



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÌA**

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

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACION DE EMPRESA

Tema:

**Plan de capacitación en la mejora del servicio al cliente de la
“PICANTERIA DON PANCHO”**

Autora: Mendoza Palo meque María de los Ángeles

Tutor: PhD. Simón Alberto Illescas Prieto

Guayaquil, Ecuador

2019



DEDICATORIA

Dedico mi tesis de manera especial a mi familia y a mis amigos más cercanos, principalmente a mis padres que han sido un pilar fundamental para la construcción de mi vida profesional, por brindarme la confianza, consejo, Oportunidad y recursos para lograrlo, en ellos tengo el espejo en el cual me quiero reflejar sus virtudes infinitas me llevan a admirarlos cada día más.

Mendoza Palomeque María de los Ángeles.



AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y a la vida por darme la oportunidad de estar en este mundo, en especial a mis padres: Marilú y Francisco, quienes siempre me brindaron su apoyo y cariño incondicional cuando más lo necesite. A mis hermanos: Juan Carlos y gracias por estar siempre conmigo brindándome tu apoyo incondicional, amigos y compañeros que me apoyaron de una u otra manera. Les agradezco mucho.

Mendoza Palomeque María de los Ángeles.



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

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

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **Plan de capacitación en la mejora del servicio al cliente de la picantería “Don Pancho”** y problema de investigación **¿Cómo mejorar la capacitación de los empleados de la picantería “Don Pancho” que favorezca la mejora en el servicio al cliente, ubicado en el cantón EL TRIUNFO**, provincia del Guayas, en el año 2019?, presentado por **Mendoza Palomeque María de los Ángeles** como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACION DE EMPRESA

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

Egresada:

Mendoza Palomeque María de los Ángeles

Tutor:

PhD. Alberto Illescas Prieto

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **MENDOZA PALOMEQUE MARIA DE LOS ANGELES** en calidad de
autora

con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **Plan de capacitación en la mejora del servicio al cliente de la “PICANTERIA DON PANCHO”**, de la modalidad matutina realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **TECNÓLOGA EN ADMINISTRACION DE EMPRESA**, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

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

Mendoza Palomeque María de los Ángeles

No. de cedula: 09297893788

Firma

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del centro de Gestión de la Información Científica de Tecnología (CEGESCIT) nombrado por el consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

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

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCIT

Firma

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

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

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

TEMA:

Plan de capacitación en la mejora del servicio al cliente de la
“PICANTERIA DON PANCHO”

Autora: Mendoza Palomeque María de los Ángeles

Tutor: PhD. Alberto Illescas Prieto

Resumen

En el presente trabajo de investigación se realizó en La “Picantería Don Pancho” dedicada a la venta de encebollado de albacora entre otros platos típicos de la localidad durante el periodo 2019, teniendo como objetivo elaborar un plan de capacitación para la mejora del servicio al cliente, está comprobado que la falta de conocimiento de parte de los colaboradores puede hacer que la imagen de la institución se va deteriorando con el paso de los años. Para el sector empresarial es importante que se trabaje con un método de estándar de capacitación hacia sus empleados por lo menos dos veces al año, así poder desenvolver sus labores con una manera correcta y sin lugar a duda logre sus objetivos laborales. El desarrollo y el crecimiento profesional son necesarios para que los empleados sigan escalando. Así la empresa alcanza sus objetivos propuestos y se verá resultados en las conductas de los colaboradores.





**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

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

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

TEMA:

Plan de capacitación en la mejora del servicio al cliente de la
“PICANTERIA DON PANCHO”

Autora: Mendoza Palomeque María de los Ángeles

Tutor: PhD. Alberto Illescas Prieto

Abstract

In this research work was carried out in the “ Picantería Don Pancho ” committed to the sale of tobacco onions among other typical dishes of the location during the period 2019, with the objective of developing a training plan for the Improving customer service, it is proven that lack of knowledge on the part of employees can cause the image of the institution to deteriorate over the years. For the business sector it is important that you work with a standard of training method towards your employees at least twice a year, so that you can develop your work in a correct way and without a doubt in your work objectives. Professional development and growth are necessary for employees to continue climbing. Thus the company achieves its proposed objectives and will see results in the behaviors of its employees.

Plan

Capacitación

Atención

Cliente

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

Al transcurso del tiempo la calidad en el servicio al cliente ha adquirido una considerable importancia en el mundo de los negocios. Por la simple razón de que los consumidores siempre exigen la excelencia.

A finales del siglo pasado, el tema sobre la calidad de atención al cliente inicio a tomar fuerzas y a convertirse en un complemento para sobresalir y ofrecer ese valor agregado a las empresas. Sin embargo en la actualidad, muchas empresas reconocen que no están brindando toda la capacidad que se podría ofrecer, esto es reflejo de los propietarios y sus directivas ya que suelen tropezar en el temor de querer invertir en algo que no es un bien tangible o solo caen en el error del conformismo.

Se tiene conocimiento que es importante el contacto directo con el consumidor, es determinante las actividades que se realice con una eficiencia y la actitud son partes de un excelente servicio al cliente.

Se puede llegar hacer una de las empresas más reconocida por ofrecer el mejor producto del mercado pero si el personal encargado de vender no transmite al cliente esa intimidad acogedora, el producto no va hacer suficiente para llegar a satisfacer por completo sus necesidades.

No es necesario obsequiar algo al consumidor solo el simple hecho de ofrecerles una adecuada atención crea la diferencia suficiente para Acceder necesidades y expectativas en nuestros clientes y desarrollar en ellos lazos de lealtad hacia la empresa.

Análisis desarrollados en diez países y a diez mil personas, los resultados arrojan que los procedimientos cualitativos, como es el son herramientas servicio, que resultan parecer inesperadas, cuando esto debería ser lo contrario.

México es conocido por su excelente trato al cliente consumidor, pero en los últimos tiempos, el servicio al cliente se ha transformado más que en un servicio, un responsabilidad y en un sentido de obligación de cualquier empresa que busque, en primer lugar crear una lealtad verdadera y la satisfacción plena del consumidor.

El prestigio de las empresas basadas en el servicio al cliente, en México el 33% de los consumidores experimentan una nueva empresa debido a su reputación y el 25% intentan probar en base a las recomendaciones de familiares o amigos.

El ACSI, American Customer Satisfaction Index, es el índice que, cada año, se elabora para evaluar la felicidad e los consumidores con respecto a la atención al cliente que reciben en su país.

En este ranking, EEUU se sitúa en el puesto 15 de los países con la mejor atención al cliente, un factor que, de cara a 2020, será determinante para conseguir la diferenciación de una marca. España no aparece entre los primeros puestos del índice y la mejor atención al cliente se encuentra Nueva Zelanda. (ACSI, 2014)

Una de las características principales que toda empresa debe tener es un área de atención al cliente que sea eficiente y resuelva de manera inmediata y amablemente todas las dudas o quejas de los consumidores.

También destaca que algunos países como EEUU y España no se encuentra entre los 10 primeros contrario a otros países como México que es la nación latinoamericana que en mejor posición se encuentra, solo debajo de otros países desarrollados que encabezan la lista.

Nueva Zelanda es el país que se ubica encuentra entre los primeros en cuanto a la facilidad para realizar negocios, aunque tener el conocimiento local del mercado legal y una visión del entorno de Inversión, impuesto y contable esto resulta fundamental para tener éxito.

La Corporación financiera internacional y el banco mundial ubican en el primer puesto del mundo a Nueva Zelanda en cuanto se refiere a la protección de los inversionistas. El índice de corrupción de transparencias internacional para el 2012 por la falta de corrupción colocó en el primer puesto a Nueva Zelanda. Siendo también calificado en el primer puesto en cuanto a su integridad y honestidad en el sector público 2012 por la ONG anticorrupción transparencia internacional.

Debido a sus eficaces incentivos monetarios y fiscales así como también a partir de un fuerte entorno corporativo y relaciones comerciales, las empresas encuentran atractiva a Nueva Zelanda. (TMF-group).

1.2 Ubicación del problema en un contexto

En América Latina, en comparación a Estados Unidos o Europa, el servicio al cliente no es prioridad para las empresas. En donde estos procedimientos se mantienen en constante mejoría, los latinoamericanos nos encontramos en un mercado en donde nuestra experiencia como clientes se ve afectada por una visión desactualizada de los negocios frente a esta área muy importante para cualquier negocio.

En el país vecino como Colombia, por ejemplo, alrededor del 95% de las empresas admiten no conocer que espera el cliente de su servicio. Asimismo, el 54% de los consumidores lo califica como 'malo' el servicio al cliente de las empresas.

Cada día que transcurre realizamos algún tipo de interacción con otro individuo o con algún ordenador con el fin de adquirir bienes o servicios,

aunque este aspecto parezca irrelevante, siempre esperamos obtener una experiencia expedita buena y exitosa.

Para poder lograr cruzar fronteras con nuestros productos e incorporar los emprendimientos es indispensable en imaginarnos más allá y pensar como las empresas de primer mundo con modalidades de latino.

Una mentalidad a corto plazo es otra problemática muy recurrente que enfrentan las empresas de América Latina, como consecuencia hace que todo el servicio al cliente posterior al pago o a la venta, se observe completamente descuidado. (Latinamerican post, 2018)

Los inconvenientes respecto a la calidad del servicio al cliente en nuestro país se han convertido en algo muy recurrente en los últimos años. Cifras desactualizadas, falta de ejecución de protocolos y una carencia de estudios en atención al cliente.

No existe una cultura de servicio al cliente en nuestro país Ecuador, tanto como en el sector público y privado.

Se determinó que los inconvenientes desagradables que enfrenta el consumidor no se da en todos los sitios, pero si existe falencias en la mayoría; esto es por dos motivos: la falta de una enseñanza desde los establecimientos educativos y no tener una buena cultura sobre la importancia de un usuario satisfecho.

En nuestro país ofrece una gran variedad de productos, convirtiéndolo en unos de los sectores más atractivos al mercado gastronómico y esto permitió que el número de competencias crezca (Delgado, 2018)

Para lo cual capacitar y motivar se ha vuelto de suma importancia y toda empresa debe de realizarlo de modo permanente al personal, no solo aquellos trabajadores que tengan contacto frecuente con el cliente, sino a todos los que en algún momento puedan llegar a tenerlo, desde el encargado de la limpieza hasta el gerente general.

Es indispensable que las empresas que ofrezcan algún tipo de producto y servicio sean capaces de sincronizar el mismo idioma del consumidor, deberán de darle la importancia a este aspecto y a cambiar aquella cultura que utiliza nuestro país, ya que esta es inadecuada y ha sido uno de los principales causantes por el cual las empresas locales no han podido darles una mayor viabilidad y el crecimiento del mismo.

1.1 Situación conflicto

“picantería don pancho” con 27 años de trayectoria en el mercado, ubicado en la ciudad de Guayaquil cantón el Triunfo, su progresión ha sido importante ya que cada vez aumenta el número de clientes que gana el negocio y las ventas sostiene un desarrollo fijo.

El inconveniente que ha imposibilitado la ampliación de la marca ha sido la ausencia de calidad del servicio al cliente, ya que ha tomado largo tiempo en instaurar reglas dentro del negocio, en la actualidad la picantería dispone un local en el cantón el Triunfo, ubicado en la Av. 10 de agosto y 25 de agosto.

La mencionada evaluación permitirá dar un primer paso para mejorar la calidad del servicio mediante la generación de una propuesta encaminada a superar debilidades en el mismo, y de esa manera estar en la vanguardia de los conceptos administrativos orientados en captar y retener clientes mediante la calidad en la atención.

Esto será un factor fundamental para la picantería no este expuesta a perder fácilmente sus clientes actuales, y permitirá que no se desaproveche la oportunidades de crecimiento de ventas y posicionamiento de imagen, esto para reducir la cantidad de quejas y reclamos que se receptan a diario llevando como consecuencia la pérdida de clientes. Durante 27 años en el mercado la picantería no ha realizado ningún tipo de promociones de la marca, el proyecto examinará los mejores medios para ejecutarlo.

1. 2 Formulación del problema

¿Cómo mejorar la deficiencia en el servicio por parte de los empleados de la picantería “Don Pancho” que favorezca la mejora en el servicio al cliente, ubicado en el cantón el Triunfo, provincia del Guayas, en el año 2019?

1. 3 Variables de la investigación.

Variable independiente : Capacitación empleados

Variable dependiente : Servicio al cliente.

1. 4 Delimitación del problema.

Campo : Administración

Área : Servicio al cliente

Aspecto : Capacitación de los empleados, servicio al cliente

Tema : Plan de capacitación en la mejora del servicio al cliente de la picantería “Don Pancho”

1. 5 Evaluación del problema.

Delimitación: la problemática de estudio trata de las falencias que produce la falta de conocimiento de los colaboradores al momento de emplear sus servicios, lo que significa que se evaluara la relación de los empleados y empresa vinculando varios aspectos como los conocimientos, emociones, cooperación etc.,

Claro: eso solicita un plan de capacitación en la mejora del servicio al cliente para poder ayudar a modificar la rectitud de los colaboradores y del negocio

Evidente: una excelente relación entre un jefe y sus empleados genera un trabajo con responsabilidad, y con mayor eficiencia.

Concreto: porque el estudio realizado es el apropiado para solucionar los conflictos encontrados el cual afecta a la picantería.

Relevante: las tareas que realizaremos con los colaboradores ayudaran a impartir soluciones favorables.

Factible: está presente colaboración por parte del propietario de la picantería.

1.8 Objetivos de la investigación.

Objetivo general

Diseñar un plan de capacitación para mejorar la calidad del servicio al cliente de la picantería "Don Pancho. "

Objetivos específicos

- Fundamentar desde la teoría administrativa relación sobre el tema de la capacitación a empleados y servicio al cliente.
- Diagnosticar la metodología del servicio y satisfacción al cliente que viene practicando el negocio.
- Elaborar el plan de capacitación con temas específicos de servicios al cliente.

1.6 Interrogantes de la investigación.

1. ¿Qué tipo de teoría administrativa permitirá realizarse con los temas de capacitación y servicios al cliente?

2. ¿Qué técnicas se implementarían para ayudar a diagnosticar la metodología del servicio y satisfacción de los clientes?
3. ¿Cuál será el plan de capacitación que se ejecutara a los empleados de la microempresa Don Pancho?

1. 10 Justificación e importancia.

La rivalidad cada vez se convierte más violenta y produce a la gerencia la necesidad de actualizar sus funciones, inventar y desarrollar programas nuevos que no solo le permitan dominar nuevos mercados, sino garantizar la fidelidad del personal de trabajo.

Esta es una de las tantas tácticas que le proporciona un valor agregado para sobresalir y destacar en un mercado globalizado como lo es hoy en día.

Es importante tener un excelente conocimiento y comunicación sobre las necesidades en el servicio al cliente de una calidad de clase mundial.

Una vez propagada esta información el personal contara con los conocimientos y estará consiente de la importancia, y será más ágil y más efectivo al momento de ponerlo en práctica, debido a la gran exigencia de los consumidores y la competitividad en este mundo de negocios actual.

Por tal razón, la picantería percibe la necesidades de iniciar estrategias basadas en la satisfacción de los clientes con base en un analice previo de la imagen del servicio que le proyectan a estos.

Las necesidades de perfeccionar en el aspecto del servicio al cliente para la picantería se detectan gracias al incremento de los reclamos y devoluciones.

Como egresada de la carrera de administración de empresas, ejecutora del mencionado proyecto de investigación, aplicare conocimientos

fundamentales sobre planeación y diagnóstico que conlleve al logro de los objetivos propuestos.

El proyecto se trata de evidenciar y presentar la importancia de brindar una excelente calidad en el servicio al cliente dentro de un negocio sin importar el giro donde se desarrolle ni el tamaño del mismo.

Esta investigación beneficiará a la picantería y a todas las personas interesadas en dicho tema.

Conveniencia: el proyecto de investigación ofrecerá un plan de capacitación que tendrá como función de proporcionar conocimientos al personal de la picantería sobre la importancia de brindar un excelente servicio a sus clientes.

Relevancia social: las actividades y las estrategias que se realizara al personal creara un ambiente nuevo y favorable, conocimiento superior de funciones, incremento del optimismo y lo más primordial generando valores.

Implicaciones prácticas: el presente proyecto de investigación ayudara a la picantería a solucionar sus problemas actuales o los que surgirán en el futuro.

Valor teórico: el estudio suministrara referencias a los estudiantes de distintas carreras acerca de la importancia de brindar un excelente servicio al cliente y como esto desfavorece a la viabilidad del negocio al darlo de una manera incorrecta.

Utilidad metodológica: con indagación de los resultados obtenidos en la aplicación de un plan de capacitación en la mejora del servicio al cliente, se puede afirmar que el desempeño laboral del personal depende del grado de motivación y de conocimiento que estos reciban.

Viabilidad técnica: el proyecto de investigación junta características, condiciones operativas y técnicas que afirman el cumplimiento de sus objetivos.

A través de la creación de un plan de capacitación aportaría a un mejor desenvolvimiento en las actividades que se requiere para cumplir con un nuevo mercado objetivos y la sociedad en general.

Para ello es de relevancia contar con la colaboración de todo el personal y gerente propietario del negocio.

Viabilidad económica: la investigación es factible económicamente porque a través de la motivación laboral en el personal del negocio.

Se lograra más producción y será mucho más rentable la picantería pudiendo retribuir económicamente a estos.

CAPÍTULO II

MARCÓ TEÓRICO

Fundamento teórico

2.1 Antecedentes históricos

Desde el pasado. La sociedad constantemente ha buscado colmar sus necesidades por medio de lo que ellos producían. Al transcurrir el tiempo, la forma de adquirir los productos ahora cambio porque antes tenían que trasladarse a distancias muy grandes.

Inmediatamente, esto fue sustituido con la llegada de centros abastecimientos, como por ejemplo los mercados, ya que existía una amplia variedad de productos, gracias a la alta competitividad que existió en los mercados los agricultores mejoraron sus productos, la competencia llego a extenderse que la calidad de producto se volvieron insuficiente.

En la actualidad, existen poderosos instrumentos que nos facilita llegar de una forma eficiente hacia nuestros clientes, de modo que nos ayuda a fidelizarlos (Carrion Cesar, 2011).

Gracias a la gran cantidad de competencia en el mercado, que la calidad del producto ya no era suficiente, esto llevo a que las empresas se enfoquen en otros aspectos importantes como los son la satisfacción al clientes y sus necesidades brindándole asi un valor agregado al producto. Una nueva tendencia sitúa al cliente y sus necesidades como el protagonista y de todas las decisiones que tiene una empresa.

En la actualidad cualquier tipo de empresa o negocio tiene la obligación de disponer canales directos de comunicación para una inmediata y asertiva atención al cliente.

Historia del servicio al cliente

El servicio de atención al cliente ha tenido una larga trayectoria en los últimos siglos. La responsabilidad de proteger a los consumidores se ha sostenido firmemente.

Cuando llegamos a la edad del comercio moderno, nos damos cuenta de cómo ha evolucionado el servicio de atención al cliente siempre a mano de la tecnología pero sin embargo esto tiene sus ventajas y desventajas. La tecnología ha brindado a las compañías atender a una gran cantidad de consumidores más ágilmente.

El objetivo es rescatar la posibilidad de brindar un servicio personalizado incorporando las ventajas que brinda la tecnología adaptación y eficiencia. (Carreno, 2017)

El hombre está en un constante cambio, por lo tanto obliga a las empresas a acoplarse al cambio y poder brindarles a sus clientes la satisfacción al momento de adquirir algún bien o servicio. Ya que este tema se ha convertido en unos de los aspectos importantes dentro de cualquier empresa.

Gracias a la tecnología que ha intervenido de una manera muy notable en el comportamiento del consumidor, en la actualidad se han convertido en un consumidor muy exigente en este aspecto, en que ofrecer un producto de calidad no es suficiente para satisfacer sus necesidades y conseguir su fidelidad.

(Gomez, 2006) Indica que: “el servicio al cliente es el complemento de las estrategias que una entidad plantea para satisfacer, sobresalir de su competencia, las expectativas y las necesidades de sus clientes.”... (pag.19)

De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa. Este debe estar presente

en todos los aspectos del negocio en donde haya alguna interacción con el cliente debe ir desde el saludo del personal encargado de la seguridad del negocio.

Un excelente servicio al cliente puede convertirse en un elemento promocional para las ventas tan eficaz como son la publicidad, la venta personal o los descuentos. Atraer un cliente nuevo es aproximadamente seis veces más costoso que mantener uno. Se ha visualizado que los clientes son delicados al servicio que reciben.

Evolución del servicio al cliente

Señala que el concepto tradicional que se tenía del servicio al cliente era la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente, fundamentalmente amabilidad, atención. En la actualidad, se tiene un nuevo concepto de servicio y dice que es una estrategia empresarial orientada hacia la anticipación de las necesidades y expectativas del valor agregado de los clientes, buscando asegurar la lealtad y permanencia tanto de los clientes actuales como la atracción de nuevos clientes, mediante la provisión de un servicio superior al de los competidores. Las razones por la cual se impone esta nueva visión es que hay un fácil acceso a una cantidad de datos, exigen mayor valor agregado, quieren que los proveedores los conozcan en detalles, tiene una gran variedad de opciones, colocan un enorme valor en la facilidad, rapidez conveniencia con que puedan adquirir bienes y servicios. (Gomez, 2006)

Pero el énfasis recae en establecer una relación a largo plazo y de servicio integral, en satisfacer la totalidad de las necesidades de servicios al cliente, y en disminuir la necesidad o el deseo del cliente de fragmentar sus asuntos entre varias instituciones. Toda esta nueva situación se da porque el cliente en este entorno tiene y valora nuevos elementos del servicio tales como el tiempo, oportunidad soluciones individualización y amabilidad.

La atención al cliente ha evolucionado de manera sistemática y progresiva con el fin de llegar a mantenerse a la vanguardia de la evolución tecnológica y social. Esta es la forma en que las empresas deben evolucionar y cada vez llegar a mejores y más estándares de calidad.

Una perspectiva histórica de la capacitación laboral

Surge como consecuencia de demandas del mundo del trabajos y se convierte en un campo relativamente independiente, con una lógica propia, intereses particulares, actores relevantes con poder de decisión, contacto con el campo educativo y un marco dado por las regulaciones sociales y económicas del contexto en que se desarrolla. (Parra-Penagos, 2016)

Este proceso podría ser reconstruido desde cada gran región del mundo, incluyendo a Latinoamérica. Sin embargo, en este último caso se trataría de una reconstrucción histórica que escaparía a la realidad del modelo de desarrollo con el cual la capacitación laboral empresaria ha estado asociada y en el que países de la periferia han intentado reproducir un proceso iniciado en Europa y potenciado por los Estados Unidos y, desde hace pocas décadas, por países del Sudeste Asiático.

Ello obliga a una búsqueda en fuentes externas, lo que conduce a ubicar los orígenes de la capacitación en los maestros de la filosofía clásica (en Aristóteles ya hay referencias a la técnica) y de la filosofía y la pedagogía modernas (fundamentalmente del siglo XVIII). Desde mediados del siglo XX integra, en alguna medida, el vasto movimiento conocido como “educación de adultos”, “educación no formal”, “andragogía”, “aprendizaje continuo” o “educación continua”. Las diversas denominaciones –que dependen de tradiciones teóricas y de las prácticas nacionales en esta área– constituyen un signo de los múltiples enfoques posibles,

los que determinan, a su vez, que se pueda plantear la historia de la capacitación desde diversas perspectivas (Clarck, D., 1999).

En la antigua sociedad no existía ni se concebía un proceso formal de enseñanza para el trabajo, y que el conocimiento se transmitía de manera directa: los más experimentados enseñaban todo lo necesario para desempeñar un oficio a quienes, a través de un tiempo de aprendizaje, podían hacerse responsables del trabajo

Según Chiavenato I. (1988) La educación es el desarrollo de capacidades nuevas mientras que el entrenamiento es la mejora de capacidades ya en ejercicio. La formación y el entrenamiento comparten los mismos objetivos de mejorar los conocimientos, las capacidades y aptitudes y actitudes de los individuos. (Rosario, 2013)

Los empleados recién contratados necesitan alguna capacitación, mientras que los ya experimentados requieren nueva capacitación para mantenerse actualizados y responder a las exigencias de su puesto actual, así como a las de futuros puestos o promociones.

La calidad en la capacitación

Los resultados dispares de las mediciones de impacto mencionados en el capítulo anterior no deben conducir a una pérdida de credibilidad en la capacitación como herramienta de equidad y competitividad sino a resolver los problemas metodológicos que dificultan la realización de mediciones y la comparación de las acciones formativas que no son homogéneas en lo que hace a su calidad, o que son evaluadas respondiendo a distintas concepciones acerca de la misma.

(Parra-Penagos, 2016)

A fin de analizar el problema se realizará una recorrida multidisciplinar en la que se presentarán conceptos de calidad desde las perspectivas económicas, 208 Políticas y programas de capacitación para pequeñas empresas de la ciencia cognitiva y de la sociología. La recorrida se completará con un análisis de naturaleza funcionalista, como es el del aseguramiento de la calidad de la formación a través de normas. Se ha omitido, pese a su importancia, el análisis de una herramienta central en el aseguramiento de la calidad de la capacitación: la formación a partir de normas de competencia (ya que es un tema sobre el que hay una amplia y reciente).

La capacitación en la actualidad se ha convertido un éxito dentro de la empresa, el objetivo principal por el cual las empresas optan por brindar capacitaciones a sus colaboradores es brindarles conocimientos para poder mejorar los procesos que emplean dentro de la empresa. Además de fortalecer relaciones entre los colaboradores y empresa creando así un excelente ambiente laboral entre otras ventajas.

2. 1 Antecedentes referenciales

Universidad Santos Tomas. Autora: Nubia Esperanza Gaitán Moreno. (2017),

Tema: Proyecto de mejora de servicio al cliente.

El presente proyecto valiéndose de herramientas administrativas tiene como objetivo general mejorar el servicio al cliente para lograr que la empresa crezca económicamente y mejore su posicionamiento estratégico en el mercado, buscando implementar un plan de acción y de esa manera disminuir los constantes reclamos y quejas de los clientes entre otras problemas (Moreno, 2019)

El presente proyecto de investigación nos brindó una variedad de conceptos que se relacionan con la presente investigación lo cual trata de la misma problemática y las consecuencias de la misma.

Universidad de la Salle. Autores: Oliveth Fonseca, Diana Rivera (2008).

Tema: propuesta de mejoramiento para el servicio al cliente del grupo UNIPHARM Bogotá.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general diseñar una propuesta de mejoramiento de la calidad del servicio al cliente con base en una evaluación previa de la situación actual del servicio.

Mediante el diseño y aplicación de un instrumento de medición tipo encuesta proceder a emitir un diagnóstico para establecer los principales problemas y causas objeto de mejoramiento. Con base en el diagnóstico diseñar la propuesta antes mencionada. (Oliveth Fonseca, 2018)

La presente tesis nos contribuyó como referencia al proyecto de investigación porque abarcan temas como la satisfacción del cliente y el diseño de una propuesta de mejora en el servicio al cliente de la empresa.

Universidad católica de Santiago de Guayaquil. Autora ing. Daniela López (2018).

Tema: calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil.

El objetivo general de esta investigación es determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes. La metodología de la investigación se basó en un enfoque mixto, a través de las encuestas dirigidas a los consumidores y una entrevista se obtuvo la información, encontrando falencias entre otros aspectos relacionados con la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Para obtener una mayor información se realizó una investigación cualitativa por medio de entrevistas dando

como resultado una falta de motivación y capacitación de parte de la empresa hacia el personal. (López, 2018)

Referente al trabajo de investigación también tiene como objetivo principal como el desarrollo de un plan de capacitación para mejorar el servicio al cliente que ofrece el personal de la empresa, solucionando diferentes conflictos que implica la falta de conocimiento y motivación por parte del personal al momento de interactuar con los demás compañeros de la empresa o los clientes del mismo.

Universidad politécnica Salesiana. Autores: María Abad, David Pincay. (2014)

Tema: Analisis de calidad del servicio al cliente interno y externo para propuesta de modelo de gestion de calidad en una empresa de seguros de Guayaquil.

El presente informe de investigacion tiene como obojtivo general estudiar la calidad de servicio exteno y interno de la empresa para poder asi incrementar el nivel de ventas de la misma. Identificar las fallas de atencion al cliente y determinando las acciones necesarias para mejorar la calidad del servicio con la finalidad de formular un modelo de gestion de calidad para la empresa de seguros. (Maria Abad, 2014)

La presente tesis tiene como su objetivo general en formular un modelo de gestión de la calidad para poder analizar los niveles de satisfacción, el cual permitirá saber con claridad la situación actual el cual se enfrenta la empresa el cual se diferencia en algunos aspectos en específico brindándome información necesaria para implementar mis propias conclusiones.

Universidad Técnica del norte. Autora: Jenny Enríquez. (2011)

Tema: el servicio al cliente en restaurantes del centro de Ibarra estrategias de desarrollo de servicios.

El presente proyecto de investigación cuenta con dos objetivos generales que son analizar los factores externos e internos que generan una falencia en el servicio al cliente en los restaurantes dirigidos a los consumidores y por ultimo diseñar estrategias que contribuyan a mejorar el servicio al cliente.

La presente tesis tiene como objetivo realizar un manual de servicio al cliente el cual se fundamenta en un marco teórico, el cual apporto como una guía para la realización de este proyecto de investigación referente al tema principal que es la satisfacción del servicio al cliente.

Instituto tecnológico Bolivariano. Autor: Macías Chuya Chuya Carlos Humberto (2019)

Tema: propuesta de un plan de capacitación al personal para la mejor del servicio al cliente en la licorería Gentle Drink.

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar las causas que afectan al dar un servicio de calidad, atreves de ese diagnóstico se empleara un plan de capacitación al personal. En esta investigación se utilizó estudios exploratorios y el diseño de investigación aplicada. También se aplicó la técnica de las encuestas.

La tesis presente sirvió como instrumento de guía para mi investigación respecto a las técnicas e instrumentos utilizados en el mismo.

2. 2 Fundamento legal

a) Constitución de la República del Ecuador 2008

Título IV, Capítulo 7 De la Administración Pública, Sección Tercera De las Servidoras y Servidores Públicos.

- **Art. 234.-** “El Estado garantizará la formación y capacitación continua de las servidoras y servidores públicos a través de las escuelas, institutos, academias y programas de formación o capacitación, del sector público; y la coordinación con instituciones nacionales e internacionales que operen bajo acuerdos con el Estado.”

b) Ley Orgánica de Servicio Público 2008

Capítulo 2 De la Licencias, Comisiones de Servicio y Permisos.

- **Art. 28.-** “Licencias sin remuneración.- Se podrá conceder licencia sin remuneración a las o los servidores públicos, en los siguientes casos:...

Con sujeción a las necesidades e intereses institucionales, previa autorización de la autoridad nominadora, para efectuar estudios regulares de posgrado en instituciones de educación superior, hasta por un periodo de dos años, siempre que la servidora o servidor hubiere cumplido al menos dos años de servicio en la institución donde trabaja;..”

- **Art. 30 inciso final.-** “De las comisiones de servicio con remuneración.- Para efectuar estudios regulares de posgrados, reuniones, conferencias, pasantías y visitas de observación en el exterior o en el país, que beneficien a la Administración Pública, se concederá comisión de servicios hasta por dos años, previo dictamen favorable de la unidad de administración del talento humano, siempre que la servidora o servidor hubiere cumplido un año de servicio en la institución donde trabaja.”

2.3 Variables de la investigación

- **Variable independiente:** capacitación de los empleados.

Chiavenato define a la capacitación como el sistema educativo de corto plazo, atribuyendo de forma organizada y sistemática, por medio del cual el individuo conseguir conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en labor de objetivos definidos. (Chiavenato, 2007, pág. 386)

Consiste en una tarea basada y planeada en necesidades reales de una organización orientada hacia un cambio en las habilidades, en los conocimientos y en las actitudes de los colaboradores.

- **Variable dependiente:** servicio al cliente.

Es el compuesto de tareas interrelacionadas que brinda un empleado con la finalidad de que el cliente reciba el producto en el momento y el lugar adecuado y de la misma manera asegurarse que el consumidor le dé el uso adecuado del mismo, el servicio al cliente es una de las técnicas de marketing con mucho valor. (escolme)

El servicio al cliente debe de comenzar a partir de la comunicación con el consumidor con el fin de cubrir sus necesidades y expectativas.

2.4 Definiciones conceptuales

Administración: es la técnica de planificar, organizar, dirigir y controlar la utilización de las actividades y de los recursos de trabajo con la determinación de lograr las metas o los objetivos propuestos por la organización de manera eficaz y eficiencia. Accede ejecutar nuevas estrategias para la obtención de las metas para tener el éxito en la organización. (Wikipedia, wikipedia, 2019)

Calidad: es aquella peculiaridad de las cosas que son de una excelente creación, procedencia o fabricación. (wikipedia, Wikipedia , 2019)

Capacitación: se establece como el conjunto de actividades orientadas, didácticas a ampliar aptitudes, conocimientos y habilidades del personal que trabaja en una organización.(Conceptodefinicion.de,Redaccion., 2019)

Conocimientos: Información o hechos obtenidos por un individuo por medio de la educación o de la experiencia, la comprensión práctica o teórica de una cuestión relacionada a la realidad. (Wikipedia, 2019)

Comportamiento: o proceder es, en términos de psicología, es el conjunto de respuestas, bien por ausencia o por presencia, que muestra un ser vivo en conexión con su mundo de estímulos o su entorno (Wikipedia, La enciclopedia libre., 2019)

Cliente: es aquel individuo que a cambio de un pago recibe un servicio o algún producto de alguien. Del latín "Cliens" nos hallamos en la historia a un consumidor como aquel bajo la responsabilidad de otro, este otro ofrecía servicio de transporte, resguardo y responsabilidad. (ConceptoDefinicion.de, 2019)

Economía: es una ciencia social que analiza la manera de administrar los medios disponibles para satisfacer las necesidades. Así mismo estudia las acciones y el comportamiento de los seres humanos (Sevilla, 2019)

Estrategia: se integra de una secuencia de acciones planificadas que contribuyen a tomar decisiones y a conseguir los mejores resultados posibles. Las estrategias están destinadas a conseguir un objetivo siguiendo un modelo de actuación. (Significados.com, 2019)

Empatía: es la intención de comprender las emociones y los sentimientos, experimentar de forma racional y objetiva lo que siente otro individuo. (Significados.com, 2018)

Empleado: individuo que labora con un sueldo en una organización o empresa ya sea pública o privada. (definiciones-de.ec, 2019)

Fiabilidad: habilidad para hacer el servicio acorde de una manera cuidadosa y fiable: precisión y acierto; ausencia de errores. (Significados.com, 2018)

Fomentar: se refiere al acto que busca promover, excitar o animar algo. Es un término que se suele emplear para referirnos al hecho de promover para conseguir un fin. (Qué es ?)

Motivación: es la razón o el motivo que origina la omisión o la realización de una acción. Se trata de un constituyente psicológico que mantiene, orienta y determina la conducta de una persona. (Significados.com, 2019)

Necesidades: es una escasez o carencia de algo que se considera indispensable. De igual forma se emplea este término para significar obligación. (Significados.com., 2017)

Procedimientos: es un contiguo de operaciones o acciones que tiene que resolverse de la misma manera, para obtener bajo las mismas circunstancias el mismo resultado siempre. (wikipedia, 2019)

Plan: es un propósito o un proyecto. Antes de realizar una acción se elabora un modelo sistemático, con el fin de dirigirla y encauzarla. Un plan también puede ser un escrito que precisa detalles necesarios e importantes para la ejecución de una obra. (Merino., 2009)

Potenciar: comunicar eficacia, potencia o impulso a algo o aumentar la que ya tiene. (que-significa.com)

Propósito: es el ánimo o la intención por el que se deja de realizar o por el que se realiza una acción. se trata del objetivo que se aspira alcanzar.. (significados.com, 2019)

Reclutamiento: se califica reclutamiento a la acción y efecto de reclutar. Reclutar es la acción de reunir o alistar reclutas con una finalidad específica. (Significados.com., 2016)

Satisfacción: la satisfacción que prueba un cliente en relación a un servicio o un producto que ha conseguido y consumido porque precisamente el mismo cliente ha cubierto en pleno las expectativas puestas en el momento de adquirirlo. (Ucha., 2019)

Selección: se implementa para hacer referencia al hecho de seleccionar, elegir a un individuo, cosa u objetivo entre un conjunto de individuos o elementos iguales. (Bembibre C. , 2010)

Servicio: podría ser un contiguo de labores que buscan satisfacer las necesidades del consumidor. los servicios raramente integra una diversidad de tareas que se pueden planificar desempeñadas por un gran cantidad de números de personas o para empresas particulares. (wikipedia, Wikipedia, 2019)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3. 1 Datos de la empresa

Nombre de la empresa: Picantería “Don Pancho”

Fecha de constitución: 4 de Octubre del 1994

Razón social: Don Pancho

Registro único de contribuyente: 09103767771001

Tipo de establecimiento: Picantería

Provincia: Guayas

Cantón: El Triunfo

Dirección: 25 de Agosto #L57 -58 INTR. 10 de Agosto.

Picantería don pancho se encuentra ubicado en el cantón el Triunfo ubicado en la Av. 10 de agosto y 25 de agosto, cuenta con 7 trabajadores y dentro de sus actividades esta la comercialización de sus productos, como son el encebollado de albacora entre otros platos típicos de la localidad.

Misión: Ofrecer a nuestros clientes productos alimenticios de calidad y sobre todo saludables; en un ambiente agradable desarrollado por un equipo humano competente, comprometido en proporcionar un excelente servicio. Y satisfacción generando desarrollo económico social al país y la picantería.

Visión: Ser reconocidos como la mejor picantería de prestigio, confiable en comida marina en donde nuestro compromiso principal crear una experiencia agradable al paladar de nuestros clientes.

Principios y valores

- Responsabilidad
- Transparencia
- Disciplina
- Honestidad
- Empatía
- Trabajo en equipo

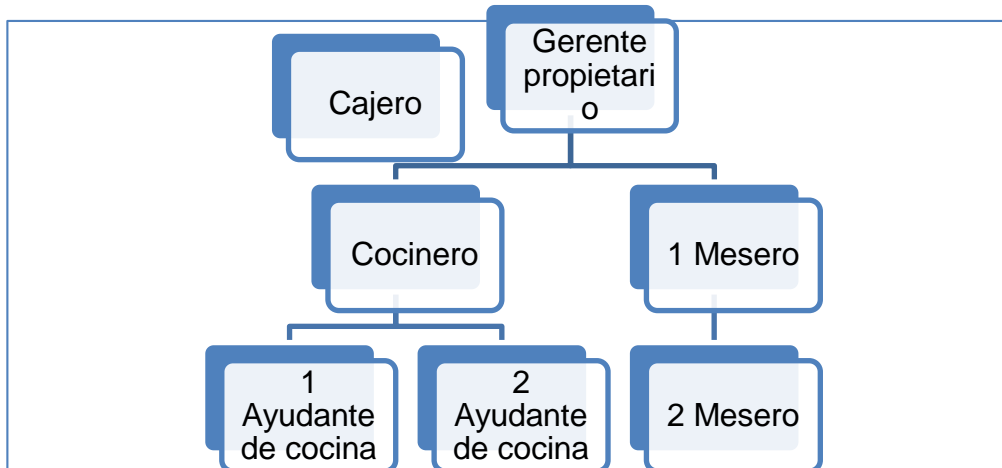
Logo de la empresa

figura1: picantería logo



Organigrama

Figura 2: organigrama empresarial



Descripción de actividades de los colaboradores:

tabla1: descripción de los cargos

Puesto	Actividades
Gerente propietario	<ul style="list-style-type: none"> • Se encarga de la toma de decisiones • Manejo del personal • Trato con los proveedores
Cajero	<ul style="list-style-type: none"> • Preparación de los informes financieros que sean necesarios • Llevar las cuentas del restaurante • Costeo
cocinero	<ul style="list-style-type: none"> • Control de los ayudantes de cocina. • Realizar la compra de materias primas.

	<ul style="list-style-type: none"> • Recepción y revisión de materias primas • Creación de platillos
Ayudantes de cocina	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo al chef en las tareas que este requiere • Asistencia en la elaboración de los platillos • Mantener limpia su área de trabajo • Administración de los utensilios y materias
Meseros	<ul style="list-style-type: none"> • Atención al comensal • Tomar orden del comensal • Constantemente presentarse a la mesa para saber si el cliente necesita algo • Llevar los platillos a la mesa • Cuidado de su sector de trabajo • Ser cordial

Autora: Mendoza M. (2019)

3.2 Diseño de la investigación

Es un conjunto de procedimientos y de métodos empleados al recolectar y analizar medida de las variables especificada en la investigación del problema.

Campo: puesto que al basarnos sobre hechos reales es necesario llevar a cabo una estrategia que nos permita analizar la situación directamente en el lugar donde acontecen, es decir, en la picantería.

Investigación-acción: porque además de identificar las problemáticas que enfrenta la empresa, se busca resolverlas mediante la acción pretendiendo tratar de formar conocimientos y cambios sociales.

3.3 Tipos de investigación:

Cuadro 1: modelo

Explorativo	Descripción	Correlacional	Explicativa
La investigación es ejecutada en los temas de objetos ya sea poco estudiado o desconocidos,	Describe las características de un conjunto de áreas de interés.	Busca las variaciones de unos conceptos de otros, útil para crear relaciones estadísticas	Determinan las razones del porqué de los fenómenos origina un sentido de entendimiento son bastante estructurado.

Autora: Mendoza M. (2019)

Se considera que el presente proyecto debe tener un alcance explicativo porque nos ayudara a precisar por qué y el como del fenómeno a investigar y la investigación descriptiva se caracteriza en el fenómeno de un hecho con la finalidad de restablecer su estructura.

3.4 Población

Es la unión de individuos u objetos de lo que se pretende tener conocimientos en una investigación. el universo o la población puede estar conformado por registro, animales, personas, las muestras de laboratorios entre otros.(Lopez, 2004)

Población finita: es medible

Es aquella que muestra que es factible sobrepasarse o alcanzarse al contar y que incluye o posee un número limitado de medidas y observaciones; como modelo puede ser el número de alumnos de un centro educativo. (Reyes)

Es un equipo el cual es medible incluye o posee un número limitado de observaciones y medidas.

Población infinita: son aquellas de tamaño desconocido.

Si una población es finita pero muy grande, desde la vista estadística da igual considerarla infinita. Es todo lo opuesto a la población finita, incluye un gran grupo de observaciones y de medidas. (Reyes)

La población que se utilizara en esta investigación es finita porque la conforma siete personas.

Cuadro 2: universo

Población	Cantidad
Gerente propietario	1
Cajero	1
Cocinero	1
Ayudante de cocina	2
Mesero	2

Autora: Mendoza M. (2019)

3.5 Muestra

Es parte del universo o población o también un subconjunto en donde se ejecutara la investigación. Existen procedimientos para obtener la cantidad de componentes de la muestra como lógica, formulas y entre otros que se visualizara más adelante. La muestra es una cierta parte de la población. (Lopez, 2004)

Tipos de muestra

Muestra por racimos

Este tipo de muestreo se implementa en particular cuando no se dispone de una lista enumerada y detallada de cada una de las unidades que

conforma la dicha población y resulta ser muy complicada la elaboración. (Lopez, 2004)

Muestra estratificado

Cuando los elementos de la muestra son proporcionales a su presencia en la población esta se convierte en estratificada. la población se divide en varios extractos o grupos con el propósito de dar representatividad a los factores distintos que conforman el universo de estudio. para la selección de las unidades o elementos representantes, se emplea el método de muestreo aleatorio. (Franco, 2014)

Muestra simple

La manera más común de alcanzar una muestra es la selección al azar. Es decir, cada uno de los sujetos que integra una población tiene la misma posibilidad de ser elegido. si no se cumple este requisito, la muestra es viciada, debe utilizarse para sus constitución una tabla de números aleatorios. (Franco, 2014)

Para esta investigación no será necesario extraer ningún tipo de muestra, porque la población de la microempresa es pequeña, por lo tanto se podrá trabajar de manera más simple.

3. 6 Métodos de investigación

Los métodos que se implementaran en esta investigación son:

- **Método inductivo-deductivo:** debido a que la problemática identificada en la picantería Don Pancho, consiste en la necesidad de mejorar la calidad del servicio que brinda a sus clientes

- **Método analítico-sistemático:** dado a que se realizara una cuidadosa observación del problema objetivo de estudio para fundar las relaciones entre causa, efecto y naturaleza.

3.7 Técnicas e instrumentos de la investigación.

Cuadro 3: técnicas e instrumentos.

técnicas	Instrumentos
Entrevista	Formulario
Encuesta	Cuestionario

Autora: Mendoza M. (2019)

Encuesta

Es una técnica de recopilación de datos que es útil para juntar toda clase de información sobre un grupo de individuos seleccionados.

La encuesta puede indagar sobre cuestiones subjetivas como las opiniones políticas u objetivas como los ingresos de una empresa.

Esto hace que sea una técnica sumamente aplicable y flexible a una gran variedad de ámbitos. Gracias a esto es utilizada para diferentes finalidades y diferentes disciplinas. Se emplea para la investigación en estudios de mercadeo y de opinión pública, así como para asuntos gubernamentales y empresariales entre otras. (Lifeder.com)

Encuesta de satisfacción: una encuesta de satisfacción del cliente es un qué estudio que permitirá saber el grado de satisfacción de los consumidores y de los clientes mediante la utilización de cuestionarios especialmente dirigidos para este fin.

La encuesta no el único instrumento disponible para saber las expectativas y las necesidades de los consumidores aunque si se puede considerar como la más utilizada de las técnicas disponibles.

Los principales objetivos de esta encuesta de satisfacción:

- Entender las necesidades de los clientes.
- Saber con exactitud que necesitamos mejorar.
- Extender las expectativas de los clientes.

La entrevista de investigación.

Es el dialogo de cara a cara que se da entre el sujeto de estudio y el investigador. El fin de la entrevista es recolectar información importante sobre un tema de estudio, mediante las respuestas verbales dadas por el sujeto de estudio.

Tipos de entrevistas de investigación.

Existen tres tipos de entrevistas de investigación: la no estructurada, la estructurada y la semi-estructurada. (Lifeder.com)

Entrevista de investigación estructurada

Se rige por un derrotero de preguntas estandarizadas. Estas preguntas se plantean en el mismo orden y de la misma manera a cada uno de los objetos de estudio.

Es precisa la elaboración de un formulario para este tipo de entrevista de investigación donde se incluyen en la investigación todas las preguntas relevantes.

Entrevista de investigación no estructurada

Este tipo de entrevista es mucho más flexible y abierta, sin descuidar los objetivos planteados inicialmente en la investigación.

La forma de cómo se plantea las preguntas, la profundidad, la recopilación de contenido y la cantidad de preguntas formuladas dependen del entrevistador.

Dentro de este tipo de entrevista el investigador cuenta con la libertad de plantear las preguntas de tal forma que sean más fáciles de responder por parte del sujeto de estudio.

Entrevista de investigación semi-estructurada

Es un tipo de entrevista mixto, la principal ventaja de este tipo de entrevista es su estructura flexible y ordenada. es un tipo de entrevista que se percibe de una manera más natural entre los participantes de la entrevista, sin dejar a un lado el objeto de estudio de la entrevista. (Lifeder.com)

3. 8 Procedimientos de la investigación.

Para este proyecto de investigación se empleara la técnica de la encuesta y la técnica de la entrevista.

Encuesta dirigida a los clientes más frecuentes que tiene la microempresa.

Elaborada con cinco preguntas, aceptara contestaciones cerradas de elección múltiple, pero dirigidas a la investigación, el contenido y el orden corresponden al tema a tratar.

Lo analizaremos de la siguiente manera:

1. Analizar las preguntas de investigación
2. Tabular los resultados.
3. Analizar los porcentajes.
4. Sacar conclusiones de cada resultado.

Con el fin de medir que tan satisfechos están los clientes y cuáles son los niveles de compromiso que tienen hacia la picantería.

Entrevista al personal que conforma la picantería.

Formulada con cinco preguntas, con opción a ser respondidas de manera forma abierta, es decir que el personal tendrá opción de manifestar su opinión verbal libremente. La entrevista consistirá en la obtención de información de una forma oral directamente, será una situación de cara a cara. El personal de la picantería que participara en la entrevista tendrá la información necesaria para que pueda contestar las preguntas sin ninguna dificultad. Con la finalidad de diagnosticar la metodología del servicio que actualmente brinda el personal que conforma la picantería y la satisfacción al cliente que viene practicando el mismo. Lo analizaremos de la siguiente manera:

1. Analizar las respuestas obtenidas por el personal entrevistado
2. Sacar conclusiones de cada resultado.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Aplicación a las técnicas e instrumentos

Evaluación de encuesta dirigida a los clientes de la picantería.

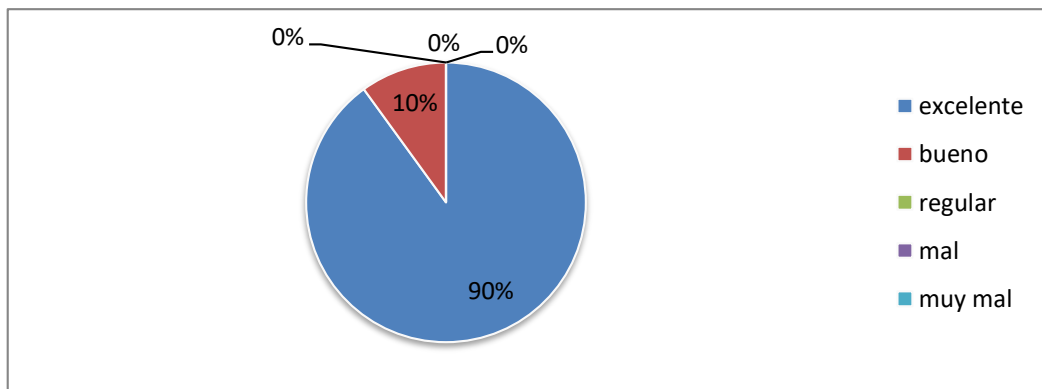
1. ¿Cómo Ud. califica la calidad de nuestra comida?

Tabla 2: calidad producto

Excelente	9	90%
bien	1	10%
Regular	0	0%
Mal	0	0%
Muy mal	0	0%
Total:	10	100%

Autora: Mendoza M. (2019)

Figura 3: calidad de producto



Autora: Mendoza M. (2019)

Resultados indican un alto nivel de satisfacción, con un 90% encuestado califican como excelente y por ultimo un 10% que califican como bueno. Resultados favorables para el negocio ya que indican que los clientes se sienten satisfechos sobre la calidad de la comida que ofrecen

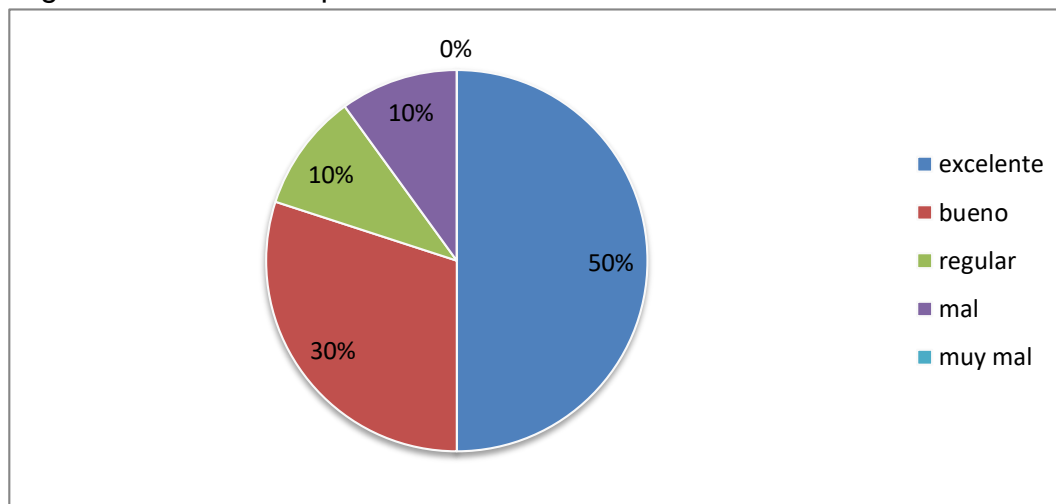
2. ¿Cómo califica Ud. la atención del personal de la picantería?

Tabla 3: atención del personal.

Excelente	5	50%
bien	3	30%
Regular	1	10%
Mal	1	10%
Muy mal	0	0%
Total:	10	100%

Autora: Mendoza M. (2019)

Figura4: atención del personal



Autora: Mendoza M. (2019)

De acuerdo a la información obtenida, el 50% de los encuestados califican como excelente la atención del personal, sin dejar de lado un 30% que lo califican como bueno que también representan un porcentaje significativo. Por otra parte se evidencia tan solo un 10% como regular y por ultimo otro 10% lo califican de malo, esto nos da a entender que existe un 20% de clientes insatisfechos.

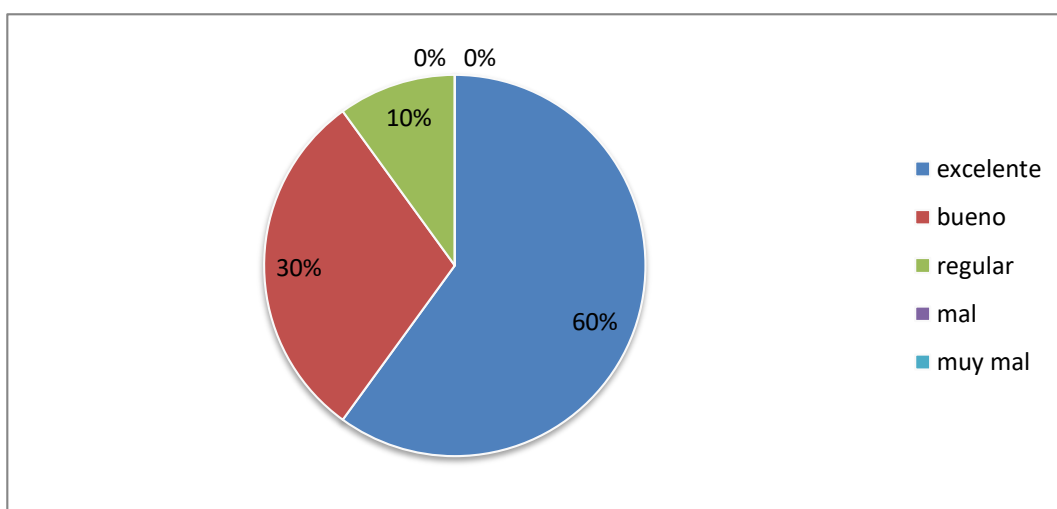
3. ¿Cómo considera la imagen que ofrece las instalaciones del negocio?

Tabla 4: imagen picantería

Excelente	6	60%
bien	3	30%
Regular	1	10%
Mal	0	0%
Muy mal	0	0%
Total:	10	100%

Autora: Mendoza M. (2019)

Figura 5: imagen picantería



Autora: Mendoza M. (2019)

De acuerdo a la información obtenida, se puede observar que existe un 60% que califican como excelente la imagen que presta las instalaciones. Sin dejar a lado un 30% que lo califican como bueno. Sin embargo existe un 10% que califican como regular, debemos tomar en cuenta que los cliente cada vez son más exigentes y el mercado enfrenta nuevas tendencias y esto conlleva a estar en un constante cambios.

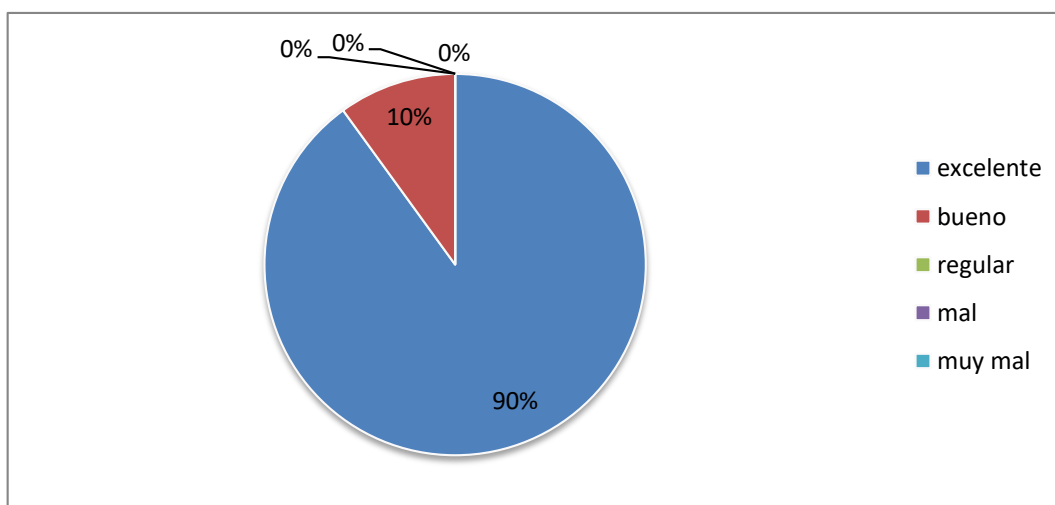
4. ¿Cómo califica Ud. la rapidez y agilidad a la hora de brindar atención por parte de nuestro personal?

tabla5: rapidez y agilidad

Excelente	9	90%
bien	1	10%
Regular	0	0%
Mal	0	0%
Muy mal	0	0%
Total:	10	100%

Autora: Mendoza M. (2019)

Figura 6: rapidez y agilidad



Autora: Mendoza M. (2019)

Los resultados indican un alto porcentaje con un 90% de los encuestados los califican como excelente, seguido de un 10% que lo califican como bueno, en este gráfico visualizamos, que la mayoría de los clientes se encuentran satisfechos con la rapidez y agilidad brindado por el personal.

Aproximadamente un cliente se demora en entrar y salir del negocio menos de 45 minutos, lo cual es algo muy beneficioso en los días en los cuales acude mayor clientela como lo son los fines de semana.

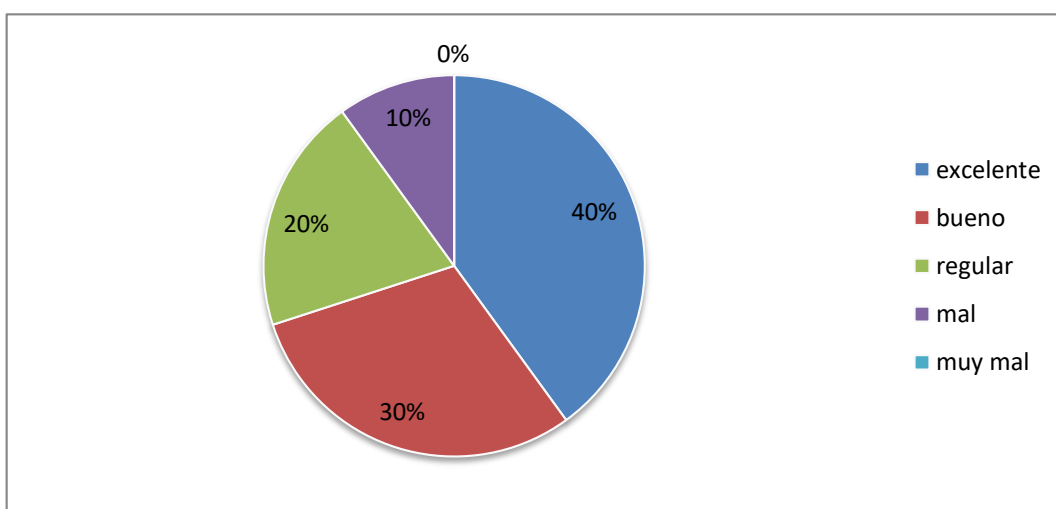
5. ¿Cómo evalúa la experiencia al momento de visitar nuestras instalaciones?

Tabla 6: experiencia visita

Excelente	4	40%
bien	3	30%
Regular	2	20%
Mal	1	10%
Muy mal	0	0%
Total:	10	100%

Autora: Mendoza M. (2019)

Figura 7: experiencia visita



Autora: Mendoza M. (2019)

Los datos obtenidos, se logra presenciar que el 40% de encuestados califican como excelente la experiencia que vivieron al momento de su visita, luego tenemos un 30% que califican "bien", sin embargo existe un 20% que lo califican como regular y por ultimo existe un 10% que lo califican como "mala". Existen clientes inconformes al momento de visitar las instalaciones debido a diferentes factores, uno de ellos es la falta de conocimiento del personal a la hora de resolver cualquier problema que presentan el cliente al momento de comprar.

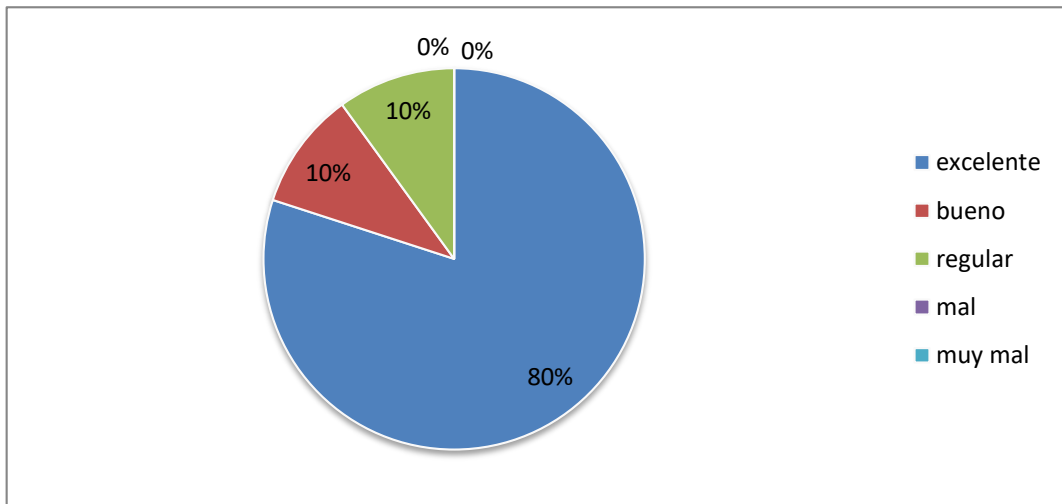
6. ¿Fue tratado con amabilidad, respeto y cortesía por parte de nuestro personal?

Tabla 7: trato del personal

Excelente	2	80%
bien	3	10%
Regular	2	10%
Mal	1	0%
Muy mal	2	0%
Total:	10	100%

Autora: Mendoza M. (2019)

Figura 8: trato del personal



Autora: Mendoza M. (2019)

Los resultados indican un alto porcentaje de un 80% califican como excelente seguido de un 10% que lo califican como bueno, resultados muy favorables para el negocio ya que esto indica que el personal si brinda a sus clientes el trato adecuado con la finalidad de crear un vínculo afectivo que va más allá de vender.

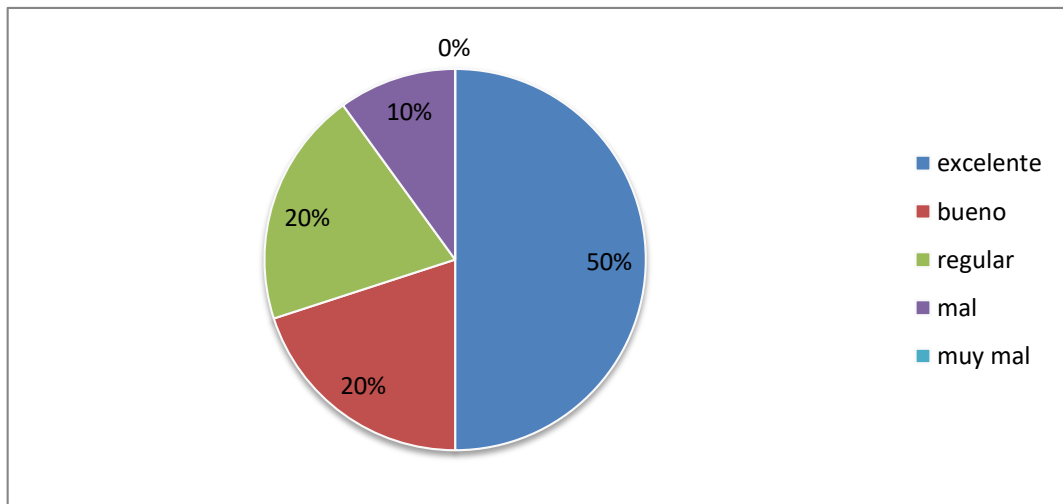
7. ¿El personal estuvo dispuesto a ofrecer su ayuda al momento de su estancia en nuestro local?

Tabla 8: dispuesto ayudar

Excelente	5	50%
bien	2	20%
Regular	2	20%
Mal	1	10%
Muy mal	0	0%
Total:	10	100%

Autora: Mendoza M. (2019)

Figura 9: dispuesto ayudar



Autora: Mendoza M. (2019)

Mediante esta gráfica se demuestra que el 50% están satisfechos con la ayuda que han recibido por parte del personal de la picantería y un 20% lo califican como bien, y dejando con un 30% de inconformidad, y que se debe mejorar para alcanzar un 100% de puntaje. Esto demuestra el desacuerdo de muchos clientes respecto a la ayuda prestada de parte del personal, porque cada cliente tiene necesidades diferentes.

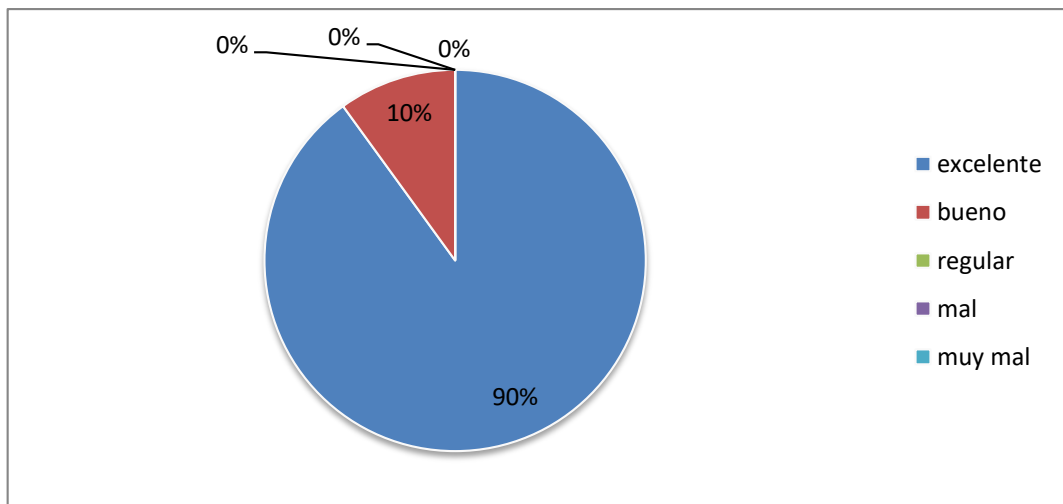
8. ¿El pedido que Ud. ordeno fue completo y correctamente preparado?

Tabla 9: el pedido

Excelente	9	90%
bien	1	10%
Regular	0	0%
Mal	0	0%
Muy mal	0	0%
Total:	10	100%

Autora: Mendoza M. (2019)

Figura 10: el pedido



Autora: Mendoza M. (2019)

Mediante esta gráfica se demuestra que el 90% califican como excelente los pedidos que ordenaron si fueron correctamente preparados sin dejar a un lado un 10% de los encuestados lo calificaron como bien. Estos resultados nos indican que la satisfacción de los clientes en este aspecto es muy alta y no presenta problemas en aquello.

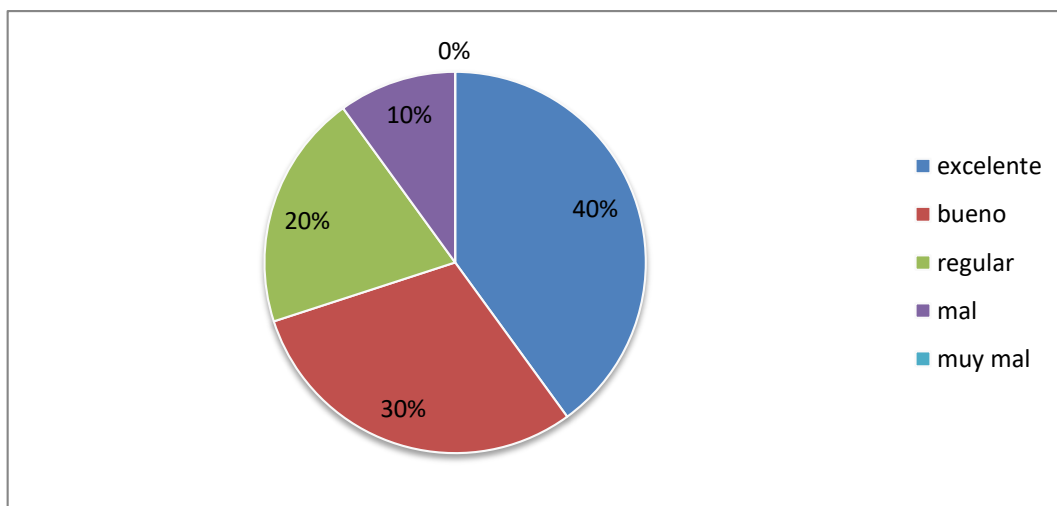
9. ¿Piensa Ud. que el negocio cumplió con los objetivos en relación con el servicio?

Tabla 10: objetivo servicio

Excelente	4	40%
bien	3	30%
Regular	2	20%
Mal	1	10%
Muy mal	0	0%
Total:	10	100%

Autora: Mendoza M. (2019)

Figura 11: Objetivo servicio



Autora: Mendoza M. (2019)

Mediante esta gráfica indica que un 40% de los encuestados lo califican como excelente y un 30% como bien. Mientras un 20% de los encuestados lo califican como regular y por último existe un 10% que lo califican como mal. Dándonos como resultado un nivel de satisfacción medio que a pesar de que existe en total un 70% de clientes satisfechos debemos de tomar en consideración aquellas cifras desfavorables.

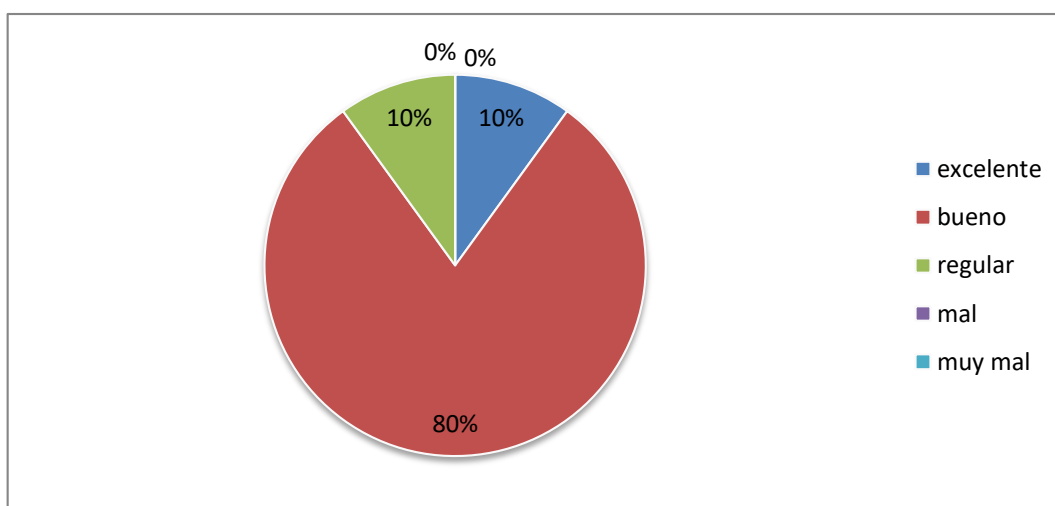
10. ¿Cuál es su grado de satisfacción general?

Tabla 11: satisfacción general

Excelente	1	10%
bien	8	80%
Regular	1	10%
Mal	1	0%
Muy mal	0	0%
Total:	10	100%

Autora: Mendoza M. (2019)

Figura 12: satisfacción general



Autora: Mendoza M. (2019)

En esta gráfica indica que un 80% de encuestados lo califican como "bien" no siendo este la calificación más alta ya que tan solo un 10% lo califican como excelente mientras por otro lado nos refleja que un 10% lo califican como regular. En conclusión de que a pesar de que estos resultados sean buenos aún existen aspectos por mejorar para llegar a un nivel de excelente.

Tabla 1: Gerente propietario.

Entrevista dirigida al gerente propietario de la picantería	
Nombre del entrevistador: María Mendoza	Hora de inicio: 2:00pm
Nombre del entrevistado: Francisco Mendoza	Hora fin: 2:30
Cargo: gerente propietario	Fecha: 24/10/2019
Lugar: instalaciones del negocio	Entrevista: No.
El objetivo de esta entrevista es obtener información relevante sobre la metodología del servicio que actualmente brinda el personal que conforma la picantería y la satisfacción al cliente que viene practicando el mismo.	
Preguntas	Respuesta
1. ¿Qué aspecto Ud. cree que hagan que un cliente escoja determinado restaurante?	Tomando en cuenta el servicio, higiene, sabor, seguridad entre otros aspectos el más importante de todos ellos es el servicio la manera en la cual lo atendemos sus necesidades.
2. ¿Qué problema ha tenido sus clientes y como lo ha resuelto?	La actitud y la falta de interés de los meseros al momento de atender a nuestros clientes por ejemplo o su comida no fue lo que ellos esperaban tratamos de ofrecerles algo más de lo que ellos querían que sea de su agrado.
3. ¿Su jefe demuestra tener interés en sus necesidades?	A veces. Respecto a este tema puedo notar su falta de interés al momento de exponer nuestros inconvenientes ya sea en el ámbito laboral o el personal.
4. ¿Qué aspecto del servicio al cliente piensa Ud. que son más importantes para un negocio de este tipo?	El recibimiento al cliente al llegar a la picantería, asimismo darle un recordatorio que serán bienvenidos cuando regresen nuevamente a la picantería.
5. ¿Consideras importante la capacitación?	Sí, me parece una buena iniciativa más que todo para mi personal que carecen de conocimientos y habilidades al momento de atender a nuestros clientes y esto nos da problemas.

Tabla 14: Mesero 2

Entrevista dirigida al personal que conforma la picantería.	
Nombre del entrevistador: María Mendoza	Hora de inicio: 1:42 pm
Nombre del entrevistado: Marcia Maldonado	Hora fin: 1:48 pm.
Cargo: Mesera	Fecha: 23/10/2019
Lugar: instalaciones del negocio	
El objetivo de esta entrevista es obtener información relevante sobre la metodología del servicio que actualmente brinda el personal que conforma la picantería y la satisfacción al cliente que viene practicando el mismo.	
Preguntas	Respuesta
1. ¿Qué es el servicio al cliente?	Es la forma como atendemos a los clientes al momento de tomar su orden
2. ¿Su jefe establece objetivos determinados para el futuro de la picantería?	No, El jefe no comparte con nosotros los objetivos que plantea tan solo nos da ordenes
3. ¿Su jefe demuestra tener interés en sus necesidades?	La verdad no he establecido algún tipo de conversación sobre mis problemas personales o algún inconveniente que tenga con mi trabajo siempre he tratado de resolverlas por mi cuenta
4. ¿Cuál cree que es la actitud de una persona que trabaja en el servicio al cliente?	Que tenga un carisma agradable para ganar confianza.
5. ¿Consideras importante la capacitación?	Sí, me encantaría tener algún tipo de instrucción para poder mejorar mis labores dentro de la picantería.

El análisis de esta entrevista deja en evidencia la falta de conocimiento sobre la importancia de del servicio que ofrecen al cliente. Y a su vez existes una limitada comunicación con el jefe de la picantería.

tabla15: cajero

Entrevista dirigida al personal que conforma la picantería.	
Nombre del entrevistador: María Mendoza	Hora de inicio: 2:00 pm
Nombre del entrevistado: Davis Mendoza	Hora fin: 2:20
Cargo: cajero	Fecha: 23/10/2019
Lugar: instalaciones del negocio	Entrevista No.3
<p>El objetivo de esta entrevista es obtener información relevante sobre la metodología del servicio que actualmente brinda el personal que conforma la picantería y la satisfacción al cliente que viene practicando el mismo.</p>	
Preguntas	Respuesta
1. ¿Qué es el servicio al cliente?	Creo que es la forma con la que atendemos a nuestros clientes es un valor agregado que le damos nosotros al producto
2. ¿Su jefe establece objetivos determinados para el futuro de la picantería?	No, solo conozco la visión y misión de la picantería
3. ¿Su jefe demuestra tener interés en sus necesidades?	Falta de comunicación de parte de nuestro jefe.
4. ¿Cuál cree que es la actitud de una persona que trabaja en el servicio al cliente?	Motivación sin duda alguna un buen sentido del humor y una excelente paciencia.
5. ¿Consideras importante la capacitación?	Claro nunca esta demás aprender cosas nuevas y con esto poder realizar nuestras labores con excelencia.

Se muestra conocimientos limitados sobre el concepto e importancia del servicio al cliente y una falta de comunicación con su jefe de esta forma generando la desmotivación y desinterés.

Tabla 16: cocinero

Entrevista dirigida al personal que conforma la picantería.	
Nombre del entrevistador: María Mendoza	Hora de inicio: 2:30pm
Nombre del entrevistado: Marilú Palomeque	Hora fin: 2:40 pm
Cargo: cocinero	Fecha: 23/10/2019
Lugar: instalaciones del negocio	Entrevista No.4
El objetivo de esta entrevista es obtener información relevante sobre la metodología del servicio que actualmente brinda el personal que conforma la picantería y la satisfacción al cliente que viene practicando el mismo.	
Preguntas	Respuesta
1. ¿Qué es el servicio al cliente?	No tengo idea de eso para sincera
2. ¿Su jefe establece objetivos determinados para el futuro de la picantería?	Rara vez el jefe nos comunica sobre sus planes al futuro.
3. ¿Su jefe demuestra tener interés en sus necesidades?	A veces, falta de interés de parte de jefe respecto a nuestras necesidades ya sea en el trabajo peor aún en lo personal.
4. ¿Cuál cree que es la actitud de una persona que trabaja en el servicio al cliente?	Muchos virtudes en especial la paciencia la amabilidad siempre tener una mente positiva para poder agradar al cliente
5. ¿Consideras importante la capacitación?	Claro, aunque no tenga un contacto directo con los clientes siempre existe posibilidades de atender a uno o ayudarle en algún problema

Los resultados de la investigación refleja la falta de conocimientos e importancia del tema a tratar y a su vez la usencia de medios de comunicación por parte de su jefe, sin embargo existe el positivismo respecto a la capacitación.

Tabla 17: ayudante de cocina 1

Entrevista dirigida al personal que conforma la picantería.	
Nombre del entrevistador: María Mendoza	Hora de inicio: 3:00 pm
Nombre del entrevistado: David Carpio	Hora fin: 3:20
Cargo: ayudante de cocina	Fecha: 23/10/2019
Lugar: instalaciones del negocio	Entrevista No.5
El objetivo de esta entrevista es obtener información relevante sobre la metodología del servicio que actualmente brinda el personal que conforma la picantería y la satisfacción al cliente que viene practicando el mismo.	
Preguntas	Respuesta
1. ¿Qué es el servicio al cliente?	La comunicación que hacemos con los clientes cuando le vendemos
2. ¿Su jefe establece objetivos determinados para el futuro de la picantería?	Desconozco sobre los objetivos de la picantería.
3. ¿Su jefe demuestra tener interés en sus necesidades?	No, muchas veces le eh querido comentar algún tipo de inconveniente y no me presta la atención necesaria y eso me hace sentir desmotivado
4. ¿Cuál cree que es la actitud de una persona que trabaja en el servicio al cliente?	Un buen carisma
5. ¿Consideras importante la capacitación?	Sí, sería mi primera vez que asisto a una capacitación y eso me anima mucho.

De acuerdo a la información obtenida por medio de la entrevista se evidencio el desconocimiento de los objetivos de la picantería por la falta

de comunicación por parte del jefe y la falta de conocimientos e importancia sobre el tema a tratar que es el servicio al cliente.

Tabla 18: ayudante de cocina 2

Entrevista dirigida al personal que conforma la picantería.	
Nombre del entrevistador: María Mendoza	Hora de inicio: 3:21 pm
Nombre del entrevistado: Evelyn García	Hora fin: 3:28 pm
Cargo: ayudante de cocina	Fecha: 23/10/2019
Lugar: instalaciones del negocio	Entrevista: No. 6
Preguntas	Respuesta
1. ¿Qué es el servicio al cliente?	la forma como interactuamos con el cliente y le ofrecemos nuestra ayuda al momento de su compra e instancia en la picantería
2. ¿Su jefe establece objetivos determinados para el futuro de la picantería?	No conozco otros objetivos planteados por él.
3. ¿Su jefe demuestra tener interés en sus necesidades?	Falta de interés al momento de exponer nuestros.
4. ¿Cuál cree que es la actitud de una persona que trabaja en el servicio al cliente?	la verdad no tengo idea
5. ¿Consideras importante la capacitación?	Sí, no estaría mal aprender nuevos conceptos y actualizarnos y lo más importante aplicarlo en nuestro trabajo.

La entrevista arrojan como resultado la falta de conocimiento e importancia sobre el servicio al cliente, también se evidenció la ausencia de comunicación y desinterés por parte del jefe propietario de la picantería.

Tabla 19: mesero

Entrevista dirigida al personal que conforma la picantería.	
Nombre del entrevistador: María Mendoza	Hora de inicio: 1:00 pm
Nombre del entrevistado: David Carpio	Hora fin: 1:40
Cargo: Mesero	Fecha: 23/10/2019
Lugar: instalaciones del negocio	
El objetivo de esta entrevista es obtener información relevante sobre la metodología del servicio que actualmente brinda el personal que conforma la picantería y la satisfacción al cliente que viene practicando el mismo.	
Preguntas	Respuesta
1. ¿Qué es el servicio al cliente?	Tengo poco conocimiento
2. ¿Su jefe establece objetivos determinados para el futuro de la picantería?	No sabría responder aparte de la visión de la picantería no conozco otros objetivos planteados por él.
3. ¿Su jefe demuestra tener interés en sus necesidades?	A veces. Respecto a este tema puedo notar su falta de interés al momento de hablar con el.
4. ¿Cuál cree que es la actitud de una persona que trabaja en el servicio al cliente?	Que tenga valores y principio, la verdad no tengo idea
5. ¿Consideras importante la capacitación?	Si, por que me gustaría adquirir nuevos conocimientos y habilidades.

Se evidencio la falta de conocimiento sobre el tema del servicio al cliente, también se arroga como resultado la ausencia de comunicación y desinterés.

4. 2 Plan de capacitación en la mejora del servicio al cliente de la “PICANTERIA DON PANCHO”

Presentación

La capacitación, es un proceso educacional de carácter estratégico aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual los colaboradores desarrollan o adquieren habilidades y conocimientos específicos relativos al trabajo, y modifica sus actitudes frente a situaciones del negocio, el ambiente laboral o el puesto.

En tal sentido la capacitación un factor importante para que el personal que integra la picantería brinde el mejor aporte en el puesto asignado, ya que es un proceso continuo que busca la mayor productividad y la eficiencia en el desarrollo de sus actividades, así mismo contribuye a elevar la moral, el ingenio creativo y a elevar el rendimiento del personal.

El plan de capacitación incluye a todo el personal que integra la picantería.

Diseño de acciones correctivas que conducirán a mejorar la gestión

Actividad del negocio

PICANTERÍA DON PANCHO., ubicado en el cantón el Triunfo Av. 10 de agosto y 25 de agosto cuenta con siete trabajadores y dentro de sus actividades esta la comercialización de sus productos, principalmente el encebollado de albacora entre otros platos típicos de la localidad.

Horario: jueves y viernes por el periodo de cuatro semanas en el mes de Agosto

Número de horas: 16

Expositor: externo.

Programa de capacitación

Tema a capacitar:

- Servicio al cliente

Contenidos.

1. 1 Conceptos y definiciones.

- Servicio al cliente.
- Calidad en el servicio.

1. 2 Principios del servicio al cliente.

- La satisfacción del cliente.
- Lealtad y fidelidad al cliente.
- Los nuevos pensamientos y principio sistemáticos.

1. 3 Marketing de servicios.

- Introducción de marketing.
- Comportamiento del consumidor.
- Estrategia de venta.

1. 4 Como mantener un servicio de excelencia.

- Responsabilidad empresarial.

1. 5 Tipos de clientes.

- Manejos de conflictos.
- Manejos de objeciones.
- Conducta del consumidor.

1. 6 Ejemplos prácticos.

- Rol play.

Justificación

El personal implicado en las actividades laborales es el recurso más importante en cualquier organización. En una organización que presta servicios y mantiene un contacto con sus clientes es de suma importancia, en la cual la conducta y rendimiento del personal influye directamente en la optimización y en la calidad de los servicios que se brinda. También es importante la medida en la que este facilita el cumplimiento del trabajo de cada individuo y el ambiente laboral.

Tales premisas lleva automáticamente a enfocar sin duda en el tema de la capacitación como uno de los elementos verbales para cambiar o modificar el comportamiento y las actitudes del personal.

En tal sentido se plantea el presente Plan de Capacitación en la mejora en la calidad del servicio al cliente.

Alcance

El presente plan de capacitación es de aplicación para todo el personal que trabaja en la picantería Don Pancho.

Fines del plan de capacitación.

Elevación del nivel de rendimiento de los colaboradores, y con ello, al incremento de la productividad, rendimiento de la empresa y el incremento del nivel de satisfacción de sus clientes.

Objetivos del plan de capacitación

- Aprender los principios básicos y fundamentos acerca del servicio al cliente.
- Modificar actitudes para contribuir a la creación de un clima de trabajo satisfactorio, aumentar la motivación del personal y mantener un buen nivel de eficiencia individual y rendimiento colectivo.
- Actualizar y ampliar los conocimientos requeridos.

Metas

Capacitación 100% del personal que conforma la picantería especialmente al personal que mantiene relaciones directas con el cliente.

Estrategias

- Presentación de casos casuísticos que se ha evidenciado en la picantería.
- Exposición-dialogo.

Modalidad de capacitación

- **Perfeccionamiento:** desarrollo de los niveles de experiencias y conocimientos, a fin de potenciar la calidad al servicio al cliente.
- **Actualización:** proporcionar conocimientos y experiencias derivados a recientes avances del correcto manejo en la atención al cliente.

Niveles de capacitación.

Nivel intermedio: perfección de las habilidades que relacionan con las exigencias y mejorar el desempeño en la ocupación.

Recursos

Humanos: participantes, facilitadores y equipo de trabajo.

Materiales:

- **Infraestructura:** las actividades de capacitación se desarrollaran en las instalaciones del negocio.
- **Mobiliario, equipo y otros:** está conformado por carpetas, mesas, sillas, plumones, portafolio y ventilación adecuada.
- **Documentos técnico-educativos:** certificados, libro de calidad total en la atención al cliente, encuestas de evaluación, formulario, material de estudio, etc.

4. 2 Presupuesto

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Pasajes terrestres	2	\$1.75	\$3.50
Viáticos	6	\$4.00	\$24.00
Plumones de colores	10	\$0.15	\$1.50
Folder	5	\$0.25	\$1.25
Papel A4	30	\$0.03	\$2.70
refrigerios	10	\$1.55	\$15.50
Honorarios del expositor.	6	\$200	\$1.200
imprevistos	1	\$15.00	\$15.00
TOTAL:			\$1.262.20

El monto de la inversión de este plan de capacitación, será financiada con ingresos propios presupuestados del negocio.

4.3 Cronograma

TIEMPO ACTIVIDADES	2019																				
	AGOSTO																				
	1 SEMANA					2 SEMANA					3 SEMANA					4 SEMANA					
	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	
Conceptos y definiciones																					
Principios del servicio al cliente.																					
Marketing																					
Como mantener un servicio de excelencia.																					
Tipos de clientes.																					
Ejemplos practicos																					

4.4 Conclusiones.

- Se estableció teóricamente los procesos de capacitación y los procesos administrativos.
- Se diagnosticó que el servicio al cliente ofertado, se han venido realizando de una manera errónea, aumentando la cantidad de quejas y reclamos llevando como consecuencia la pérdida de sus clientes.
- Se evidencio una falta de comunicación de parte del jefe propietario hacia sus colaboradores generando un ambiente laboral desagradable provocando así la desmotivación.
- por medio de la entrevista el 100% ha expresado la necesidad de recibir un plan de capacitación aumentaría su rendimiento laboral.
- Elaboración del plan de capacitación con temas específicos de servicios al cliente dirigidos al personal de la picantería con el fin de proporcionarles nuevos conocimientos y a su vez a adquirir nuevas habilidades.

4.5 Recomendaciones

- Actualizar de modo anual los conceptos administrativos y los procesos de capacitación.
- Implementar encuestas de satisfacción dirigidas a los clientes más frecuentes con la finalidad de determinar las necesidades del mismo.
- Construir un ambiente para el desarrollo del personal que conforma la picantería “Don Pancho”. con la finalidad de crear un entorno en el que se logre la comunicación, la cooperación y un intercambio de ideas de una manera abierta.
- Proporcionar retroalimentación de manera habitual y positiva para mejorar sus habilidades y conocimientos
- Para el cumplimiento de los objetivos del negocio planteados; la capacitación debe ser de forma permanente, por lo que es importante que al finalizar cada programa de capacitación se evalúe el resultado del mismo, reflejado en el personal del negocio.

Bibliografía

(s.f.). Obtenido de <https://www.monografias.com/docs/Antecedentes-hist%C3%B3ricos-de-la-capacitaci%C3%B3n-de-personal-P3JF52KYBY>

- ACSI. (1 de 9 de 2014). *ReasonWhy*. Recuperado el 16 de 8 de 2019, de <https://www.reasonwhy.es>
- Abad, D. P. (Noviembre de 2014). *Análisis de calidad del servicio al cliente interno y externo para propuesta de modelo de gestión de calidad*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7451/1/UPS-GT000777.pdf>
- Bembibre, C. (febrero de 2010). *Definición ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/seleccion.php>
- Bembibre, V. (3 de octubre de 2019). *Definición ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/cliente.php>
- Carreno, C. J. (29 de junio de 2017). *brandembassy*. Obtenido de <https://www.brandembassy.com/es/resources/blog/la-historia-del-servicio-de-atención-al-cliente>
- carrion, J. (6 de MAYO de 2011). *Powered by Blogger*. Obtenido de Powered by Blogger: http://importacionesan.blogspot.com/2011_05_01_archive.html
- Chiavenato, I. (2007). *administración de recursos humanos*. Mc Graw hit.
- ConceptoDefinicion.de*. (19 de julio de 2019). Recuperado el 12 de noviembre de 2019, de <https://conceptoDefinicion.de/cliente/>
- ConceptoDefinicion.de, Redacción*. (12 de octubre de 2019). Obtenido de <https://conceptoDefinicion.de/capacitacion/>.
- definiciones-de.ec*. (3 de octubre de 2019). Obtenido de <https://www.definiciones-de.com/Definicion/de/empleado.php> © Definiciones-de.com
- Delgado. (26 de 4 de 2018). *el universo*. Recuperado el 23 de 9 de 2019, de <https://www.eluniverso.com>
- Enríquez, J. (Diciembre de 2011). *EL SERVICIO AL CLIENTE EN RESTAURANTES DEL CENTRO DE*. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1148/1/PG%20251-TESIS%20MBA%20MANUAL%20DE%20SERVICIO%20AL%20CLIENTE.pdf>

- escolme. (s.f.). Obtenido de http://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/servicio_cliente/contenido_u1.pdf
- Franco, Y. (Jul de 2014). *Blogger.com*. Recuperado el 18 de Octubre de 2019, de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2014/07/como-se-debe-citar-un-blog-como.html>
- Gomez, H. S. (2006). *Conceptos básicos. En Servicio al cliente*. colombia: Panamericana editorial Ltda.
- Latinamerican post*. (12 de 5 de 2018). Recuperado el 23 de 9 de 2019
- Lifeder.com*. (s.f.). Obtenido de <https://www.lifeder.com/para-que-sirve-una-encuesta/>
- Lifeder.com*. (s.f.). Obtenido de <https://www.lifeder.com/entrevista-de-investigacion/#>
- López, n. D. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- Lopez, P. L. (2004). *Punto Cero*. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-027
- Martin, A. D. (19933). *Marketing Relacional*. Diaz de Santos.
- Merino., J. P. (2009). Obtenido de <https://definicion.de/plan/>
- Moreno, N. E. (14 de octubre de 2019). *Proyecto de mejora de servicio al cliente en Distribuciones AC SAS*. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/9132/GaitanNubia2017.pdf?sequence=1>
- Oliveth Fonseca, D. R. (2018). *PROPUESTA DE MEJORAMIENTO PARA EL SERVICIO AL CLIENTE DEL*. Recuperado el 2019, de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/41111/T11.08%20B657p.pdf>
- Parra-Penagos, C. &-F. (2016). *La capacitación y su efecto en la calidad dentro de las organizaciones*. Rev. Investig. Desarr. Innov. Vol. 6, No. 2 Enero - Junio 2016, 131-143. ISSN: 2027-8306.

Proaño, F. M. (2014). *“DISEÑO DEL PLAN DE CAPACITACIÓN EN BASE AL MODELO DE RETORNO.*

Qué es ? (s.f.). Obtenido de <https://www.quees.wiki/contacto.htm>

que-significa.com. (s.f.). Obtenido de <https://que-significa.com/significado.php?termino=potenciar>

Reyes, R. (s.f.). *monografia.com.* Obtenido de <https://www.monografias.com/docs/Definiciones-De-Población-Finita-E-Infinita-PK9KSGPCDUNZ>

Rosario, J. M. (06 de 06 de 2013). Obtenido de mintecon: <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/06/04/rr-hh-formacion-de-personal/>

Sevilla, A. (3 de octubre de 2019). *economipedia.* Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/economia.html>

Significados.com. (12 de 01 de 2018). Recuperado el 6 de noviembre de 2019, de <https://www.significados.com/empatia/>

significados.com. (12 de octubre de 2019). Obtenido de <https://www,significados.com/proposito.>

Significados.com. (12 de Octubre de 2019). Obtenido de <https://www.significados.com/motivacion/>

Significados.com. (12 de Octubre de 2019). Obtenido de <https://www.significados.com/estrategia/>

Significados.com. (03 de 01 de 2016). Recuperado el 13 de noviembre de 2019, de <https://www.significados.com/reclutamiento/>

Significados.com. (25 de 06 de 2017). Recuperado el 13 de noviembre de 2019, de <https://www.significados.com/necesidad/>

TMF-group. (s.f.). Obtenido de <https://www.tmf-group.com/es-co/news-insights/business-culture/top-challenges-new-zealand/>

Ucha., F. (3 de octubre de 2019). *Definición ABC.* Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/satisfaccion.php>

Wikipedia, c. d. (3 de octubre de 2019). *wikipedia.* Obtenido de <https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Administraci%C3%B3n&oldid=119853848>

wikipedia, c. d. (3 de octubre de 2019). Obtenido de Wikipedia:
[https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Servicio_\(econom%C3%ADa\)&oldid=119707979](https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Servicio_(econom%C3%ADa)&oldid=119707979)

wikipedia, c. d. (12 de octubre de 2019). *Wikipedia* . Obtenido de
<https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=procedimiento&oldid=120123391>

Wikipedia, c. d. (12 de octubre de 2019). *Wikipedia, la enciclopedia libre*.
Obtenido de
<https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=conocimiento&oldid=118908923>

Wikipedia, La enciclopedia libre. (10 de octubre de 2019). Recuperado el
14 de noviembre de 2019, de
<https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Comportamiento&oldid=120161837>

1. Anexos.

Encuesta del servicio al cliente

Reciba un caluroso saludo, para nosotros es muy importante su opinión, razón por la cual lo invitamos hacer partícipe de la siguiente encuesta.

Objetivo: diagnosticar la metodología del servicio que actualmente brinda el personal que conforma la picantería que viene practicando el mismo y medir el nivel actual de satisfacción del cliente.

Introducción: califique los siguientes aspectos con una **X** según la escala que Ud. Crea conveniente excelente, bien, regular, mal y muy mal.

1. ¿Cómo Ud. Califica la calidad de nuestra comida?

Excelente	
bien	
Regular	
Mal	
Muy mal	

2. ¿Cómo califica Ud. La atención del personal de la picantería?

Excelente	
bien	
Regular	
Mal	
Muy mal	

3. ¿Cómo considera la imagen que ofrece las instalaciones del negocio?

Excelente	
bien	
Regular	
Mal	
Muy mal	

4. ¿Cómo califica Ud. La rapidez y agilidad a la hora de brindar atención por parte de nuestro personal?

Excelente	
bien	
Regular	
Mal	
Muy mal	

5. ¿Cómo evalúa la experiencia al momento de visitar nuestras instalaciones?

Excelente	
bien	
Regular	
Mal	
Muy mal	

6. ¿Fue tratado con amabilidad, respeto y cortesía por parte de nuestro personal?

Excelente	
bien	
Regular	
Mal	
Muy mal	

7. ¿El personal estuvo dispuesto a ofrecer su ayuda al momento de su estancia en nuestro local?

Excelente	
bien	
Regular	
Mal	
Muy mal	

8. ¿El pedido que Ud. Ordeno fue completo y correctamente preparado?

Excelente	
-----------	--

bien	
Regular	
Mal	
Muy mal	

9. ¿Piensa Ud. Que el negocio cumplió con los objetivos en relación con el servicio?

Excelente	
bien	
Regular	
Mal	
Muy mal	

10. ¿Cuál es su grado de satisfacción general?

Excelente	
bien	
Regular	
Mal	
Muy mal	

Gracias por realizar la encuesta de satisfacción. Nos será de una gran ayuda para mejorar los servicios que ofrecemos. Los datos que en ella se consignent se trataran de forma anónima

**Mendoza Palomeque María.
C.I. 09297893378**

2. Anexos.

Entrevista dirigida al personal que conforma la picantería.

Reciba un caluroso saludo, para nosotros es muy importante su opinión, razón por la cual lo invitamos hacer partícipe de la siguiente

Nombre del entrevistador:	Hora de inicio:
Nombre del entrevistado:	Hora fin:
Cargo:	Fecha:
Lugar:	
El objetivo de esta entrevista es obtener información relevante sobre la metodología del servicio que actualmente brinda el personal que conforma la picantería y la satisfacción al cliente que viene practicando el mismo.	

Gracias por la participación en la entrevista

Preguntas	Respuesta
1. ¿Qué es el servicio al cliente?	
2. ¿Su jefe establece objetivos determinados para el futuro de la picantería?	
3. ¿Su jefe demuestra tener interés en sus necesidades?	
4. ¿Cuál cree que es la actitud de una persona que trabaja en el servicio al cliente?	
5. ¿Consideras importante la capacitación?	

Mendoza Palomeque María.
C.I. 09297893378

3. Anexos.

Entrevista dirigida al gerente propietario de la picantería

Reciba un caluroso saludo, para nosotros es muy importante su opinión, razón por la cual lo invitamos hacer partícipe de la siguiente

Nombre del entrevistador:	Hora de inicio:
Nombre del entrevistado:	Hora fin:
Cargo:	Fecha:
Lugar:	Entrevista: No.
El objetivo de esta entrevista es obtener información relevante sobre la metodología del servicio que actualmente brinda el personal que conforma la picantería y la satisfacción al cliente que viene practicando el mismo.	

Gracias por la participación en la entrevista.

Preguntas	Respuesta
1. ¿Qué aspecto Ud. cree que hagan que un cliente escoja determinado restaurante?	
2. ¿Qué problema ha tenido sus clientes y como lo ha resuelto?	
3. ¿Su jefe demuestra tener interés en sus necesidades?	
4. ¿Qué aspecto del servicio al cliente piensa Ud. que son más importantes para un negocio de este tipo?	
5. ¿Consideras importante la capacitación?	

Mendoza Palomeque María.
C.I. 09297893378

3. Anexo: Carta de autorización

Estimado, Francisco Mendoza

Propietario de la picantería Don Pancho

Por medio del presente me dirijo a Ud. con la finalidad de solicitarle, me conceda la autorización para desarrollar el proyecto de investigación para la titulación de la carrera de Administración de empresa de su digno negocio.

El tema a desarrollar se basa en un **PLAN DE CAPACITACION PARA LA MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE**, de lo cual es necesario la información con respecto a las labores que se viene realizando dentro de esta.

Se agradece por su amable atención y colaboración.

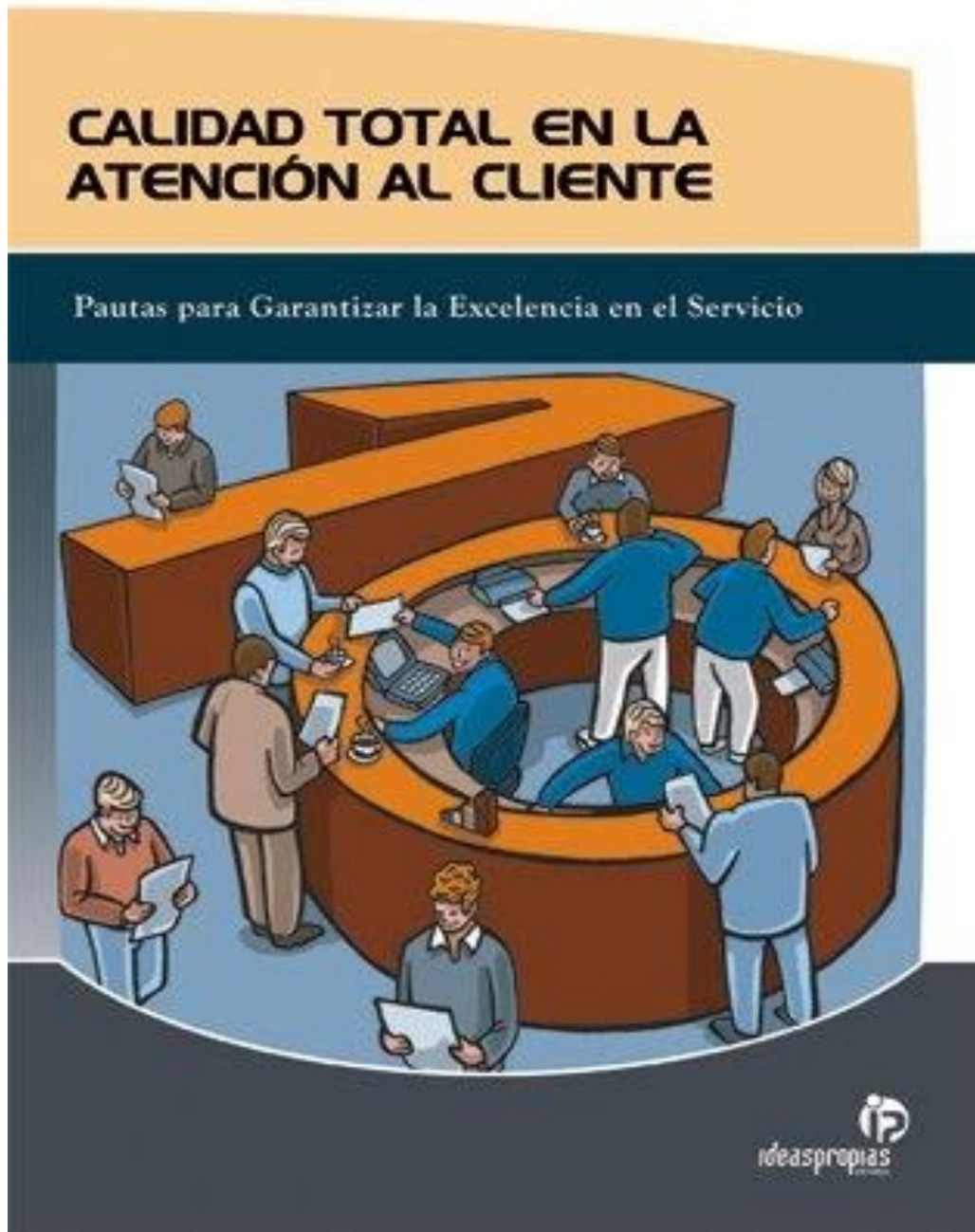
Atentamente.

Mendoza Palomeque María.

C.I. 09297893378

4. Anexo

Libro de calidad total en la atención al cliente.



5. Anexos



El plato principal de la picantería.



El personal de la picantería.



El establecimiento



Clientes de la picantería



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

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

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **Plan de capacitación en la mejora del servicio al cliente de la picantería "Don Pancho"** y problema de investigación **¿Cómo mejorar la capacitación de los empleados de la picantería "Don Pancho" que favorezca la mejora en el servicio al cliente, ubicado en el cantón EL TRIUNFO, provincia del Guayas, en el año 2019?**, presentado por **Mendoza Palomeque María de los Ángeles** como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACION DE EMPRESA

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

María Mendoza.

Egresada:

Mendoza Palomeque María de los Ángeles

Tutor:

PhD. Alberto Illescas Prieto



Factura: 001-003-000053536

20190901043D02116

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20190901043D02116

Ante mí, NOTARIO(A) ANDREA STEPHANIE UGALDE YANEZ de la NOTARÍA CUADRAGÉSIMA TERCERA , comparece(n) MARIA DE LOS ANGELES MENDOZA PALOMEQUE portador(a) de CÉDULA 0929789378 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en EL TRIUNFO, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 23 DE NOVIEMBRE DEL 2019, (10:23).

Maria Mendoza.

MARIA DE LOS ANGELES MENDOZA PALOMEQUE
CÉDULA: 0929789378



NOTARIO(A) ANDREA STEPHANIE UGALDE YANEZ

NOTARÍA CUADRAGÉSIMA TERCERA DEL CANTÓN GUAYAQUIL



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **MENDOZA PALOMEQUE MARIA DE LOS ANGELES** en calidad de
autora

con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **Plan de capacitación en la mejora del servicio al cliente de la "PICANTERIA DON PANCHO"**, de la modalidad matutina realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **TECNÓLOGA EN ADMINISTRACION DE EMPRESA**, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

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

Mendoza Palomeque María de los Ángeles

Maria Mendoza.

Firma

No. de cedula: 09297893788



CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD

Número único de identificación: 0929789378

Nombres del ciudadano: MENDOZA PALOMEQUE MARIA DE LOS ANGELES

Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/CARBO (CONCEPCION)

Fecha de nacimiento: 30 DE ABRIL DE 1999

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: SUPERIOR

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: MENDOZA FRANCISCO

Nacionalidad: ECUATORIANA

Nombres de la madre: PALOMEQUE LOURDES

Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 22 DE DICIEMBRE DE 2017

Condición de donante: SI DONANTE

Información certificada a la fecha: 23 DE NOVIEMBRE DE 2019

Emisor: VERONICA MARICELA RUIZ BEDOYA - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 43-GUAYAS-GUAYAQUIL

Nº de certificado: 199-279-17442

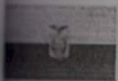


199-279-17442

Ldo. Vicente Taiano G.

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación





CERTIFICADO

INFORMACIÓN ADICIONAL DEL CIUDADANO

NUI: 0929789378

Nombre: MENDOZA PALOMEQUE MARIA DE LOS ANGELES

1. Información referencial de discapacidad:

Mensaje: No se encontró persona con discapacidad %

1.- La información del carné de discapacidad es consultada de manera directa al Ministerio de Salud Pública - CONADIS en caso de inconsistencias acudir a la fuente de información

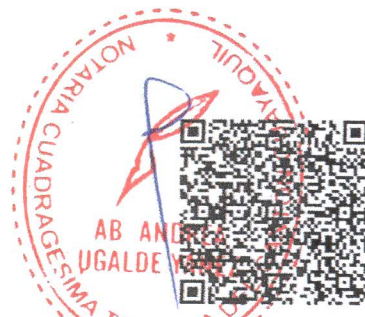
Información certificada a la fecha: 23 DE NOVIEMBRE DE 2019

Emisor: VERONICA MARICELA RUIZ BEDOYA - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 43 - GUAYAS - GUAYAQUIL

N° de certificado: 192-279-17445



192-279-17445



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del centro de Gestión de la Información Científica de Tecnología (CEGESCIT) nombrado por el consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

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

Richard San Lucas Uawegas

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT



Richard San Lucas

Firma