usuario, incluyendo copias de seguridad periódicas.
- ✓ Evaluación de necesidades de recursos (memoria, discos, unidad central) y provisión de los mismos en su caso.
- ✓ Instalación y actualización de utilidades de software.
- ✓ Atención a usuarios (consultas, preguntas frecuentes, información general, resolución de problemas, asesoramiento...).
- ✓ Organización de otros servicios como copia de ficheros en cinta, impresión desde otros ordenadores en impresoras dependientes de estos equipos.

Dirección de Recursos Humanos

- ✓ Anticipar de forma proactiva las necesidades de la organización para disponer de las personas adecuadas en tiempo y plazo (Gestión de Plantillas)
- ✓ Gestionar los procesos relacionados con la incorporación, mantenimiento y desvinculación de las personas de la organización (Administración de Personal).
- ✓ Identificar los perfiles (conocimientos, habilidades, rasgos de personalidad, actitudes y valores) que deberán tener estas personas así como determinar cuáles deben ser los sistemas de retribución más competitivos (Descripción de Puestos de Trabajo y Políticas Retributivas)
- ✓ Atraer a las personas con los perfiles más adecuados para cubrir las vacantes existentes (Selección).
- ✓ Facilitar la incorporación e integración de las personas dentro de la organización (Acogida)

- ✓ Estimular, involucrar y fidelizar a esas personas para favorecer su compromiso con la organización a través del salario emocional (Motivación)
- ✓ Crear canales de relación vertical, horizontal y transversal entre todos los miembros de la organización (Comunicación).
- ✓ Establecer las características del desempeño y evaluar “el qué y el cómo” (Evaluación del Desempeño)
- ✓ Desarrollar sus competencias para que cada vez sean mejores profesionales (Formación).
- ✓ Definir e Impulsar su desarrollo y crecimiento dentro de la organización (Evaluación de potencial, planes de carrera, promoción).

Dirección Financiera y Administrativa

- ✓ Es el responsable máximo de las áreas de finanzas, administración y contabilidad de la empresa.
- ✓ Supervisar las funciones de contabilidad, control presupuestario, tesorería, análisis financiero, las auditorías y los sistemas de proceso de datos.
- ✓ Se responsabiliza, directamente o a través de su personal, de la veracidad de las cuentas de la empresa en sus partidas de activo, pasivo y resultados.
- ✓ Es el encargado de la elaboración de presupuestos que muestren la situación económica y financiera de la empresa, así como los resultados y beneficios a alcanzarse.
- ✓ Revisión y presentación de estados financieros elaborados por el departamento contable.
- ✓ Revisión y presentación de cuentas por pagar a proveedores y otros.
- ✓ Presentación diaria de informe de tesorería ingresos y egresos de cuentas Bancarias y saldos en cajas de tiendas.
- ✓ Revisión y presentación de novedades diarias del área de personal, contrataciones, retiros, faltas retrasos, llamadas de atención, revisión de finiquitos por retiros del personal.
- ✓ Informe periódico de inversiones realizadas en activos fijos en tiendas y almacenes de oficina central.
- ✓ Presentación de Resumen mensual de gastos en tiendas

Operadores telefónicos

- ✓ Responder a las llamadas entrantes y ayudar a los clientes que tienen consultas particulares o preguntas

- ✓ Proporcionar un servicio al cliente de forma personalizada con un alto nivel de calidad, despertando el interés de los clientes en los productos y servicios ofrecidos por la organización
- ✓ Actualización de la base de datos existente con las modificaciones o cambios y el estado actual de los clientes o posibles clientes
- ✓ Ayudar a los clientes de la organización basada en la comunicación con el servicio de consultas y solución de problemas
- ✓ Responder a las consultas de los clientes y las preguntas con prontitud
- ✓ Proporcionar información periódica sobre la eficacia y la solidez de la políticas y procedimientos del departamento del servicio al cliente
- ✓ Comprobación y categorización de los problemas de los clientes
- ✓ Determinación de los problemas en las consultas o quejas y la proposición de soluciones para mejoras.
- ✓ Reporte diario requerido según las necesidades del cliente.

3.4 Análisis económico financiero de periodos anteriores de la empresa a través de indicadores (ingresos, costos, liquidez, rentabilidad, rotación, de inventarios entre otros)

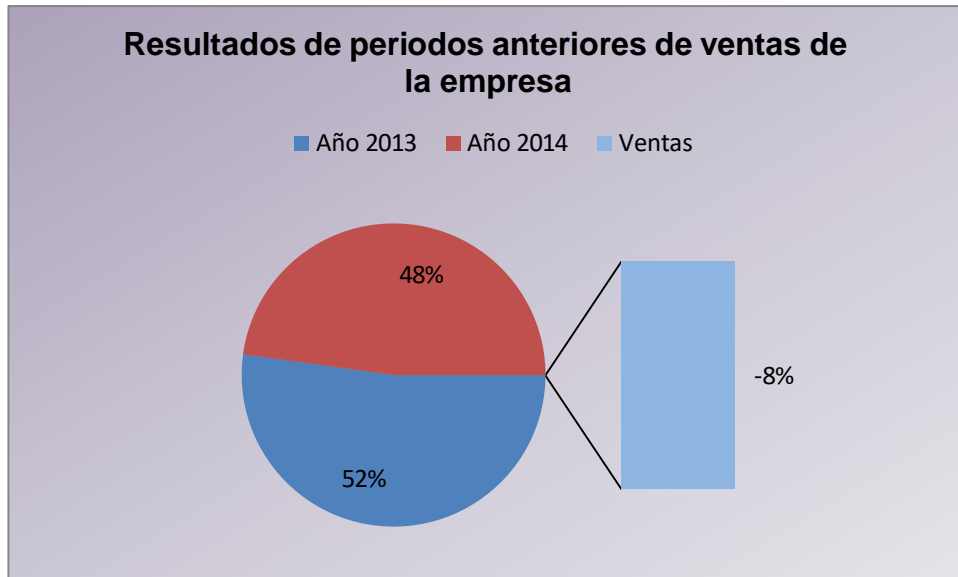
TABLA Nº 5 ANALISIS ECONOMICO FINANCIERO

| Resultados de periodos anteriores de ventas de la empresa | | |
|---|-----------------|--------|
| Año 2013 | Año 2014 | Ventas |
| \$ 1.364.500,00 | \$ 1.250.139,00 | 8% |

Fuente: Elaboración de la autora

Diferencia: \$ 114.361,00

GRAFICO N° 2 ANALISIS ECONOMICO FINANCIERO



Fuente: Elaboración de la autora

Otros indicadores como productividad, rendimiento de equipos, de materiales, etc.

3.5 Diseño de la investigación

Investigación cualitativa

Tiene como objetivo la descripción de las cualidades de una manifestación. Busca un concepto que pueda abarcar una parte de la realidad. No se trata de probar o de medir en qué grado una cierta cualidad se encuentra en un cierto acontecimiento dado, sino de descubrir tantas cualidades como sea posible.

Investigación cuantitativa

Para que haya investigación cuantitativa debe existir una relación cuya Naturaleza sea lineal. Es decir, que haya claridad entre los elementos del problema de investigación que conforman el problema, que sea posible definirlo, limitarlos y saber exactamente donde se inicia el problema, en cual dirección va y que tipo de incidencia existe entre sus elementos.

Para el siguiente diseño de investigación se tomamos como referencia

Analítica

Se lleva a cabo una vez que se han establecido bien los hechos con respecto al problema de investigación, se realiza para probar hipótesis específicas, el objetivo es conocer el fondo del problema

Comparativa

Tiene como objeto lograr la identificación de diferencias o semejanzas con respecto a la aparición de un evento en dos o más contextos, grupos o situaciones diferentes

Deductivo

Este método parte de enunciados de carácter universal y utilizando instrumentos científicos, se infieren enunciados particulares, pudiendo ser axiomático- deductivo, cuando las premisas de partida la constituyen axiomas (proposiciones no demostrables) o hipotético- deductivo si las premisas de partida son hipótesis contrastables.

Inductivo

El método inductivo, cuando se emplea como instrumento de trabajo, es un procedimiento en el que comenzando por los datos se acaba llegando a la teoría, por lo tanto se asciende de lo particular a lo general.

3.6 Tipo de investigación

Exploratoria

Son las investigaciones que pretenden darnos una visión general de tipo aproximativo, respecto a una determinada realidad. Este tipo de investigación

se realiza especialmente cuando el tema elegido ha sido poco explorado y reconocido, y cuando más aun, sobre él es difícil formular hipótesis precisas o de cierta generalidad.

Descriptiva

Es un método científico que implica observar y describir el comportamiento de un sujeto sin influir sobre el de ninguna manera

Explicativa

Buscan encontrar las razones o causas que ocasionan ciertos fenómenos, su objetivo último es explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da este. Este tipo de método también está orientado a la comprobación de hipótesis causales de tercer grado; esto es, identificación y análisis de las causales (variables independientes) y sus resultados, los que se expresan como hechos verificables (variables dependientes).

Diagnostico

Es un proceso analítico que permite conocer la situación real de la organización en un momento dado para descubrir problemas y áreas de oportunidad, con el fin de corregir los primeros y aprovechar las segundas. En el diagnostico se examinan y mejoran los sistemas y prácticas de la comunicación interna y externa de una organización en todos sus niveles

Evaluativa

Es la investigación que tiene como objetivo evaluar los resultados de uno o más programas que hayan sido o estén explicados dentro de un contexto determinado

3.7 Métodos a utilizar en el Proyecto

Analítico

Vamos a llevarlo a cabo una vez que se han establecido bien los hechos con respecto a mi problema de investigación en este caso es la elevada deficiencia en el servicio de atención al cliente , este método se realiza para probar hipótesis específicas, el objetivo es conocer el fondo del problema

Deductivo

Se escogió este método ya que nos basamos en autores, se infieren enunciados particulares

Explicativa

Con este método encontraremos las razones o causas que este tipo de método también está orientado a la comprobación de hipótesis causales de tercer grado; identificación y análisis de las causas (variables independientes) y sus resultados, los que se expresan como hechos verificables (variables dependientes) de la deficiencia del servicio de atención en el call center.

3.8 POBLACION Y MUESTRA

La población.

Es generalmente el conjunto de individuos u objetos que tienen características similares y susceptibles que se puede ser estudiada y que son como el fundamento primordial de la investigación, en donde se debe definir, el plan y justificar el estudio, el tamaño de la muestra y el proceso de selección de las unidades de análisis.

La población se divide en las siguientes:

3.9.1 Tipos de Población

✓ Población objetivo

La población objetivo se refiere a todo el grupo de personas u objetos que les interesan a los investigadores para la generalización de las conclusiones.

- ✓ **La población de estudio-blanco o diana:** que describe la población a la que queremos extrapolar los resultados.
- ✓ **Población accesible:** La población accesible es la población en la investigación sobre la que los investigadores pueden aplicar sus conclusiones.
- ✓ **La población elegible:** Representa todas las personas que potencialmente pueden comprar el producto porque son una población mucha mayor que la objetiva.

Concepto de Población según autores

Hurtado y Toro (1998), definen que: “Población es el total de los individuos o elementos a quienes se refiere la investigación, es decir, todos los elementos que vamos a estudiar, por lo que se llama Universo. (p. 79)”.

De Barrera (2008), define la población como un conjunto de seres que poseen la características o evento a estudiar y que enmarcan dentro de los criterios de inclusión” (p.141)

Se desarrollara una tabla de la siguiente manera:

TABLA N°6 TABLA DE POBLACION

| ÁREA | CARACTERÍSTICAS | PERSONAL |
|------------------------------|--|----------|
| Presidencia Ejecutiva | Dirige y controlar el funcionamiento de toda la compañía, y la Representa en todos los negocios y contratos con terceros en relación con el objeto de la sociedad, también convoca y preside las reuniones de la Junta Directiva, Ejerce la representación legal de la compañía, Cumple y hace cumplir la función legal de la compañía, Firma cheques en forma conjunta con cualquiera de los dignatarios: Vicepresidente y Tesorero. | 1 |
| Dirección General | Planifica los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo, Organiza la estructura de la empresa actual y a futuro, Dirige la empresa, toma decisiones, supervisa y ser un líder dentro de ésta decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo, Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros. | 1 |
| asesoría legal | Vela por el cumplimiento de la normativa vigente, Asesora en el área legal a Gerencia y las unidades operativas y administrativas Asesora, en el área notarial a Gerencia y las unidades operativas y administrativas, Participa en las Juntas de Licitación y/o cotización para la realización de compras, Participa en distintas comisiones de recepción, pérdida o reposición de bienes y baja de inventarios. | 1 |

| | | |
|---|---|----------|
| <p>seguridad, salud e higiene</p> | <p>Realizar inspecciones periódicas de seguridad, Establecer normas adecuadas de seguridad, deben concordar con las disposiciones legales, Poner en funcionamiento y mejorar el programa de seguridad, Asesorarse sobre problema de seguridad, Ocuparse del control de las enfermedades ocupacionales, Ejecutar el plan de primeros auxilios.</p> | <p>3</p> |
| <p>Inteligencia de negocios</p> | <p>Trabaja directamente con los miembros del departamento, con proveedores externos, Se Encarga de depurar, transformar, analizar, convertir y optimizar la información de la compañía (interna y externa) para su posterior explotación, proporcionado información clave/recomendaciones a los Jefes de Negocio, Realiza desarrollos para la plataforma de inteligencia de negocios de la compañía tanto a nivel de cuadro de mandos como a nivel de informes, Desarrollar las estrategias de negocio, formulando en detalle las diferentes fases, planificando los proyectos a nivel de procesos y asignación de recursos, Aporta soluciones de mercado a los sistemas de información aportando comparativas y funcionalidades.</p> | <p>2</p> |
| <p>Seguridad de la Información</p> | <p>Diseña sistemas informáticos específicos, Programa sistemas informáticos específicos, Instala la infraestructura y equipo adquirido para proyectos o actividades informáticas, Provee el soporte necesario de computación a todas las unidades administrativas, Monitoreo de indicadores de controles de seguridad, Soporte a usuarios</p> | <p>4</p> |

| | | |
|---|---|-----------|
| <p>Dirección Regional UIO</p> | <p>Cumple y hacer cumplir las disposiciones legales y reglamentarias que atañen al servicio, Dicta los reglamentarios internos necesarios a la buena marcha del servicio, los que no podrán contravenir a las normas generales impartidas por el ministerio, Presenta al ministerio, el balance anual de servicio, Propone al ministro a través de la secretaria ministerial respectiva la creación o supresión de legaciones regionales, oficinas de call center locales dentro de la jurisdicción que corresponda el servicio</p> | <p>12</p> |
| <p>Dirección de Operaciones</p> | <p>Debe ser el encargado de motivar a su equipo en momentos complicados (desbordamiento de llamadas, falta de personal), El coordinador hace crecer a su equipo en el trabajo, hacer que la gente "fluya". A su vez será la persona que podrá reportar informes a sus responsables sobre que gente de la plantilla despunta ante un posible proceso de promoción interna, comparando así su trabajo con el del ojeador, con la diferencia de que trata día a día con ellos, el ojeador, viene, decide y se va.</p> | <p>12</p> |
| <p>Dirección de Marketing y Negocios</p> | <p>Diseña e implementa el Plan de Marketing de la organización, Define las estrategias de marketing para la oferta de servicios, Planifica, elabora y gestionar el presupuesto del departamento, bajo unos estándares de eficiencia y optimización de recursos, Analizar las acciones del departamento y evaluar y controlar los resultados de las mismas.</p> | <p>4</p> |

| | | |
|---|--|-----------|
| <p>Dirección de Sistemas</p> | <p>Administración de los sistemas operativos y al soporte a los usuarios de los computadores centrales o corporativos, con los objetivos de garantizar la continuidad del funcionamiento de las máquinas y del "software" al máximo rendimiento, y facilitar su utilización a todos los sectores de la comunidad de la Empresa.</p> | <p>10</p> |
| <p>Dirección de RRHH</p> | <p>Gestionar los procesos relacionados con la incorporación, mantenimiento y desvinculación de las personas de la organización (Administración de Personal, Identificar los perfiles (conocimientos, habilidades, rasgos de personalidad, actitudes y valores) que deberán tener estas personas así como determinar cuáles deben ser los sistemas de retribución más competitivos (Descripción de Puestos de Trabajo y Políticas Retributivas, Atraer a las personas con los perfiles más adecuados para cubrir las vacantes existentes (Selección),Facilitar la incorporación e integración de las personas dentro de la organización (Acogida)</p> | <p>12</p> |
| <p>Dirección Financiera y Adm.</p> | <p>Es el responsable máximo de las áreas de finanzas, administración y contabilidad de la empresa, Supervisa las funciones de contabilidad, control presupuestario, tesorería, análisis financiero, las auditorías y los sistemas de proceso de datos, Se responsabiliza, directamente o a través de su personal, de la veracidad de las cuentas de la empresa en sus partidas de activo, pasivo y resultados.</p> | <p>8</p> |

| | | |
|--------------------------------------|---|-----------|
| <p>Operadores Telefónicos</p> | <p>Proporcionar un servicio al cliente de forma personalizada con un alto nivel de calidad, despertando el interés de los clientes en los productos y servicios ofrecidos por la organización, Responder a las llamadas entrantes y ayudar a los clientes que tienen consultas particulares o preguntas, Ayudar a los clientes de la organización basada en la comunicación con el servicio de consultas y solución de problemas, Responder a las consultas de los clientes y las preguntas con prontitud, Proporcionar información periódica sobre la eficacia y la solidez de la políticas y procedimientos del departamento del servicio al cliente, Determinación de los problemas en las consultas o quejas y la proposición de soluciones para mejoras.</p> | <p>30</p> |
|--------------------------------------|---|-----------|

Fuente: Elaboración de la autora

3.9.2 Muestra

Una muestra es una pequeña porción de algo, representativa de un todo, que es usada para llevarla a conocimiento público o analizarla.

También podemos decir que es una parte o una porción de un producto o servicio que permite conocer la calidad del mismo.

Ballestrini (2006), señala que: “una muestra es una parte representativa de una población, cuyas características deben producirse en ella, lo más exactamente posible. (p.141)”.

“Se llama muestra a una parte de la población a estudiar que sirve para representarla” Mumia R. Spiegel (1991)

3.9.3 Tipos de Muestra

Muestra probabilística

Es una técnica de muestreo de las muestras recogidas es decir, aquellos en los que todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos en un proceso que brinda a toda la población las mismas al ser seleccionadas, identificadas y enumeradas que a su vez son calculadas con precisión estadística.

Existen varios tipos de muestreo probabilístico y se representan por:

Muestreo Aleatorio Simple

Este muestreo es el más fácil en los procedimientos empleados ya que se asigna a cada individuo de la población aquí lo único que hace el investigador es asegurarse de que todos los miembros de la población estén en la lista y después debe de seleccionar al azar el número que se desea de los sujetos de la población.

Muestreo Estratificado

Este procedimiento es frecuente cuando se realiza un estudio de interés estudiar una serie de subpoblaciones (estratos) en la población, y se los divide para el estudio en grupos y clases homogéneas por edades, por sexo hecho esto la muestra se escoge aleatoriamente en número proporcional al de los componentes de cada clase o estratos siendo importante que la muestra hay representación de todos y cada uno de los estratos considerados. El muestreo aleatorio simple nos garantiza que tal cosa ocurra. Para evitar esto, se saca una muestra de cada uno de los estratos.

Muestreo Sistemático

Este procedimiento es muy sencillo ya que es la elección de una muestra a

partir de los elementos de una lista según un orden determinado o recorriendo la lista a partir de un número de un individuo al azar y el resto del proceso es trivial y rápido.

Muestreo por Conglomerados

Este muestreo es una técnica que se encuentra dividida, de manera natural, en grupos que se suponen que contienen toda la variabilidad de la población, es decir la representan fielmente respecto a la características a elegir, pueden seleccionarse solo algunos de estos grupos para la realización del estudio .aprovecha la existencia de grupos en la población que representan de manera correcta la totalidad de la población que deseamos medir.

Muestreo Polietápico

Este muestreo se caracteriza por obtenerlas muestras en sucesivas etapas, se combina el muestreo aleatorio simple con el muestreo por conglomerados lo cual realizan una secuencia de etapas de selección de unidades muestrales de mayor rango a oros de menor hasta llegar a los individuos o elementos que constituyan la muestra.

Muestra no Probabilística.

Hernández, et al, (2003) acota que es el “subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación”, (pág. # 306).

Me indica que es una técnica de muestreo en donde las muestras se recopilan mediante un procedimiento en donde no se brinda a todos los individuos de una población iguales oportunidades de ser seleccionados. Es decir que el investigador decide si la muestra es o no representativa.

Existen varios tipos de muestreo no probabilístico y se representan por:

Muestreo por conveniencia.

John w.creswell, (2008) lo define como “un procedimiento de muestreo cuantitativo en el que investigador selecciona a los participantes, ya que están dispuestos y disponibles para ser estudiados” (pág. #144).

Me muestras que son seleccionadas porque son fáciles de conseguir para el investigador es decir que los sujetos son seleccionados porque son sencillos para reclutar y así esta técnica es la más barata y con la cual menos tiempo se lleva.

Muestreo por Cuotas

Este muestreo se determina en fijar el número de elementos que reúne una determinada condiciones la selección de las cuotas suele ser mediante “rutas” o “itinerarios” en donde el investigador se asegura la representación equitativa y proporcionada de los sujetos, en la función de que rasgos es considerado base de cuota.

Muestreo Intencional

Es una muestra con propósito, lo que significa que los investigadores que emplean el muestreo deciden elegir un grupo específicos de personas u objetos dentro de una población para su análisis sin embargo los investigadores aún tiene la intención de describir a la población como un todo. El grupo elegido a menudo es el que puede ofrecer la mayor parte de la información a los investigadores.

Es caracterizado por el máximo esfuerzo que se hace para poder recopilar

las muestras ya que se realiza sobre la base del conocimiento y criterios del investigador en la experiencia con la población.

Muestreo incidental

Determina deliberadamente que los individuos formaran parte de la muestra tratando de escoger a los casos considerados típicamente representativos de la población. Los criterios de elección suelen basarse generalmente en el conocimiento teórico sobre el tema objeto de estudio donde el investigador selecciona directa o intencionalmente a los individuos de una población, el caso más ocurrente de este tipo de procedimiento es utilizar como muestra a los individuos que se tiene más fácil acceso.

Determinamos la muestra mediante el método no probabilístico por conveniencia ya que es el menos costoso y se lo realiza en el menor tiempo posible.

Determinamos la muestra mediante el método no probabilístico por conveniencia ya que es el menos costoso y se lo realiza en el menor tiempo posible nos permitirá obtener mayor detalle de los datos una menor cantidad de personal requerido un mejor entrenamiento de quienes participan además es la opción para estudiar el problema con detalles, analizar los datos obtenidos de las muestras y presentar sus resultados.

Se encuestó a 20 operadores telefónicos de la compañía

TABLA N°7 TABLA DE MUESTRA

| | | |
|-------------------------------|---|----|
| OPERADORES TELEFÓNICOS | Proporcionar un servicio al cliente de forma personalizada con un alto nivel de calidad, despertando el interés de los clientes en los productos y servicios ofrecidos por la organización, Responder a las llamadas entrantes y ayudar a los clientes que tienen consultas particulares o preguntas, Ayudar a los clientes de la organización basada en la comunicación con el servicio de consultas y solución de problemas, Responder a las consultas de los clientes y las preguntas con prontitud, | 20 |
|-------------------------------|---|----|

Fuente: Elaboración de la autora

3.10 Formato de Encuesta:



Encuesta N°

Estudiante del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, de la carrera de Tecnología en Administración de Empresas se está realizando una investigación sobre la Deficiencia en el Servicio Al Cliente lo que genera insatisfacción en el Usuario de “AMERICAN CALL CENTER” se llevara a cabo la utilización de la encuesta como herramienta de recolección de datos por el cual se desarrollaron las siguientes preguntas Le pido de favor dedicar unos minutos de su tiempo para llenar la siguiente encuesta.

Objetivo de la encuesta: Es determinar cómo se está llevando a cabo el servicio al cliente en el call center y que es lo que está generando insatisfacción en los usuarios si es necesario implementar una propuesta de mejorar el mismo.

Datos Generales

Edad: 18 A 22 23 A 27 28 A 32 33 EN ADELANTE

Género:

Femenino Masculino

Nivel de Educación:

Primario Secundario Superior

1. Cuando ingreso a su área de trabajo, lo capacitaron sobre los servicios que ofrece “AMERICAN CALL CENTER”?

SI

NO

2. Cuánto tiempo tiene experiencia en servicio al cliente?

- 1 año
- 3 años
- 5 años
- Ninguna

3. Cuando le asignaron sus funciones tuvo capacitación previa?

- SI
- NO

4. Conoce si existe algún instructivo sobre el servicio al cliente

- SI
- NO

5. Ante un cliente difícil, Ud. Como respondería?

- No sabe que hacer
- Transfiere la llamada a su inmediato superior
- Busca la forma de solucionar el problema
- No lo atiende y cierra la llamada

6. Conoce a que personas puede contactarse en caso de que no pueda solventar las inquietudes del cliente

- SI
- NO

7. Si Ud. Tiene problemas en su trabajo, hay alguna otra persona aparte de su jefe inmediato con quien pueda hablar?

Personal de Recursos Humanos
Jefe de área

8. En general, cuál es su grado de satisfacción con su área de trabajo?

Muy satisfecho
Bastante satisfecho
Poco satisfecho
Nada satisfecho

9. Ud. Ayuda a los clientes con el servicio de consultas y solución de problemas?

SI
NO

10.A qué nivel Ud. Determina los problemas en las consultas o quejas y la proposición de soluciones para mejoras?

Rápido
Normal
Lento

11. Realiza Ud. un reporte diario según las necesidades del cliente?

SI
NO

12. Como responden Uds. A las llamadas entrantes que solicitan los clientes que tienen consultas particulares o preguntas?

De manera Oportuna
De manera Ineficiente
De manera eficiente

13. Realizan actualizaciones de la base de datos existentes con las modificaciones o cambios y el estado actual de los clientes o posibles clientes?

SI
NO

14. Uds. Comprueban y categorizan los problemas de los clientes?

SI
NO

15. Proporciona Ud. un servicio al cliente de forma personalizada con un alto nivel de calidad, despertando el interés de los clientes en los productos y servicios ofrecidos por la organización

SI
NO

Muchas Gracias!

CAPITULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

En este capítulo se dará a conocer los instrumentos de investigación descriptiva que se realizó a los colaboradores de las áreas de la empresa, las herramientas de recolección de datos se puso en marcha con previa autorización del supervisor de los agentes del call center.

Para llevar a cabo el análisis de una forma más clara se desarrolló los contenidos del marco teórico juntos con las variables de investigación en las cuales se desarrolló un cuestionarios de preguntas con la finalidad de obtener las causas del porque existe la elevada ineficiencia en el servicio de atención al cliente que genera insatisfacción en el usuario, retraso en el desempeño de las funciones de los colaboradores de la empresa de y así poder contribuir con la creación de técnicas innovadoras para que haya éxito en la empresa AMERICAN CALL CENTER

El análisis de la encuesta que se realizó a los colaboradores de la empresa, se demuestra aplicando los siguientes 2 métodos escogidos como el deductivo, analítico, en lo que respecta a la investigación fue la explicativa además para la muestra se escogió el muestreo no probabilístico por conveniencia ya que el complemento de todos estos métodos aplicados nos llevaron a la situación real del problema que se presenta en la empresa antes mencionado. Por medio de este análisis se presenta los cuadros y gráficos con su respectivos análisis e interpretación para dar a conocer los resultados obtenidos.

Datos Generales de los Encuestados

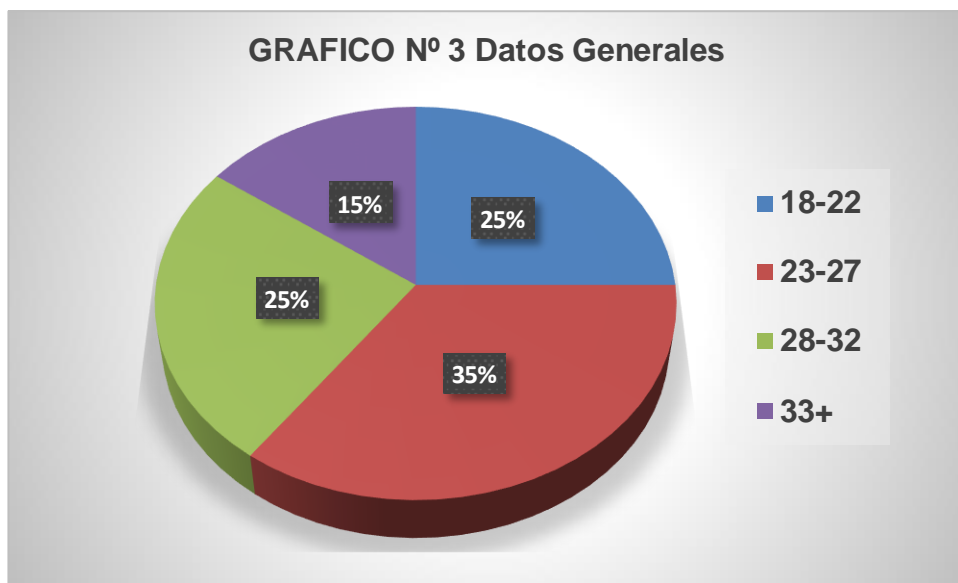
Edad:

TABLA N° 8 EDADES DE LOS ENCUESTADOS

| Edades | | porcentaje |
|--------|----|------------|
| 18-22 | 5 | 25% |
| 23-27 | 7 | 35% |
| 28-32 | 5 | 25% |
| 33+ | 3 | 15% |
| total | 20 | |

Fuente: Elaboracion de la autora

GRAFICO N °3 DATOS GENERALES



Fuente: Elaboración de la autora

En cuanto a edades de los agentes encuestados tenemos un 25% de 18 a 22 años, un 35% de 23 a 27, un 25% de 28 a 32, y un 15% de 33 años en adelante

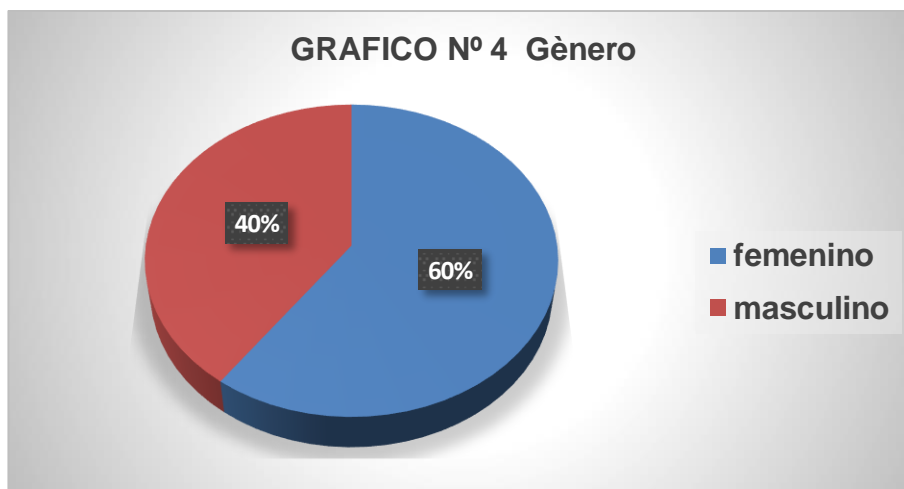
Género:

TABLA N° 9 GÉNERO

| Genero | | porcentaje |
|-----------|----|------------|
| femenino | 12 | 47% |
| Masculino | 8 | 53% |

Fuente: Elaboración de la autora

GRAFICO N° 4 GÉNERO



Fuente: Elaboración de la autora

El 60% de los encuestados corresponde al género femenino, mientras que el 40% corresponde al género masculino

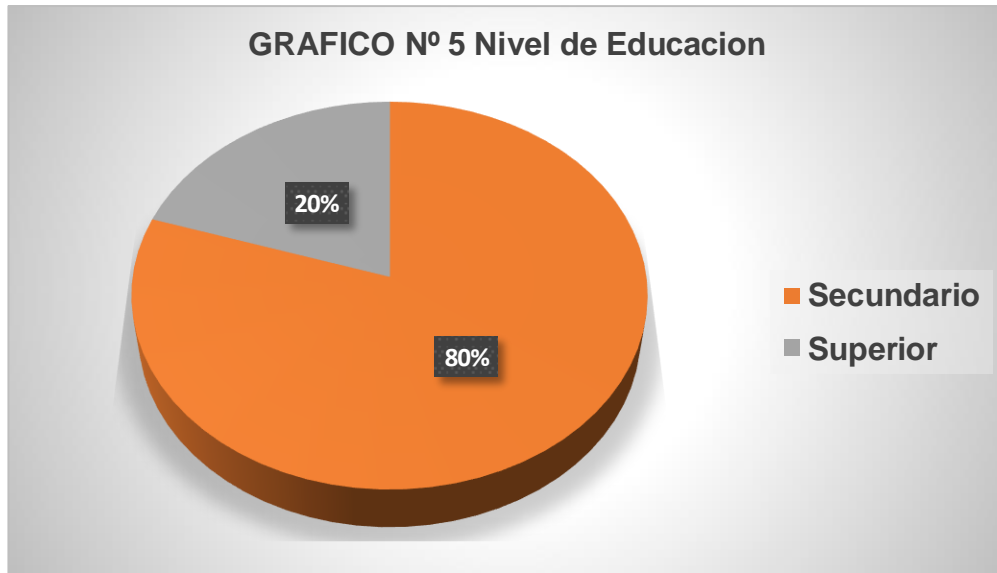
Nivel de Educación

TABLA N°10 Nivel de Educación

| | | |
|------------|----|-----|
| Primario | 0 | - |
| Secundario | 16 | 80% |
| Superior | 4 | 20% |

Fuente: Elaboración de la autora

GRAFICO N°5 NIVEL DE EDUCACION



Fuente: Elaboración de la autora

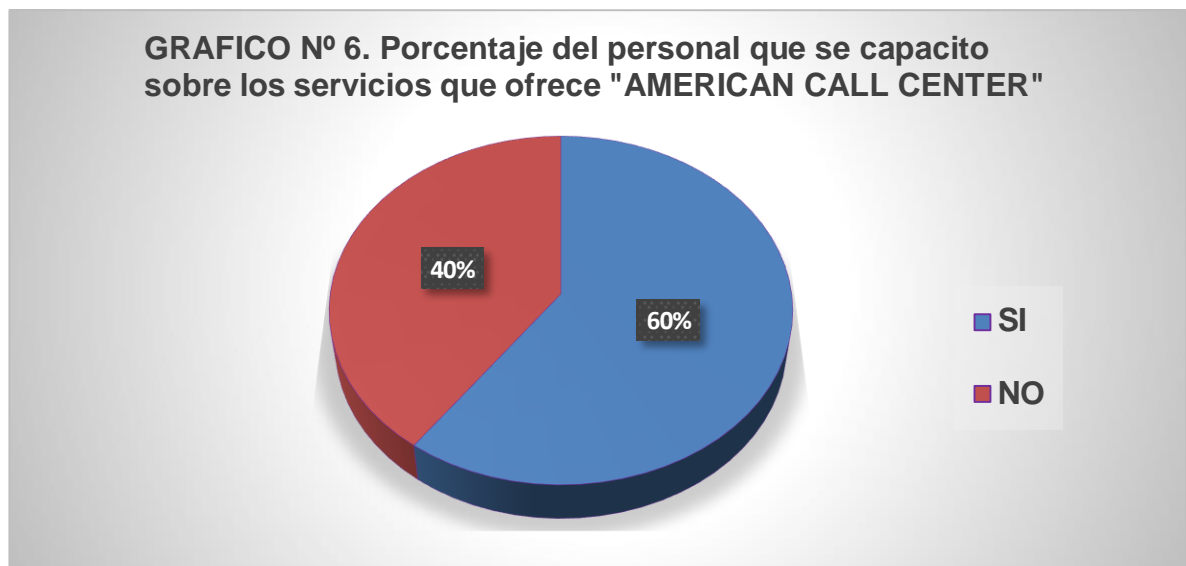
En el porcentaje de nivel de educación corresponde al 80%, y el superior al 20%

1. Cuando ingreso a su área de trabajo, lo capacitaron sobre los servicios que ofrece "AMERICAN CALL CENTER"?

TABLA N° 11

| | | |
|----|----|-----|
| SI | 12 | 60% |
| NO | 8 | 40% |

GRAFICO N°6 PORCENTAJE QUE SE CAPACITO SOBRE LOS SERVICIOS QUE OFRECE "AMERICAN CALL CENTER"



Fuente: elaboración de la autora

Análisis: De la encuesta realizada obtuvimos que el 60% de los empleados si tuvo un curso de inducción sobre los servicios que se ofrecen en la empresa y el 40% no lo hizo

Interpretación: tenemos que la mayoría de los agentes que ingresaron a la empresa si se les hizo conocer y capacitar sobre los servicios que ofrece la empresa.

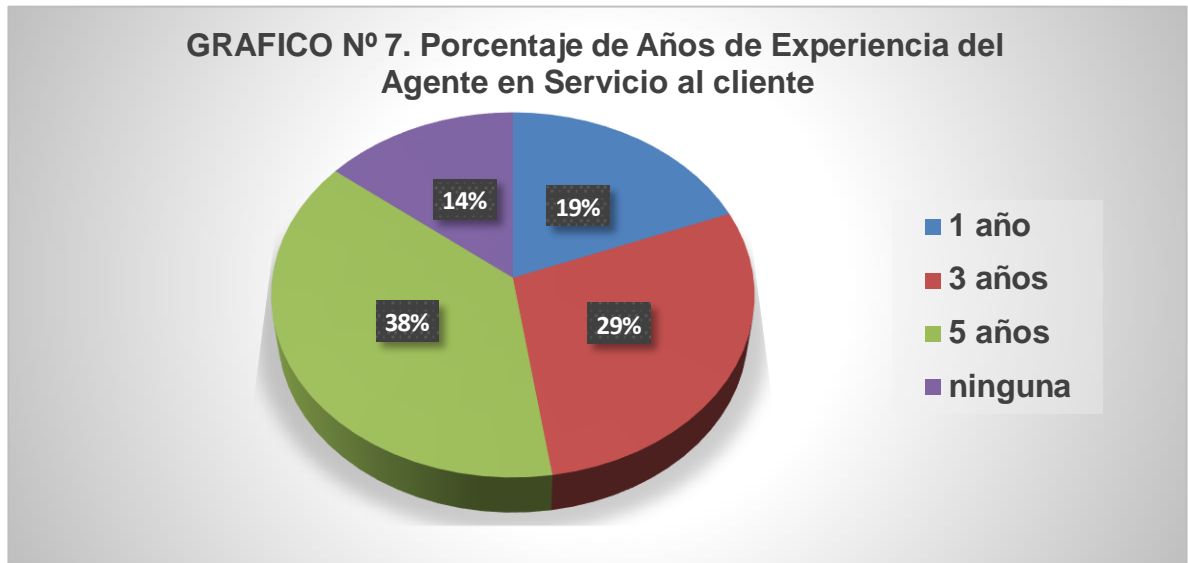
2. Cuánto tiempo tiene de experiencia en servicio al cliente?

TABLA N° 12

| | | |
|----------------|---|-----|
| 1 año | 4 | 19% |
| 3 años | 6 | 29% |
| 5 años | 8 | 38% |
| Ninguna | 3 | 14% |

Fuente: Elaboración de la autora

GRAFICO N°7 PORCENTAJE DE AÑOS DE EXPERIENCIA DEL AGENTE EN SERVICIO AL CLIENTE



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis: El 38% del personal tiene 5 años de experiencia en servicio al cliente, el 29% tiene 3 años, el 19% tiene un 1 y el 14% no tiene experiencia alguna.

Interpretación: el mayoría del personal que labora actualmente tiene 5 años de experiencia en servicio al cliente, mientras la otra parte tiene 3 o 1 año de experiencia.

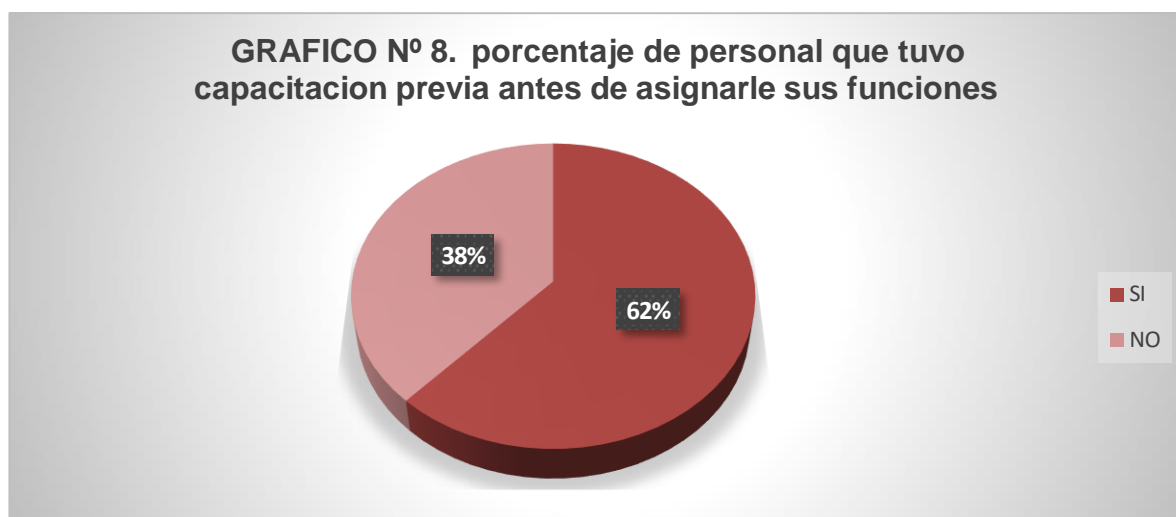
3. Cuando le asignaron sus funciones tuvo capacitación previa?

TABLA N° 13

| | | |
|-----------|----|-----|
| SI | 13 | 62% |
| NO | 8 | 38% |

Fuente: Elaboración de la autora

GRAFICO N°8 PORCENTAJE DE PERSONAL QUE TUVO CAPACITACION PREVIA ANTES DE ASIGNARLE SUS FUNCIONES



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis El 62% de los agentes ha tenido capacitación previa antes de iniciar sus funciones, el 38% no la tuvo

Interpretación: el mayor porcentaje de los agentes si a recibido una capacitación previa antes de iniciar sus funciones

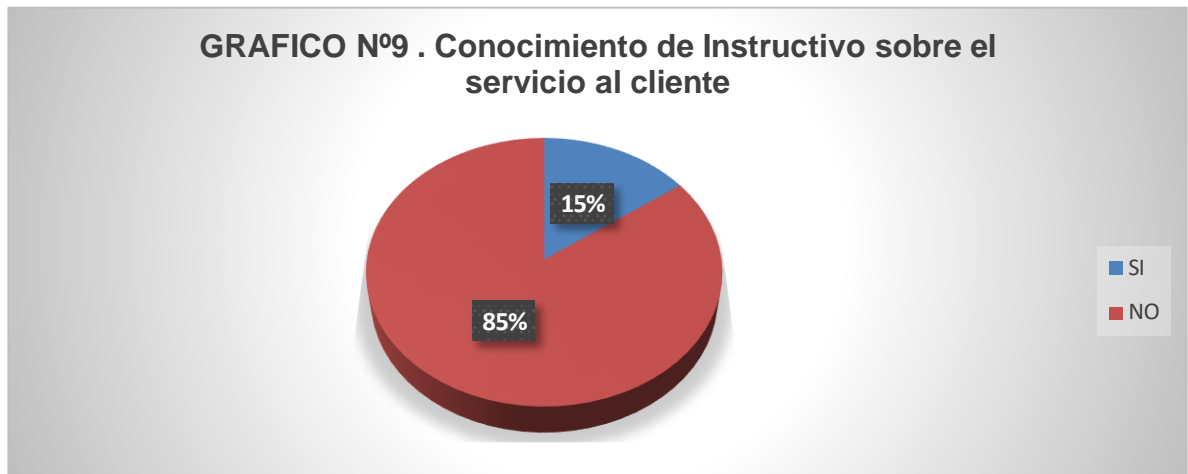
4. Conoce si existe algún instructivo sobre el servicio al cliente?

TABLA. 14

| | | |
|-----------|----|-----|
| SI | 3 | 15% |
| NO | 17 | 85% |

Fuente: Elaboración de la autora

GRAFICO N°9 CONOCIMIENTO DE INSTRUCTIVO SOBRE EL SERVICIO AL CLIENTE



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis: El 85% no conoce la existencia de un instructivo sobre el servicio al cliente, mientras que el 15% si lo conoce.

Interpretación: se explica que hay un resultado mayor lo que corresponde a que la mayoría de los agentes tiene conocimiento si existe un instructivo sobre el servicio al cliente

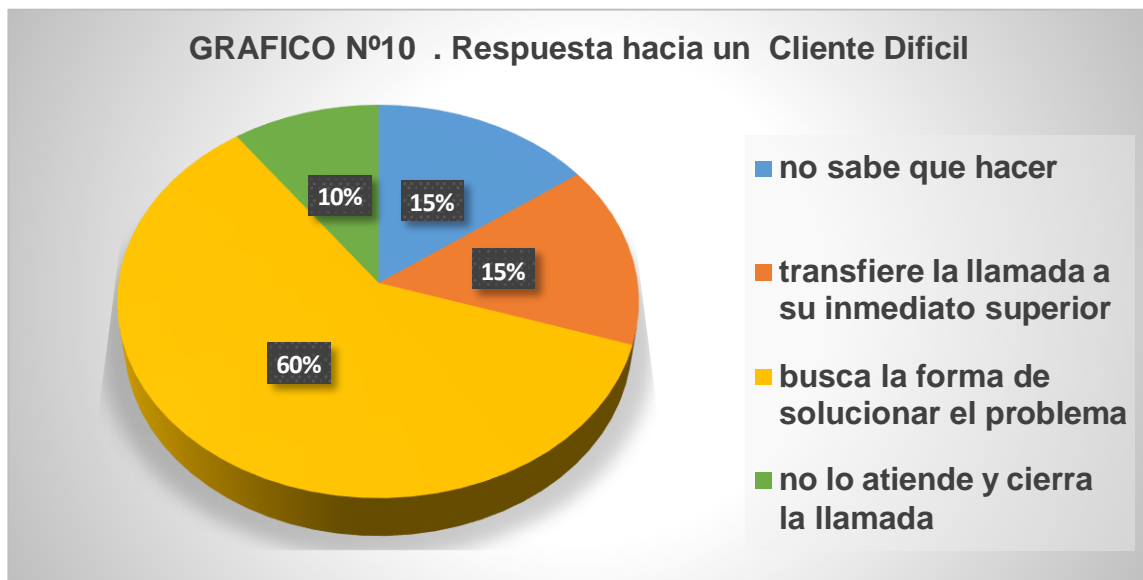
5. Ante un cliente difícil, Ud. como respondería?

TABLA N° 15

| | | |
|--|----|-----|
| no sabe qué hacer | 3 | 15% |
| transfiere la llamada a su inmediato superior | 3 | 15% |
| busca la forma de solucionar el problema | 12 | 60% |
| no lo atiende y cierra la llamada | 2 | 10% |

Fuente: Elaboración de la autora

GRAFICIO N°10 RESPUESTA HACIA UN CLIENTE DIFICIL



Fuente: Elaboración de Autora

Análisis: El 15% de los agentes encuestados no sabe qué hacer, el otro 15% transfiere su llamada a su inmediato superior, el 60% busca la forma de solucionar sus problemas, el 10% no lo atiende y cierra la llamada.

Interpretación: la mayoría de los encuestados si busca la forma de solucionar el problema del cliente

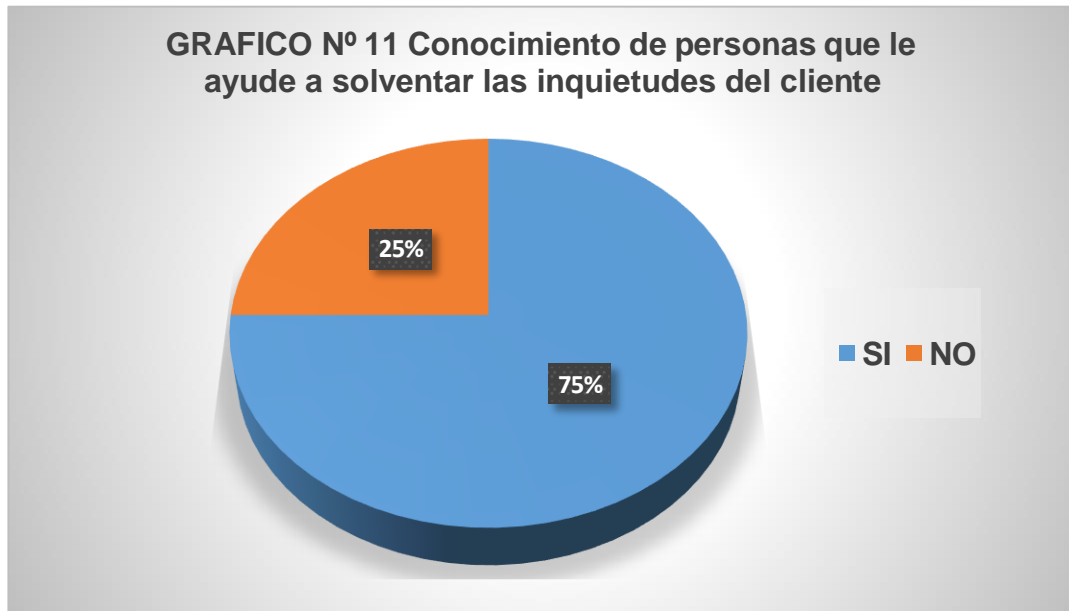
6. Conoce a que personas puede contactarse en caso de que no pueda solventar las inquietudes del cliente?

TABLA N °16

| | | |
|----|----|-----|
| SI | 15 | 80% |
| NO | 5 | 20% |

Fuente: Elaboración de la autora

GRAFICO N°11 CONOCIMIENTO DE PERSONAS QUE LE AYUDE A SOLVENTAR LAS INQUIETUDES DEL CLIENTE



Fuente: Elaboración de la Autora

Análisis El 75% de los encuestados sabe con quién puede contactarse en caso de que no pueda ayudar al cliente, el 25 % no sabe a quién acudir

Interpretación tenemos que la mayoría de los agentes sabe a quién puede acudir

Para que le ayude a solventar las inquietudes del cliente.

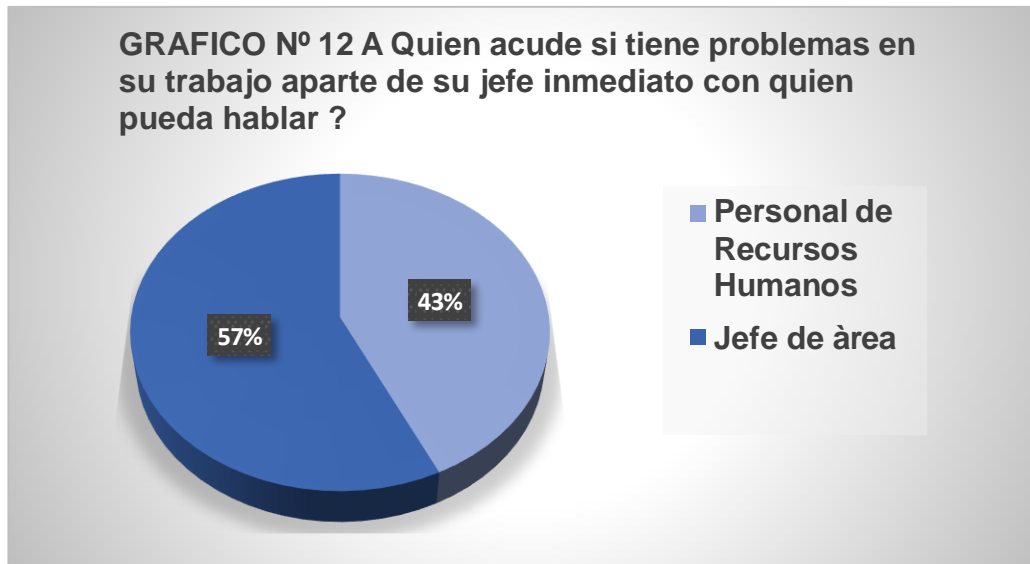
7. Si Ud. Tiene problemas en su trabajo, hay alguna otra persona aparte de su jefe inmediato con quien pueda hablar?

TABLA N° 17

| | | |
|-------------------------------------|----|-----|
| Personal de Recursos Humanos | 9 | 43% |
| Jefe de área | 12 | 57% |

Fuente: Elaboración de la autora.

GRAFICO N°12 A QUIEN ACUDE SI TIENE PROBLEMAS EN SU TRABAJO APARTE DE SU JEFE INMEDIATO CON QUIEN PUEDA HABLAR



Fuente: Elaboración de la Autora

Análisis: El 57% hablaría con el jefe de área, mientras que el 43% lo hace con el personal de Recursos Humanos.

Interpretación: tenemos que el mayor porcentaje de los agentes acude al jefe de área si tiene problemas en su trabajo aparte del jefe inmediato.

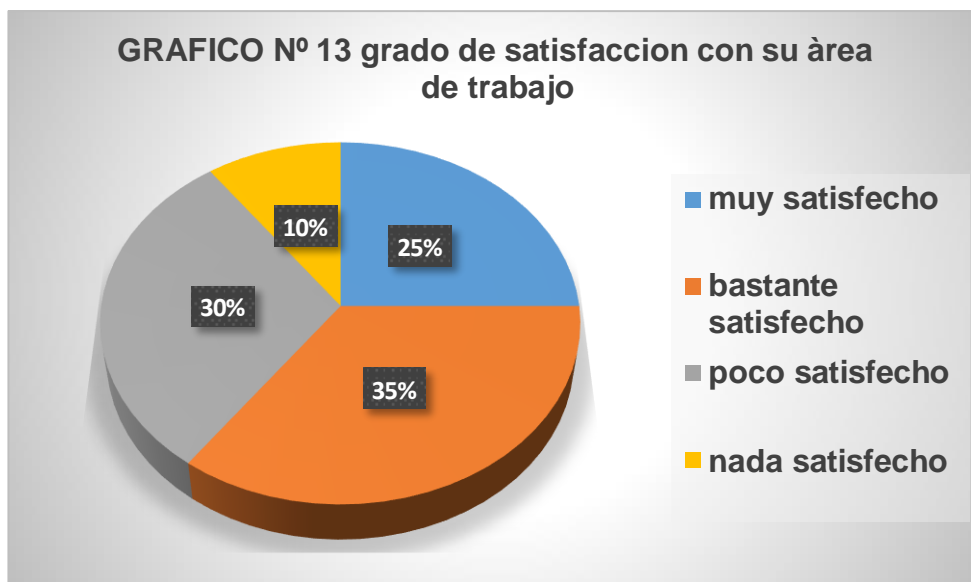
8. En general, cuál es su grado de satisfacción con su área de trabajo?

TABLA N° 18

| | | | |
|----------------------------|----------|------------|--|
| muy satisfecho | 5 | 25% | |
| bastante satisfecho | 7 | 35% | |
| poco satisfecho | 6 | 30% | |
| nada satisfecho | 2 | 10% | |

Fuente: Elaboración de la autora

GRAFICO N°13 GRADO DE SATISFACCION CON SU AREA DE TRABAJO



Fuente: Elaboración de la Autora

Análisis El 25% está muy satisfecho con su área de trabajo, el otro 35% se encuentra bastante satisfecho, el 30% poco satisfecho, y el 10% nada satisfecho

Interpretación: tenemos que el mayor de porcentaje de los encuestados se siente bastante satisfecho con su área de trabajo.

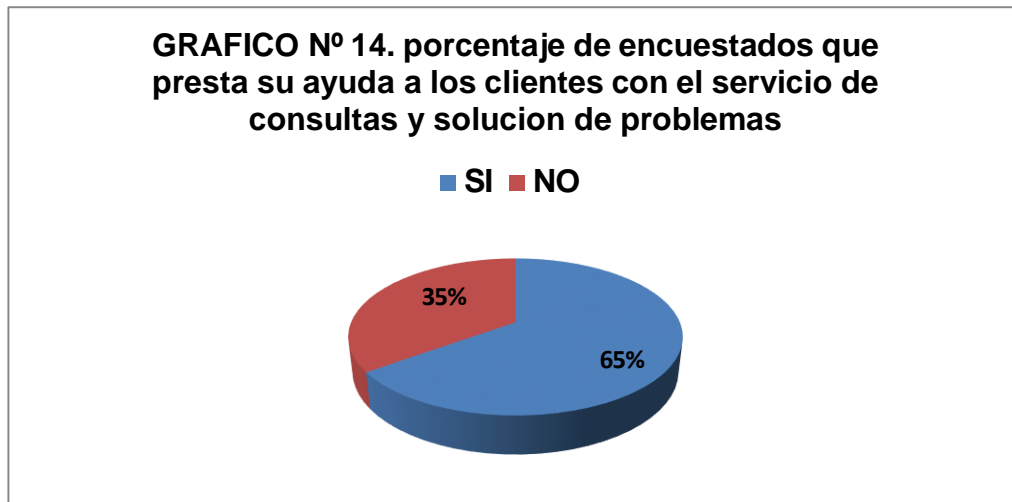
9. Ud. Ayuda a los clientes con el servicio de consultas y solución de problemas?

TABLA. 19

| | | |
|----|----|-----|
| SI | 13 | 87% |
| NO | 7 | 13% |

Fuente: Elaboración de la autora

GRAFICO N °14 PORCENTAJE DE LOS ENCUESTADOS QUE PRESTA SU AYUDA A LOS CLIENTES CON EL SERVICIO DE CONSULTAS Y SOLUCION DE PROBLEMAS



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis Tenemos que un 65% de los encuestados si ayuda al cliente con el servicio de consultas y solución de problemas, mientras que un 35% no presta su ayuda.

Interpretación: la mayoría de los encuestados si presta su ayuda al cliente con el servicio de consultas y solución de problemas, mientras que el menor porcentaje de los encuestados no lo hace.

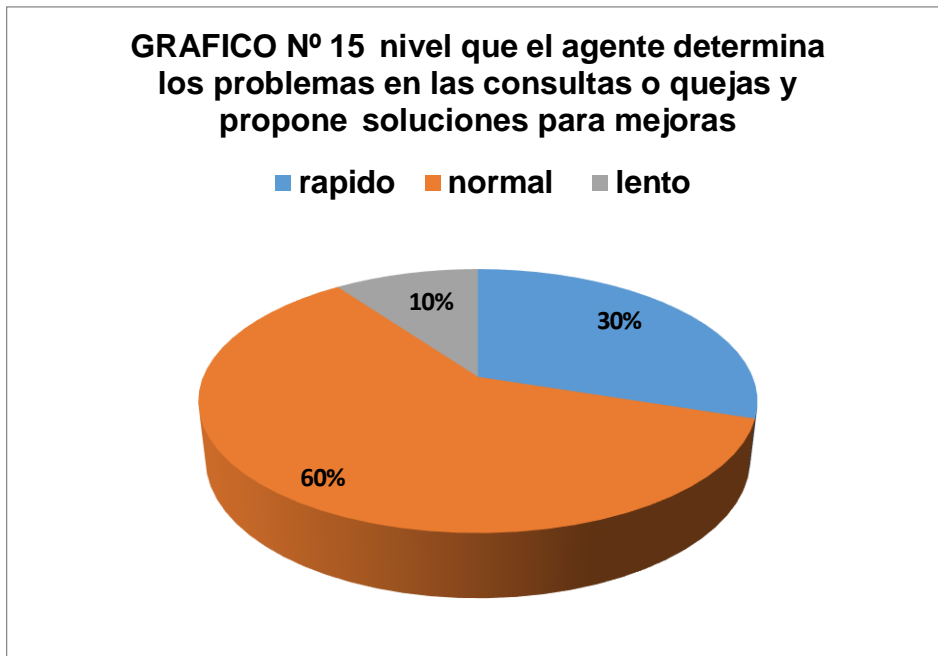
10. A qué nivel Ud. Determina los problemas en las consultas o quejas y la proposición de soluciones para mejoras?

TABLA N° 20

| | | |
|---------------|----|-----|
| rápido | 6 | 30% |
| normal | 12 | 60% |
| lento | 2 | 10% |

Fuente: Elaboración de la Autora

GRAFICO N°15 NIVEL QUE EL AGENTE DETERMINA LOS PROBLEMAS EN LAS CONSULTAS O QUEJAS Y PROPONE SOLUCIONES PARA MEJORAS



Fuente: Elaboración de la Autora

Análisis El 30% de los agentes encuestados determina a un nivel rápido los problemas en las consultas o quejas y propone soluciones para mejoras, el 30% lo hace de una manera normal, y solo el 10% de una manera lenta.

Interpretación la mayoría de los agentes encuestados determinan los problemas en las consultas o quejas de una manera normal es decir ni rápida ni lenta

11. realiza Ud. Un reporte diario según las necesidades del cliente?

TABLA N° 21

| | | |
|----|----|-----|
| SI | 7 | 13% |
| NO | 13 | 87% |

Fuente: Elaboración de la Autora

GRAFICO N°16 PORCENTAJE DE AGENTES QUE REALIZA UN REPORTE DIARIO SEGÚN LAS NECESIDADES DEL CLIENTE



Fuente: Elaboración de la Autora

Análisis El 87% de los encuestados no realiza un reporte diario según las necesidades del cliente, más el 13% si lo hace.

Interpretación: determinamos que el mayor porcentaje de los agentes no realiza un reporte diario según las necesidades del cliente

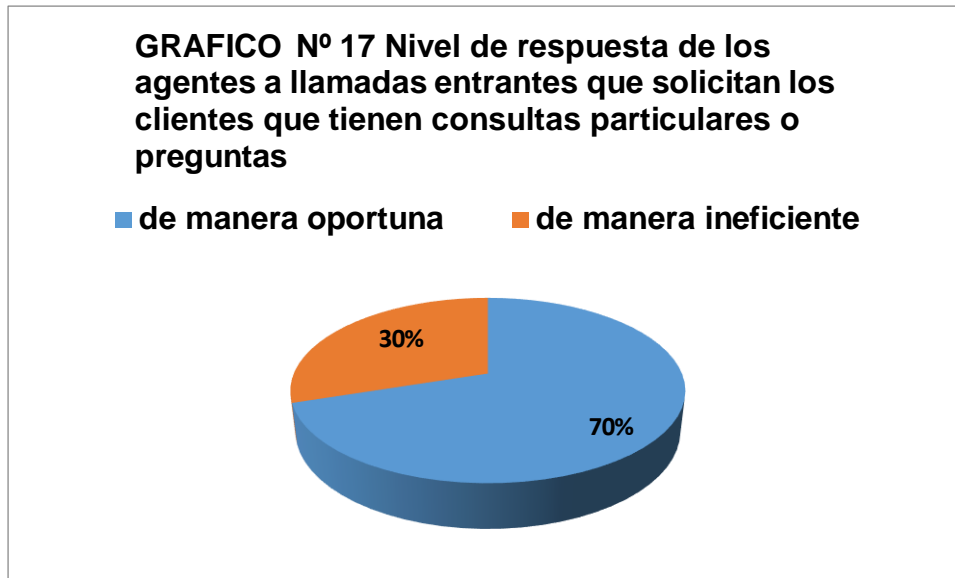
12. Como responden Uds. A las llamadas entrantes que solicitan los clientes que tienen consultas particulares o preguntas?

TABLA N° 22

| | | | |
|-----------------------|----|-----|--|
| de manera oportuna | 14 | 87% | |
| de manera ineficiente | 6 | 13% | |

Fuente: Elaboración de la autora

GRAFICO N°17 NIVEL DE RESPUESTA DE LOS AGENTES A LLAMADAS ENTRANTES QUE SOLICITAN LOS CLIENTES QUE TIENEN CONSULTAS PARTICULARES O PREGUNTAS



Fuente: elaboración de la autora

Análisis El 70% de los agentes encuestados responden de una manera oportuna, mientras que el 30% lo hace de una manera ineficiente

Interpretación: en la encuesta realizada se determinó la mayoría de los agentes si contesta de una manera oportuna a las llamadas entrantes de las consultas que solicitan los clientes que tienen consultas particulares o preguntas

13. Realizan actualizaciones de la base de datos existentes con las modificaciones o cambios y el estado actual de los clientes o posibles clientes?

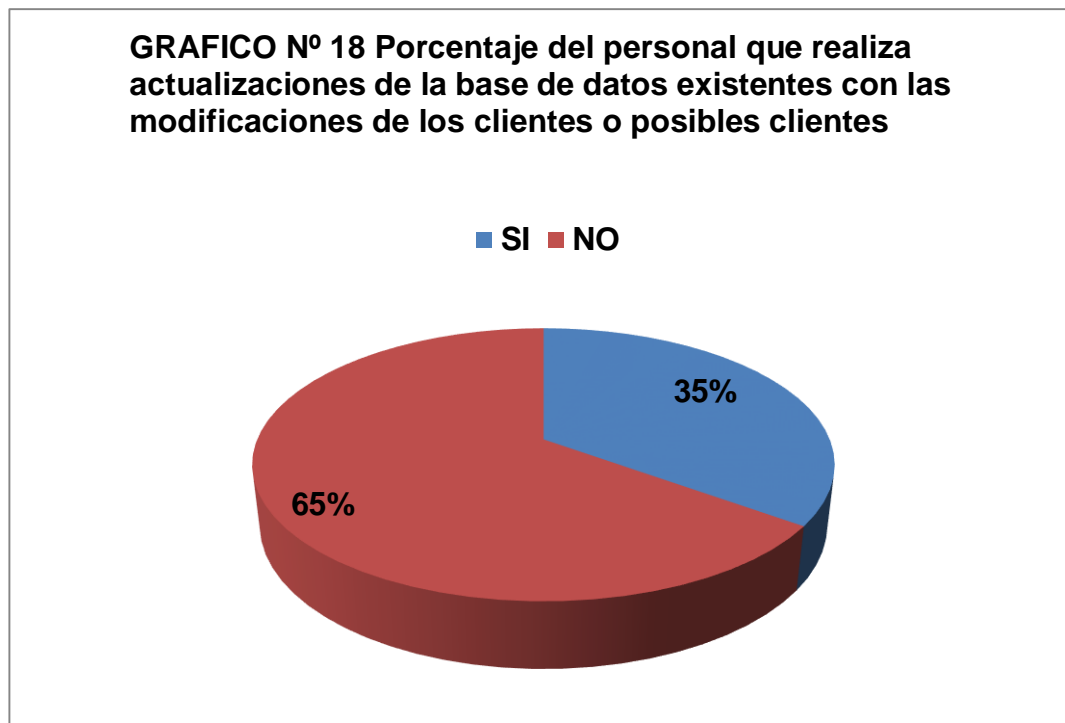
TABLA Nº 23

| | | |
|----|----|-----|
| SI | 7 | 35% |
| NO | 13 | 65% |

Fuente: Elaboración de la Autora

GRAFICO Nº18 PORCENTAJE DEL PERSONAL QUE REALIZA ACTUALIZACIONES DE LA BASE DE DATOS EXISTENTES CON LAS MODIFICACIONES DE LOS CLIENTES O POSIBLES CLIENTES

Fuente: Elaboración de la Autora



Análisis El 65% de los encuestados no realiza actualizaciones de la base de datos existentes con las modificaciones o cambios en el estado actual de los clientes o posibles clientes, mientras que el 35% si lo realiza.

Interpretación: en la encuesta realizada se determinó que el porcentaje más alto es del personal que si realiza actualizaciones de la base de datos con los clientes o posibles clientes

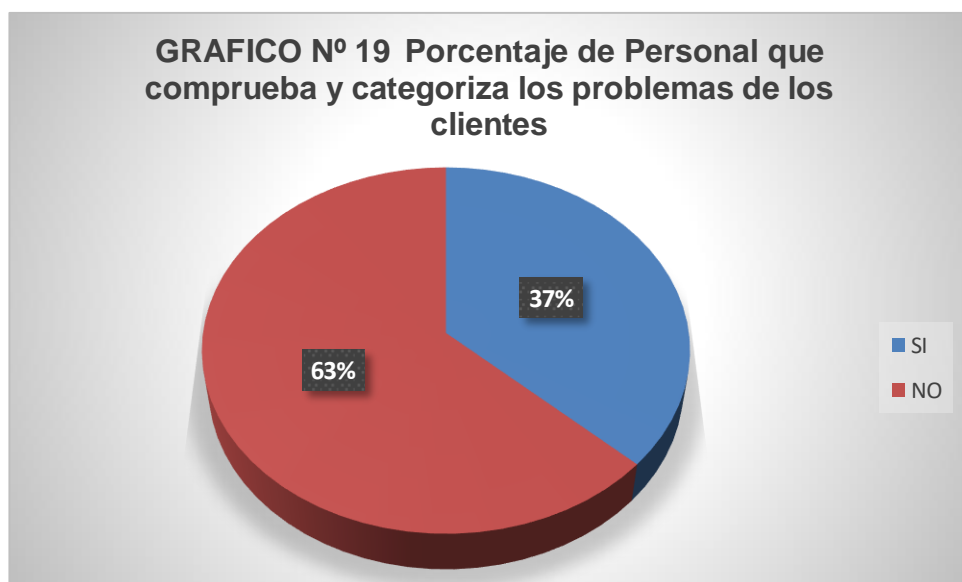
14. Uds. Comprueban y categorizan los problemas de los clientes?

TABLA N° 24

| | | |
|----|----|-----|
| SI | 7 | 37% |
| NO | 12 | 63% |

Fuente: Elaboración de la autora

GRAFICO N °19 PORCENTAJE DE PERSONAL QUE COMPRUEBA Y CATEGORIZA LOS PROBLEMAS DE LOS CLIENTES



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis: tenemos que un 63% por ciento del personal encuestado no comprueba ni categoriza los problemas del personal, mientras que el 37% si lo hace

Interpretación: el porcentaje más alto nos indica que el personal no comprueba ni categoriza los problemas de los clientes

15. Proporciona Ud. un servicio al cliente de forma personalizada con un alto nivel de calidad, despertando el interés de los clientes en los productos y servicios ofrecidos por la organización

TABLA N°25

| | | |
|-----------|----|-----|
| SI | 18 | 90% |
| NO | 2 | 10% |

Fuente: Elaboración de la autora

GRAFICO N° 20 PERSONAL QUE BRINDA UN SERVICIO AL CLIENTE PERSONALIZADO Y DE ALTA CALIDAD



Fuente: elaboración de la Autora

Análisis: en esta encuesta se determinó que un 90% de los encuestados si brinda un buen servicio al cliente de forma personalizada y de alta calidad, mientras que el 10% no lo hace

Interpretación: En cuanto al análisis realizado la mayoría del personal si brinda un buen servicio al cliente. Pero existe un pequeño porcentaje que no lo brinda y es ahí donde debemos investigar a que se debe ese bajo desempeño

5. CONCLUSION

Basados en los resultados obtenidos en el trabajo de investigación realizado al personal de agentes telefónicos del “AMERICAN CALL CENTER”

- ✓ El personal que labora en el call center debe capacitarse más acerca de los servicios que ofrece la empresa
- ✓ Se desconoce si existe un instructivo sobre el servicio al cliente, lo que afecta a la empresa a que brinde una asistencia de calidad e impide el desarrollo óptimo de las actividades
- ✓ Poca motivación en el personal
- ✓ No todo el personal presta su apoyo a los clientes al servicio de ayuda y solución de problemas, debido al estrés al que están sometidos durante sus horas laborales.
- ✓ Más agilidad y rapidez para determinar los problemas o quejas de los clientes
- ✓ La mayoría del personal no realiza un reporte diario según las necesidades del cliente
- ✓ No se realiza actualizaciones de la base de datos con las modificaciones de los clientes o posibles clientes
- ✓ No comprueban ni categorizan los problemas de los clientes

6. RECOMENDACIÓN

De acuerdo a las conclusiones anteriores se recomienda lo siguiente:

Se debe capacitar al personal entrante acerca de los servicios que ofrece la empresa

- ✓ capacitación al personal de atención al cliente.
- ✓ Se recomienda renovar el equipo de cómputo actualizado para todo el personal de atención al cliente
- ✓ Elaborar un instructivo sobre el servicio al cliente y hacerle entrega a cada agente telefónico que ingrese por primera vez a laborar dentro de la empresa.
- ✓ Se recomienda como parte motivacional hacia el personal establecer un record de ventas cada tres meses
- ✓ Ante el estrés laboral al que se ve sometido diariamente el personal se recomienda la práctica de ejercicios de estiramiento cada dos horas laborales
- ✓ Ser más eficientes y ágiles en la solución de problemas o quejas de los clientes
- ✓ Realizar un reporte según las necesidades del cliente, de manera que al realizar esto estaremos al tanto de que es lo que carece el cliente y en que se le puede ayudar. Y de esta manera la empresa estaría teniendo mucho éxito.
- ✓ Actualizar una base de datos con los clientes reales
- ✓ Categorizar los problemas de los clientes y reportarlos de inmediato

7. PROPUESTA DE PLAN DE MEJORA

Considerar el desarrollo de la propuesta del plan de mejora para el servicio de atención al cliente a través del “AMERICAN CALL CENTER”

Se realizara un plan de mejora que le permitirá a la organización de garantizar una mejor asistencia y un personal eficiente es decir se beneficiaran ambas partes, ya que se ve la necesidad de mejorar el servicio y así lograr un eficiente desempeño de las funciones de los agentes dentro de la empresa.

Esta anomalía se presenta un año atrás teniendo reportes y quejas de los usuarios, lo que ha trae consigo La Elevada Deficiencia en el Servicio Al Cliente genera insatisfacción en el usuario, retraso en el desempeño de sus funciones, pérdida de clientes y desde luego perdidas económicas.

Como podemos observar la empresa es la más perjudicada al no estar brindando un servicio de calidad, es así que tendrá que tomar los correctivos al respecto para el bienestar de sus agentes y éxito de la misma.

Factibilidad

La propuesta de Plan de Mejora ha sido considerada factible, pues se cuenta con el apoyo y aprobación y aprobación del supervisor, pues se ha dado cuenta de la alta deficiencia del servicio, considerando un buen punto para llevarlo a efecto ya que es una propuesta actual y de gran interés que le traerá beneficios tanto para los empleados como para la empresa

Se verá como resultado un alto porcentaje de ventas que es lo que se desea obtener, para que de esta manera pueda tener la empresa tener éxito.

8. PLAN DE MEJORA

Es importante que la empresa desarrolle estrategias y técnicas cuyo objetivo es efectivizar y mejorar el servicio al cliente, este plan de mejora tiene la finalidad de dar una solución práctica con un excelente mecanismo que le permitirá a la empresa alcanzar aquellas metas que se ha propuesto y así alcanzar el éxito.

El plan señala que la empresa brinde el servicio en el tiempo previsto mejore en el área de atención al cliente y sobrepase las expectativas del cliente ya que ellos son la base de la organización, y pieza angular y primer punto constante de contactación y diálogo cotidiano con los usuarios , de modo que al conocer el rendimiento de sus empleados se transformará en una oportunidad ineludible para desarrollar las mejoras porque es donde se está brindando la asistencia y realizando las ventas lo cual depende mucho de su efectividad, para llevar a cabo las metas y objetivos propuestos

Conocer al cliente, sus opiniones, deseos y expectativas constituye un paso crucial a la hora de construir una relación de fidelización al llevar a cabo este plan de mejoras para este servicio.

Este plan tiene un aporte muy satisfactorio garantizando así el beneficio para los empleados y el call center

| ¿Qué? | ¿Por qué? | ¿Cómo? | ¿Cuándo? | ¿Quién? | ¿Dónde? | Costo |
|---|--|--|--|--|--|--|
| <p>Elaborar Plan de mejora para el servicio de atención al cliente</p> <p>A través del American Call Center, debido al rendimiento de los agentes telefónicos dentro de la empresa, lo que produce un mal servicio de atención, y la pérdida de clientes.</p> | <p>Falta de capacitación falta de un instructivo sobre el servicio Poca motivación en el personal Poco servicio de ayuda y solución de problemas, debido al estrés al que están sometidos durante sus horas laborales. Más agilidad y rapidez para determinar los problemas o quejas de los clientes no realiza un reporte diario según las necesidades del cliente No se realiza actualizaciones de la base de datos con los de los clientes o posibles clientes No comprueban ni categorizan los problemas de los clientes</p> | <p>Mediante encuestas y métodos ejecutados se llevara a cabo el desarrollo de la propuesta de plan de mejora para que de tal manera sea</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Capacitar al personal de atención al cliente. 2. Renovación de equipo de cómputo para el personal 3. establecer un record de ventas cada tres meses, de tal manera que el agente que gane se hará acreedor a una Tablet 4. Realizar instructivos sobre | <p>Se llevara a cabo en el mes de Febrero del 2016</p> | <p>Se beneficiara n con esta propuesta la empresas y sus colaborador es. Con esto se tendrá un personal idóneo para dar asistencia y así brindar un servicio con eficacia, eficiencia y profesionalismo.</p> | <p>Se realizara en el área de servicio al cliente que es donde laboran los agentes telefónicos de la empresa. Está ubicada en Cdla. La Garzota, Mz - 37. Solar 1, Herradura 6ta y Av. Eloy Velásquez</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. \$7239.19 2. \$19.750 3. \$899.97 4. \$767 5. 120 |

| | | | | | | |
|--|--|---|--|--|--|--|
| | | <p>el servicio al cliente y hacerle entrega a cada persona que ingrese a laborar en esa área</p> <p>5. ante el estrés laboral se recomienda práctica de ejercicios de estiramiento cada dos horas.</p> <p>6. realizar un reporte según las necesidades del cliente,</p> <p>7. realizar una base de datos actualizada según los reales</p> <p>8. categorizar los problemas de los clientes</p> | | | | |
|--|--|---|--|--|--|--|

TOTAL PRESUPUESTO: 28.776,16

Se desarrollara de acuerdo a las siguientes preguntas:

TABLA Nº 26 DESARROLLO DE PREGUNTAS

8.1 DESARROLLO DEL PLAN DE MEJORA

1. capacitación al personal de atención al cliente.
2. Se recomienda renovar el equipo de cómputo actualizado para todo el personal de atención al cliente
3. Elaborar un instructivo sobre el servicio al cliente y hacerle entrega a cada agente telefónico que ingrese por primera vez a laborar dentro de la empresa.
4. Se recomienda como parte motivacional hacia el personal establecer un record de ventas cada tres meses
5. Ante el estrés laboral al que se ve sometido diariamente el personal se recomienda la práctica de ejercicios de estiramiento cada dos horas laborales
6. Realizar un reporte según las necesidades del cliente, de manera que al realizar esto estaremos al tanto de que es lo que carece el cliente y en que se le puede ayudar. Y de esta manera la empresa estaría teniendo mucho éxito.
7. Actualizar una base de datos con los clientes reales
8. Categorizar los problemas de los clientes y reportarlos de inmediato

- ✓ Se brindara una capacitación trimestral de 3 horas y media sobre atención al cliente por un ingeniero
- ✓ Se entregara un equipo de cómputo moderno y actualizado a los agentes telefónicos
- ✓ Se hará instructivos sobre el servicio al cliente
- ✓ Haciendo que el personal establezca un record de ventas cada tres meses, de tal manera que el agente que gane se haga acreedor a una Tablet
- ✓ El personal hará ejercicios de estiramiento cada dos horas laborales, y también se le pedirá la colaboración de \$1.00 para que degusten un refrigerio
- ✓ El personal deberá realizar un reporte según las necesidades del cliente ese informe se revisara semanalmente
- ✓ El personal elaborara una base de datos actualizada de los clientes reales
- ✓ El personal debe estar al tanto de los problemas de los clientes y reportarlos al jefe de área

9. BIBLIOGRAFIA

- The Free Dictionary.* (2003-2015). Obtenido de <http://es.thefreedictionary.com/deficiencia>
- The Free Dictionary.* (2003-2015). Obtenido de Definicion de Servicio: <http://es.thefreedictionary.com/servicio>
- Definicion ABC.* (2007). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/deficiencia.php>
- Word Reference.* (2007). Obtenido de <http://www.wordreference.com/definicion/deficiencia>
- Libro Marketing de Clientes: "¿ Quien se ha llevado mi cliente?"* . (2008). España: Segunda Edicion Mc. Graw Hilll Interamericana de España.
- Aula Facil.com/ Metodo deductivo.* (s.f.). Obtenido de <http://www.aulafacil.com/cursos/l10764/ciencia/investigacion/ciencia-y-metodo-cientifico/el-metodo-deductivo>
- Aula Facil.com/ metodo inductivo.* (s.f.). Obtenido de <http://www.aulafacil.com/cursos/l10763/ciencia/investigacion/ciencia-y-metodo-cientifico/el-metodo-inductivo>
- Blogspot.com/investigacion Exploratoria* . (s.f.). Obtenido de <http://metodologadelainvestigacinsiis.blogspot.com/2011/10/tipos-de-investigacion-exploratoria.html>
- Blogspot.com/Metodologia de la Investigacion/Tipos de Investigacion Exploratoria.* (s.f.). Obtenido de <http://metodologadelainvestigacinsiis.blogspot.com/2011/10/tipos-de-investigacion-exploratoria.html>
- bn.com/presidencia ejecutiva.pdf.* (s.f.). Obtenido de <http://www.bn.com.pe/nosotros/mof/presidencia-ejecutiva.pdf>
- Buenas Tareas. com/ Investigacion Comparativa.* (s.f.). Obtenido de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Investigacion-Comparativa/5249856.html>

- Bustamante Daniel, R. M. (Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ingeniería, 2004). Evaluación del proceso, propuesta de mejoramiento de atención y disminución del número de reclamaciones.
- Chiavenato, Adalberto. (2002). *Gestión de Talento Humano, Quinta Edición*. México: Mc. Graw Hill.
- deconceptos.com/muestra*. (s.f.). Obtenido de <http://deconceptos.com/general/muestra>
- Definición de/muestra*. (s.f.). Obtenido de <http://definicion.de/muestra/>
- ed., D. M. (2007). *Definición de Satisfacción*.
- El cliente, S. a. (20 de octubre de 2011). *Infopyme.com*. Obtenido de <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/administracion/acliente.htm>.
- Explorable.Com/ Diseño de Investigación Descriptiva*. (s.f.). Obtenido de <https://explorable.com/es/diseño-de-investigación-descriptiva>
- Fernando, c. a. (24 de mayo de 2010). *supervisión en un call center*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/marketing/supervision-call-center.ht006D>
- Ignacio, G. V. (2001). Gestión de relación con los clientes . En G. V. Ignacio, *Gestión de relación con los clientes* (pág. 227).
- Infopyme.com. (2011). *El cliente. La excelencia* . Obtenido de <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/administracion/acliente.htm>.
- LA ATENCIÓN ACTIVANDO EL APRENDIZAJE MÓDULO 3*. (s.f.). Obtenido de <http://formavil.es/modulo3.pdf>
- Marketing XXI- los Call Center* . (s.f.). Obtenido de <http://www.circulomarketingla.com/nuevas-tecnicas-para-mejorar-los-call-centers/>
- Marketing, S. E. (2002). En H. J. Lamb Charles. International Thomson Editores.
- Mazo Mejía Ivan. (2007). Hablemos Claro sobre servicio al cliente . En M. M. Ivan, *Hablemos Claro sobre servicio al cliente* (pág. 229). Medellín : Publicultural.
- Monografias.com/cargos call center*. (s.f.). Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos81/cargos-call-center/cargos-call-center.shtml#ixzz3p7tjYICG>

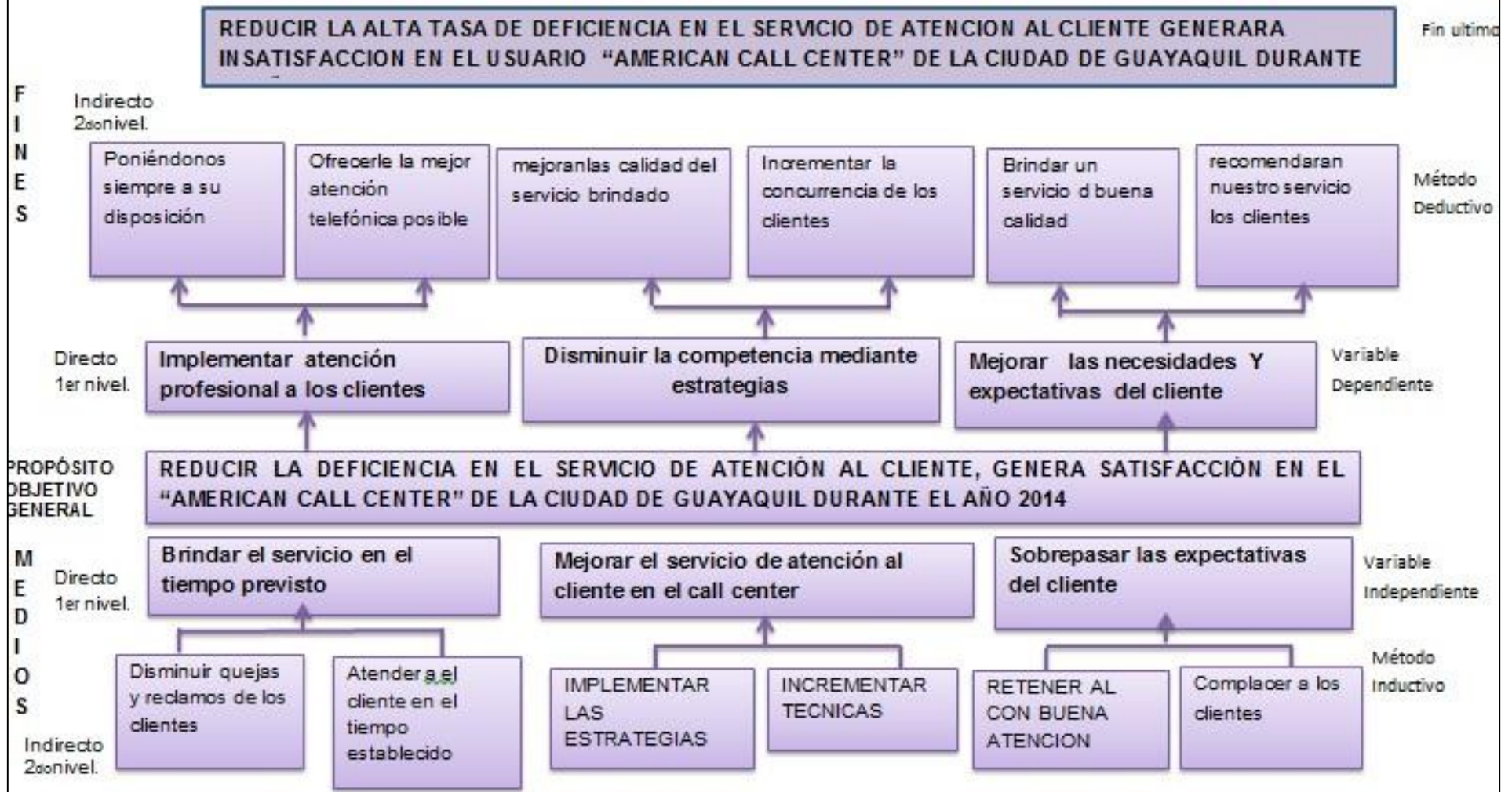
- Monografias.com/investigacion cualitativa*. (s.f.). Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos38/investigacion-cualitativa/investigacion-cualitativa.shtml>
- msctecnologiaeducativa3.blogspot.com/poblacion y muestra*. (s.f.). Obtenido de http://msctecnologiaeducativa3.blogspot.com/p/poblacion-y-muestra_19.html
- Net, P. (2007). *Plan de mejora de servicio al cliente de call center corporativo de Punto Net a traves de la simulacion de procesos*. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/2364m>
- Productividad, I. T. (Diciembre,2008). *Manual de Organizacion y Funciones* .
- Sandhusen, L. R. (2002). Compañía Editorial Continental.
- slideshare/investigacion evaluativa*. (s.f.). Obtenido de <http://es.slideshare.net/JESUSARMANDOHARO/investigacion-evaluativa>
- slideshare/metodo de diganostico*. (s.f.). Obtenido de <http://es.slideshare.net/jesussanval/metodo-de-diagnostico>
- Staton William, E. M. (2004). Fundamentos de Marketing. En E. M. Staton William.
- Technologies, L. (2012). *¿como aumentar el rendimiento de sus agentes?* Obtenido de <http://www.luxortec.com/blog/como-mejorar-la-calidad-de-atencion-telefonica-percibida-por-sus-clientes/>

ANEXOS

ÁRBOL DE PROBLEMAS



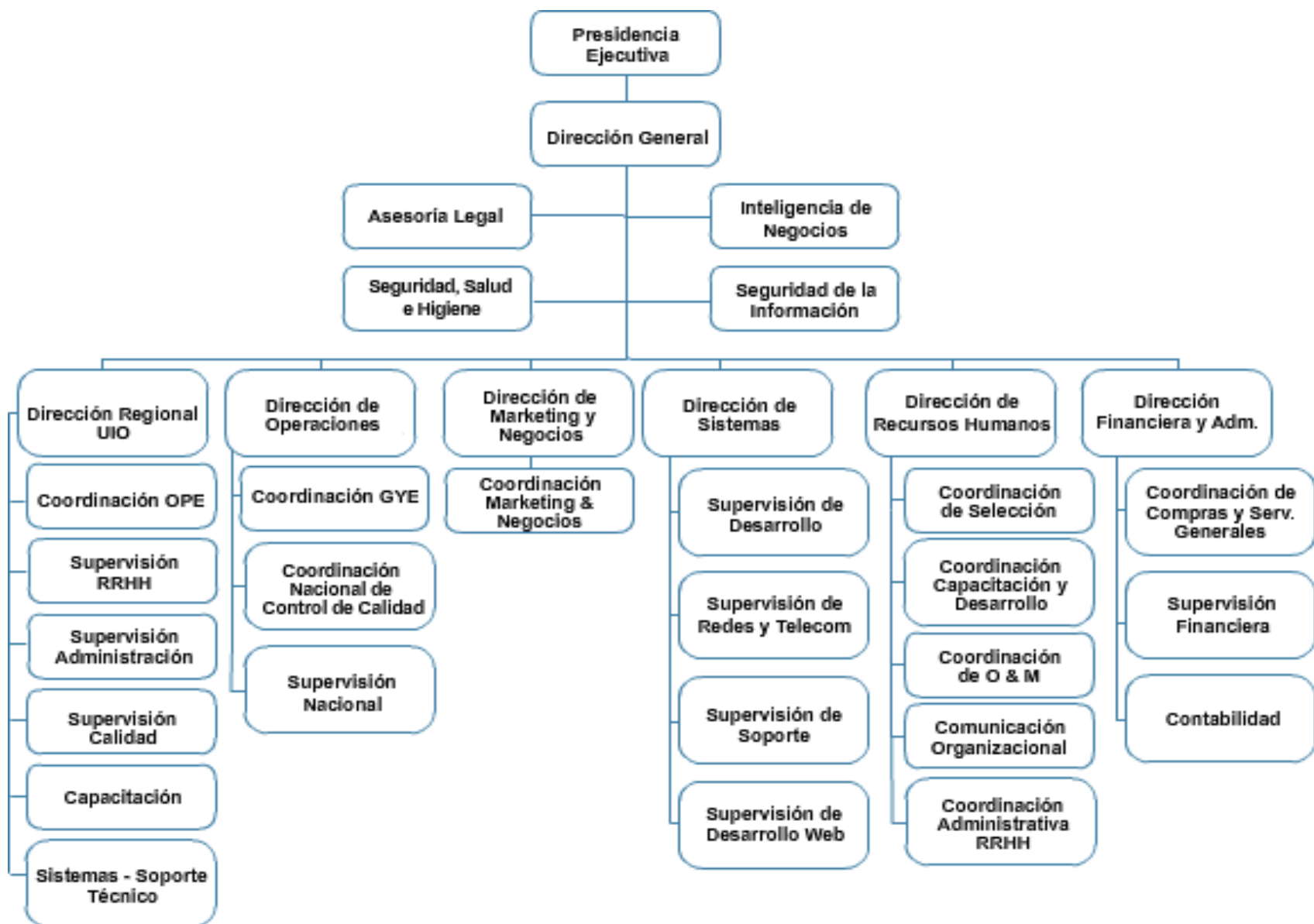
ÁRBOL DE OBJETIVOS











Encuesta N°

Estudiante del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, de la carrera de Tecnología en Administración de Empresas se está realizando una investigación sobre la Deficiencia en el Servicio Al Cliente lo que genera insatisfacción en el Usuario de “AMERICAN CALL CENTER” se llevara a cabo la utilización de la encuesta como herramienta de recolección de datos por el cual se desarrollaron las siguientes preguntas Le pido de favor dedicar unos minutos de su tiempo para llenar la siguiente encuesta.

Objetivo de la encuesta: Es determinar cómo se está llevando a cabo el servicio al cliente en el call center y que es lo que está generando insatisfacción en los usuarios si es necesario implementar una propuesta de mejorar el mismo.

Datos Generales

Edad: 18 A 22 23 A 27 28 A 32 33 EN ADELANTE

Género:

Femenino Masculino

Nivel de Educación:

Primario Secundario Superior

6. Cuando ingreso a su área de trabajo, lo capacitaron sobre los servicios que ofrece “AMERICAN CALL CENTER”?

SI

NO

7. Cuánto tiempo tiene experiencia en servicio al cliente?

1 año

3 años

5 años

Ninguna

8. Cuando le asignaron sus funciones tuvo capacitación previa?

SI

NO

9. Conoce si existe algún instructivo sobre el servicio al cliente

SI

NO

10. Ante un cliente difícil, Ud. Como respondería?

No sabe que hacer

Transfiere la llamada a su inmediato superior

Busca la forma de solucionar el problema

No lo atiende y cierra la llamada

11. Conoce a que personas puede contactarse en caso de que no pueda solventar las inquietudes del cliente

SI

NO

12. Si Ud. Tiene problemas en su trabajo, hay alguna otra persona aparte de su jefe inmediato con quien pueda hablar?

Personal de Recursos Humanos

Jefe de área

13. En general, cuál es su grado de satisfacción con su área de trabajo?

Muy satisfecho

Bastante satisfecho

Poco satisfecho

Nada satisfecho

14. Ud. Ayuda a los clientes con el servicio de consultas y solución de problemas?

SI

NO

15. A qué nivel Ud. Determina los problemas en las consultas o quejas y la proposición de soluciones para mejoras?

Rápido

Normal

Lento

16. Realiza Ud. un reporte diario según las necesidades del cliente?

SI

NO

17. Como responden Uds. A las llamadas entrantes que solicitan los clientes que tienen consultas particulares o preguntas?

De manera Oportuna

De manera Ineficiente

De manera eficiente

18. Realizan actualizaciones de la base de datos existentes con las modificaciones o cambios y el estado actual de los clientes o posibles clientes?

SI

NO

19. Uds. Comprueban y categorizan los problemas de los clientes?

SI
NO

20. Proporciona Ud. un servicio al cliente de forma personalizada con un alto nivel de calidad, despertando el interés de los clientes en los productos y servicios ofrecidos por la organización

SI
NO

Muchas gracias por su colaboración!