



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:
TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**PROPUESTA DE PLAN DE CAPACITACIÓN EN SERVICIO AL
CLIENTE PARA LA COMPAÑÍA DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS,
CONTABLES Y TRIBUTARIOS DEL CANTÓN ISIDRO AYORA.**

Autora: BAJAÑA PEÑAFIEL CINTHIA LISBETH

Tutora: PHD. ANGEL ORELLANA CARRASCO

Guayaquil, Ecuador

2020



INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

TEMA: Propuesta de plan de capacitación en servicio al cliente para la compañía de Servicios Administrativos, Contables y Tributarios del cantón Isidro Ayora.

Autor: Bajaña Peñafiel Cinthia Lisbeth

Tutor: PhD. Angel Orellana Carrasco

RESUMEN

La Compañía de Servicio Administrativos, Contables y Tributarios dedicada al asesoramientos y entrega de servicios profesionales en el cantón Isidro Ayora ubicado en la provincia del Guayas, se encontraba con un servicio deficiente, debido al sistema complejo que tenían por diseño organizacional, en el cual se dificultaba el manejo administrativo de la empresa y como consecuencia no cubría eficientemente la satisfacción de sus usuarios, es por esto, que se estimó el objetivo de diseñar un plan de capacitación sobre el servicio al cliente para lograr la satisfacción del usuario sobre los servicios administrativos, contables y tributarios que ofrece la empresa. La misma se la orientó bajo las fuentes teóricas necesarias y en conjunto con un diseño de investigación bibliográfica de enfoque mixto, en el cual se aplicaron técnicas como la encuesta y entrevista, logrando apreciar algunos aspectos sobre el desempeño de los funcionarios en la empresa, el cual conllevó la propuesta de definir las oportunidades de mejora, metas, y otros factores que definieron el uso del diseño y sus herramientas.

Servicio al cliente

Satisfacción al usuario

Capacitación



INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA: Propuesta de plan de capacitación en servicio al cliente para la compañía de Servicios Administrativos, Contables y Tributarios del cantón Isidro Ayora.

Autor: Bajaña Peñafiel Cinthia Lisbeth

Tutor: PhD. Angel Orellana Carrasco

ABSTRACT

The Administrative, Accounting and Tributary Service Company dedicated to the advice and delivery of professional services in the Isidro Ayora canton located in the province of Guayas, was with a deficient service, due to the complex system that they had by organizational design, in which made the administrative management of the company difficult and as a result it did not efficiently cover the satisfaction of its users, which is why the objective of designing a training plan on customer service was estimated to achieve user satisfaction on administrative services, accounting and tax services offered by the company. It was oriented under the necessary theoretical sources and in conjunction with a bibliographic research design with a mixed approach, in which techniques such as the survey and interview were applied, managing to appreciate some aspects of the performance of the employees in the company, the which led to the proposal to define the opportunities for improvement, goals, and other factors that defined the use of design and its tools.

Customer service

User satisfaction

Training,

ÍNDICE GENERAL

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
ror! Bookmark not defined.	
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	iv
CLASULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN.....	v
CERTIFICACIÓN DIGITAL DE DATOS.....	viii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT.....	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
ÍNDICE GENERAL.....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiv

CAPÍTULO I EL PROBLEMA

Planteamiento del problema	1
1.1. Ubicación del problema en un contexto	1
1.1.1. Situación conflicto	2
1.1.2. Delimitación del problema.....	2
1.1.3. Formulación del problema.....	3
1.2. Variables de la investigación.....	3
1.3. Objetivo de la Investigación	4
1.3.1. Objetivo general	4
1.3.2. Objetivos específicos	4
1.4. Justificación e investigación.....	4

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación Teórica	6
2.1.1. Antecedentes históricos	6
2.1.2. Antecedentes referenciales.....	10
2.2. Fundamentación legal.....	11
2.3. Declaración de las Variables.....	12
2.4. Definiciones conceptuales	14

CAPÍTULO III
MARCO METODOLÓGICO

3.1.	Presentación de la empresa	16
3.1.1.	Objetivo Social	18
3.1.2.	Misión y Visión	18
3.1.3.	Valores.....	19
3.1.4.	Organigrama de la microempresa.....	19
3.1.5.	Plantilla de trabajadores.....	19
3.1.6.	Principales productos o servicios	20
3.2.	Diseño de la investigación	20
3.3.	Tipos de investigación.....	21
3.4.	Población y muestra.....	22
3.4.1.	Población	22
3.4.2.	Muestra	23
3.5.	Métodos teóricos de la investigación	24
3.6.	Técnicas e instrumentos	25

CAPÍTULO IV
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1.	Aplicación a las técnicas de instrumentos.....	27
4.1.1.	Análisis documental de los resultados de las encuestas	43
4.2.	Propuesta del plan de mejoras	43
4.2.1.	Logros de plan de mejora	44
	Conclusiones	45
	Recomendaciones	46
	Bibliografía	47
	Anexos.....	50

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Valores.....	19
Figura 2. Organigrama de la microempresa	19
Figura 3. Organigrama de la microempresa	20
Figura 4. Organización.....	27
Figura 5. Funciones y Responsabilidades	29
Figura 6. Cargas de Trabajo	30
Figura 7. Puedo desarrollar mis habilidades.....	31
Figura 8. Puedo desarrollar mis habilidades.....	32
Figura 9. Demuestra un dominio técnico o conocimiento de sus funciones	33
Figura 10. Soluciona los problemas de manera eficaz	34
Figura 11. El responsable de mi unidad delega eficazmente.....	35
Figura 12. El responsable toma decisiones	36
Figura 13. El responsable me mantiene informado.....	37
Figura 14. La relación con los compañeros de trabajo es buena.....	38
Figura 15. Colaboración para sacar adelante las tareas.....	39
Figura 16. Me siento parte de un equipo de trabajo.....	40
Figura 17. Resulta fácil expresar mis opiniones en mi lugar de trabajo ...	41
Figura 18. EL ambiente de trabajo me produce stress	42

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Dificultad	2
Tabla 2. Plantilla de trabajadores.....	19
Tabla 3. Tipos de Investigación	21
Tabla 4. Elementos de la población de estudio.....	23
Tabla 5. Procedimientos de las técnicas e instrumentos	25
Tabla 6. Organización.....	27
Tabla 7. Funciones y Responsabilidades	29
Tabla 8. Cargas de Trabajo	30
Tabla 9. Puedo desarrollar mis habilidades	31
Tabla 10. Información de cómo desempeño mi puesto	32
Tabla 11. Demuestra un dominio técnico o conocimiento de sus funciones	33
Tabla 12. Soluciona los problemas de manera eficaz.....	34
Tabla 13. El responsable de mi unidad delega eficazmente.....	35
Tabla 14. El responsable toma decisiones	36
Tabla 15. El responsable me mantiene informado.....	37
Tabla 16. La relación con los compañeros de trabajo es buena	38
Tabla 17. Colaboración para sacar adelante las tareas.....	39
Tabla 18. Me siento parte de un equipo de trabajo.....	40
Tabla 19. Resulta fácil expresar mis opiniones en mi lugar de trabajo ...	41
Tabla 20. El ambiente de trabajo me produce stress.....	42
Tabla 21. Diagnóstico	44

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del problema

En Europa según la investigación desarrollada por (Coleman Parkes, 2004), muestra que muchas empresas ofrecen a sus clientes tres puntos de contacto aun no son capaces de seguir e integrar toda la forma de interaccionar con los clientes, mientras tanto la atención del cliente muestra una percepción de deficiencia de calidad del servicio que brindan. Por lo cual se debe implementar un plan de capacitación en servicio al cliente para la compañía en cuestión.

En España según el manual de atención al cliente presenta insatisfacción y aproximadamente un 70% trabaja en atención al cliente mientras tanto la atención del cliente muestra una percepción de deficiencia de calidad del servicio que brindan.

La calidad es fundamental para poder ofrecer un buen producto o servicio. A partir de esto, las empresas pueden establecer buenas relaciones con los clientes cumpliendo sus necesidades y expectativas.

1.1. Ubicación del problema en un contexto

En América latina hay una gran diferencia ya que en Colombia debido a que no cuenta con un servicio al cliente adecuado, esto causa inconformidad en la atención brindada.

Hoy en día, las empresas tienen que entender que los clientes pueden elegir dónde dar su patrocinio, por lo que es posible que recurran a otros lugares de servicios si no están satisfechos con la atención que se les brindar.

1.1.1. Situación conflicto

En la situación actual en Ecuador, las pequeñas y medianas empresas han aumentado de tamaño, por lo que la capacitación ha crecido en proporción a ellas con el fin de mantener al día los conocimientos sobre la calidad del servicio. Entre los problemas más comunes que enfrenta la empresa de servicios administrativos, contables y tributarios en el cantón Isidro Ayora, provincia de Guayas, se encuentra en un mal servicio, por la falta de animación y poco personal en la cual ve afectado por el diseño organizacional ya que es un sistema complejo en el cual no se controla la estructura administrativa de la empresa y como respuesta obvia no cubre a los ciudadanos insatisfechos, clientes insatisfechos y no todas las actividades ordenadas, existe una falta de cultura empresarial ya que las decisiones las toman los ejecutivos volverse empíricos y solo determinar iniciativas o actividades basadas en actividades diarias.

Tabla 1.
Dificultad

CAUSAS	CONSECUENCIAS
Pésimo servicio	Ciudadanos insatisfechos
Escases de entretenimiento	Clientes inconformes
Personal con exceso de trabajo	No abarca todas las actividades encargadas

Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

1.1.2. Delimitación del problema

Campo: Administrativo

Área: Capacitación.

Aspectos: Servicio al cliente satisfacción del usuario.

Contexto: Cantón Isidro Ayora, Provincia del Guayas.

1.1.3. Formulación del problema

¿Cómo contribuir en la mejora del servicio al cliente, para la satisfacción del usuario, de la compañía de Servicios Administrativos, Contables y Tributarios, ubicado en el cantón Isidro Ayora, provincia del Guayas, en el periodo 2020?

1.2. Variables de la investigación

Variable independiente: Servicio al cliente

Variable dependiente: Satisfacción del usuario

1.3. Evaluación del problema

Delimitado: La empresa ha identificado problemas y debilidades en la gestión del área administrativa que afectan a los clientes.

Claro: Desarrollar un plan estratégico que buscara mejorar la administración de la compañía y al mismo tiempo plasmar la misión, visión y objetivos para de esta manera lograr el crecimiento institucional de la compañía y hacer de la misma una institución líder en brindar un servicio de calidad en el Cantón Isidro Ayora en la Provincia del Guayas.

Concreto: El trabajo es concreto debido a que determinara un plan estratégico para lograr la capacitación de servicio al cliente, para la satisfacción del usuario, el mismo que busca lograr los beneficios esperado al momento de aplicar el proyecto a la compañía de Servicios Administrativos, Contables y Tributarios.

Relevante: El trabajo es relevante porque se establecerá un plan de mejoras necesarias en la de servicio al cliente con el fin de lograr mejores beneficios personales y organizacionales para la compañía.

Original: Es original debido a que se convierte en el primero en ser aplicado en la compañía de Servicios Administrativos, Contables y Tributarios, ubicado en el cantón Isidro Ayora, provincia del Guayas, en el periodo del año 2020.

Evidente: Es evidente porque las debilidades o carencias en la empresa se manifiestan por falta de planificación estratégica y coordinación entre el equipo administrativo.

1.4. Objetivo de la Investigación

1.1.4. Objetivo general

Diseñar un plan de capacitación de servicio al cliente, para la satisfacción del usuario de la compañía de Servicios Administrativos, Contables y Tributarios.

1.1.5. Objetivos específicos

- Revisar literatura específica de administración relacionada con el servicio al cliente y la satisfacción al usuario.
- Analizar la metodología utilizada en la compañía en el servicio al cliente en el periodo 2020.
- Estructurar un plan de capacitación de servicio al cliente que contribuya a la satisfacción al usuario en la compañía de servicios administrativos, contables y tributarios.

1.5. Justificación e investigación

Este proyecto de investigación se justifica pues tiene como propósito implementar un plan de mejora en la atención de los clientes y sea totalmente factible, de esta manera se disminuye los constantes reclamos y quejas. Es importante mencionar que se debe tener una buena comunicación interna y saber de la necesidad de una calidad en servicio al cliente y estar consiente en la exigencia de los clientes lo cual va a mantener una tranquilidad, armonía en el usuario.

Por lo tanto, este trabajo proporcionará información sobre un excelente servicio al cliente y sus efectos en la satisfacción de este. También se beneficiará la compañía para realizar una adecuada toma de decisiones respecto al servicio para brindar calidad y calidez mientras se satisfacen las necesidades de los clientes.

Conveniencia: Se determina porque se podrá solucionar los problemas administrativos de la empresa, lo que nos permitirá concentrar recursos para que cada socio cumpla con las funciones y responsabilidades asignadas en la gestión de estructura y logre un excelente proceso de comunicación en las actividades de la empresa.

Relevancia Social: La relevancia social es que, con la aplicación del plan estratégico, la empresa podrá concentrar los recursos necesarios en beneficio de cada socio y de la institución, al mismo tiempo que brinda un mejor servicio a los usuarios, ya que el servicio es tanto en unidades como en unidades. Mejora la atención que se le da a cada cliente con el fin de lograr la fidelización y preferencia del cliente por nuestra empresa.

Implicaciones prácticas: Se identificarán las implicaciones prácticas de la investigación ya que nos permitirá dar solución a cualquier proceso administrativo, tomar decisiones sobre cambios y desarrollar estrategias que permitan vislumbrar a la empresa como una empresa altamente competitiva en el cantón Isidro Ayora.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación Teórica

2.1.1. Antecedentes históricos

Servicio al Cliente

Desde que el ser humano, inicia sus actividades comerciales, se percató que a los clientes se les debe brindar la atención de calidad con el fin de satisfacer sus necesidades. Al respecto, (Sotello, 2018), explica que, en la Edad Media, el auge de las ferias de intercambio condujo a los comerciantes a buscar estrategias para captar compradores, pregonando sus productos y de cómo ellos podían satisfacer sus necesidades.

En la Edad Moderna, el desarrollo del sector alimenticio dio paso al aumento de la productividad y con ella, el servicio del cliente necesitó de otro enfoque, donde los usuarios percibieran que, allí sus necesidades estarían satisfechas. Al llegar en la Edad Contemporánea, en el Siglo XVIII y XIX, los comerciantes y empresarios, comenzaron a capacitar a su personal para ofrecer un mejor servicio a sus clientes, por tanto, se inició la preparación intelectual y académica para gestionar una atención de calidad (Brito, 2019).

El servicio al cliente, es una filosofía que está basada a satisfacer las demandas del cliente o usuarios, por ello durante años se ha impuesto el lema del cliente siempre tiene la razón, la cual emerge como una organizaciones en Ginebra en el año de 1946, que se denominó Organización Internacional de Normalización ISO, según as siglas en

inglés, con el objetivo de estudiar y llegar a un consenso sobre cómo las empresas deben ofrecer sus servicios a su clientes. (Franco, 2018).

La evolución de esta filosofía, se evidencia en la década de los '60, donde los equipos electrónicos como el escáner y el sistema de barra, optimizó la búsqueda de productos y la atención al cliente, por cual se logró estandarizar varias operaciones, el proceso de producción del producto; el desecho de los mismos y los tiempos de mejoras en la atención del servicio al cliente. A finales de 1980, se introdujo el Internet, lo que permitió ampliar la comunicación entre la empresa y los usuarios. Mientras que, en 1990, se caracterizó más en la promoción de los productos, a partir de las necesidades de sus clientes y premiarlos por su lealtad, entre ellos, las aerolíneas, bancos, hoteles, empresas aseguradoras, tiendas por departamentos, las cadenas de servicios como aquellas de comidas rápidas, entre otros. (Utrera, 2018).

En el Siglo XXI, la tecnología creció exponencialmente, y con ella las nuevas estrategias para brindar un servicio al cliente de calidad, basado en su satisfacción, más que en las de la empresa, como se había hecho en décadas anteriores. Por tanto, en la actualidad, es indispensable que las empresas desarrollen sus páginas web que les permita acceder a los clientes de manera efectiva, y éstos tengan acceso a la información que quieren para poder satisfacer sus necesidades. (Franco, 2018).

En Ecuador, según (González, F.; Cabrera, C., y Piguave, L., 2017), en la actualidad, ha decaído, por cuanto no aporta soluciones a sus usuarios, por el contrario, le generan problemas, ya que no satisfacen sus necesidades. Acotan que, “un cliente mal atendido no regresará nuevamente, y esto generará la pérdida total de posibles compradores” (p. 575). Se infiere que, las empresas ecuatorianas, a través de su historia, ha evolucionado el servicio al cliente de manera exitosa, sin embargo, hoy en día, se percibe que ese servicio es deficiente.

Satisfacción del usuario

La satisfacción del usuario, está intrínsecamente relacionado con el servicio al cliente, pero no son sinónimos, solamente se complementan, ya que se busca en la comprensión de sus expectativas para brindarles una experiencia que genera satisfacción de sus necesidades, por ende, de sus expectativas. Refiere (López, 2018), que en Grecia alrededor del siglo IV a.c., se desarrolló el comercio de artesanía y el marítimo, lo cual se basó en procurar satisfacer al cliente, tanto local como el foráneo, que debía recibir la mercancía de acuerdo a sus exigencias, lo cual distinguió a esta civilización.

En Roma, señala (Raffino, 2020), se desarrolló, al igual que en Grecia el comercio, que se caracterizó por un trato al usuario diferente, es decir, el cliente era aquel que se consideraba inferior, por su necesidad de satisfacer su alimentación, ropa, entre otros. Por tanto, eran puestos a la orden de aquellos que poseían un mayor rango dentro de la clasificación romana.

En virtud de lo antes señalado, en los Siglos sucesivos, el hombre procuró enfocar las empresas, primero en sí mismos y su productiva económica, para luego comprender que era necesario activar el marketing en la satisfacción del usuario, ya que ellos son quienes, realmente mantienen la productividad de la organización. Es el Siglo XXI, que las empresas, por medio de los adelantos tecnológicos y de las grandes redes sociales que, centraron su atención hacia la satisfacción de las necesidades de todos los clientes.

Este argumento, conduce hacia la actualidad de la satisfacción del cliente en Ecuador, para ello se cita a (González, F.; Cabrera, C., y Piguave, L., 2017), quienes expresan que, existe: “EL Índice Nacional de Satisfacción al Cliente (INSC) es una medición “externa” y de alto valor para las empresas en Ecuador” (p. 568), es decir, esa satisfacción, se puede medir a partir de los valores que contempla, la satisfacción del cliente, lo que permite a la

empresa hacer los correctivos necesarios para lograr alcanzar los estándares de excelencia.

2.1.2. Antecedentes referenciales

Autor: Brito, B, y Escalante, M Año: (2015) Institución: Universidad Técnica del norte. **Tema:** análisis del servicio al cliente para mejorar el proceso de comercialización de la empresa Bultrims S. A.

Resumen: el estudio generó conocimientos acerca de las quejas y en satisfacción del servicio que se está dando, lo que permitió accionar un plan enfocado en mejorar la atención al cliente, y a mantener la satisfacción. **Diferencia** se diferencia con otras investigaciones ya que se busca mejorar el servicio al cliente, como principal factor que incide en el desarrollo.

Autor: Rivera, S Año: 2019 Institución: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil con el **tema:** La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador.

Resumen: su objetivo fue evaluar la calidad del servicio y la satisfacción al cliente, sus hallazgos le permitieron concluir que la percepción de la calidad del servicio ofertada es inferior a las expectativas que tienen los clientes.

Diferencia: se diferencia con el tema presentado, ya que se dirige a la satisfacción del usuario desde la perspectiva de aumentar la productividad laboral, basándose en el servicio al cliente.

Autor, (López, 2018). Institución: Universidad Arturo Michelena, Venezuela. **Tema** Análisis de la satisfacción del cliente y su incidencia en el desarrollo organizacional.

Resumen: el objetivo fue analizar la satisfacción del cliente y su incidencia en el desarrollo de las empresas privadas de calzado. Concluyendo que, las expectativas que se logra satisfacer permiten a la empresa desarrollarse y expandirse dentro mercado nacional e internacional, por tanto, la satisfacción incide de manera positiva, si la misma es positiva. **Diferencia:**

radica en que se desarrolló para las organizaciones privadas del cazado, mientras que la actual busca desarrollar un plan de capacitación en servicio al cliente para la compañía de Servicios Administrativos, Contables y Tributarios.

2.2. Fundamentación legal

Constitución República del Ecuador (2008)

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

Art. 300.- El régimen tributario se regirá por los principios de generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria. Se priorizarán los impuestos directos y progresivos.

Ley Orgánica de Defensa del consumidor (2000)

Art. 4.- Derechos del Consumidor. - Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad.

2.3. Declaración de las Variables

2.3.1. Variable Independiente: Servicio al cliente

El servicio al cliente, según (Pell, 2017), “Es un elemento promocional para las ventas tan poderosas como los descuentos, la publicidad o la venta personal” (p.48.). De acuerdo a esta cita, se relaciona con el enfoque, donde se debe identificar las necesidades del cliente, con la finalidad de lograr satisfacerlas de manera efectivas, manifestar el buen trato, la cordialidad, reducir el tiempo de atención, saber escuchar, entre otros elementos.

Asimismo, (Schnarch, K., y Schnarch G., 2017) argumentan lo siguiente: A veces se habla de atención y servicio como si fueran lo mismo o una sola unidad; sin embargo, son conceptos diferentes. La atención es la relación interpersonal amable y cordial y el servicio incluye los procesos, asesoría, ayuda e información que le podamos brindar a un cliente (p. 8).

E el servicio al cliente se basa en las relaciones interpersonales y la comunicación efectiva. Por tanto, la empresa debe generar un ambiente agradable donde desarrolle las habilidades de los empleados, los motive, capacite, con el fin de brindar un servicio de calidad, que se convierta en personalizado que satisfaga al cliente.

Características del servicio al cliente

Dentro de contexto del servicio al cliente, se visualizan características que lo distingue. Según (Brito, 2019), la empresa debe valorar varios aspectos, precio, cantidad, calidad, tiempo de despacho, marketing, empleo de la tecnología para posicionarse y mantenerse en el mercado siendo algunas de ellas, las páginas Web, redes sociales, otros. Por ello, señala las siguientes características.

- **Intangibilidad:** se refiere que, el servicio no es tangibles, pero están sujetos a la subjetividad del cliente.

- **Heterogeneidad:** se refiere a la disposición de la empresa para brindar el servicio de calidad a las clientes considerado la heterogeneidad o diversas de personalidad y de necesidades.
- **Percibibilidad:** la calidad del servicio está sujeto a cambiar, por ello no son perdurables, sin embargo, la empresa debe considerar esta característica con la finalidad de evitar que la atención al usuario llegue a ser deficiente.
- **Contingencias del servicio:** la empresa de prever el aumento imprevisto de cliente.
- **Actitud:** las disposiciones positivas de los empleados para brindar un servicio eficiente al cliente, en todo momento.

2.3.2. Variable dependiente: Satisfacción del usuario

La satisfacción del usuario, se refiere al nivel de ánimo que manifiesta un cliente al sentir y percibir que sus necesidades fueron cubiertas, de forma efectiva, por la empresa, por tanto, es el resultado de comparar la sensación de ser atendidos satisfactoriamente con sus expectativas (Pell, 2017).

Cuando el usuario percibe que sus necesidades son satisfechas por la empresa, inicia una lealtad hacia la misma, que ayuda a ser multiplicador de las bondades, beneficios y servicios que ofrecen a otras personas. Kotler y Armstrong (2018) “La satisfacción del cliente es el grado en que el desempeño percibido de un producto concuerda con las expectativas del cliente”. (p. 15). Esta satisfacción es el nivel que percibe el individuo a través del producto, y el cual concuerda con sus necesidades y expectativas.

Teniendo en cuenta la definición anterior, se estima importante citar a las (Norma ISO 9001, 2015), y aún vigente, especifica que “La organización debe realizar el seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplen sus necesidades y expectativas. La organización debe determinar los métodos para obtener, realizar el seguimiento y revisar esta

información” (p. 17). De acuerdo a este autor, se refiere a la percepción del cliente o el nivel del estado de ánimo entre sus necesidades y el servicio que obtiene de la empresa.

Niveles de Satisfacción del Usuario

Existen niveles de satisfacción del usuario, los cuales marcan parámetros a la empresa para conocer cómo gestiona esa atracción, al respecto, Londoño (2011), explica que, “Un cliente satisfecho es aquel cuyas expectativas de producto se ven superadas por el mismo producto” (p. 8) por ende, cuando una empresa mide el nivel de satisfacción, comprueba si las expectativas del usuario no están por debajo de las necesidades que el producto le puede compensar. Este autor, acota los siguientes niveles.

- **Nivel de Insatisfacción:** cuando el producto o el desempeño de la empresa se percibe como aquel que no cubre las necesidades del usuario.
- **Nivel de Satisfacción:** cuando todas las expectativas del cliente son cubiertas.
- **Nivel de Complacencia:** cuando el cliente percibe que sus necesidades son satisfechas desde la perspectiva de superación de las mismas.

2.4. Definiciones conceptuales

- **Servicio:** es el conjunto de actividades, acciones y atención que el cliente espera de la empresa para que le satisfaga sus necesidades (Esteban, 2017)
- **Cliente:** según (Pérez, 2017) “El cliente representa el papel, más importante en el tema de la calidad, pues es quien demanda de la empresa los bienes y servicios que necesita y luego es quien valora los resultados”, (p. 3).
- **Satisfacción:** Para, (Grande, 2017), la satisfacción “Es el resultado de es el resultado de comparar su percepción de los beneficios que

obtiene con las expectativas que tenía de recibirlos. Si este concepto se expresara de forma matemática de tendría lo siguiente:
Satisfacción = Percepciones – Expectativas. (p.345)

- **Usuario:** es el individuo que utiliza y/o necesita un servicio en particular. (Godoy, 2018)

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Presentación de la empresa

La empresa de servicios administrativos, contables y tributarios que tiene por razón social el nombre del mismo propietario Cruz Alvarado Wuilton Hermógenes es una empresa conformada por una pequeña estructura organizacional que nace el 09 de febrero del 2007 hasta la actualidad, llevando a cabo sus actividades de consultoría administrativa, contable y tributaria dentro del sector de servicios profesionales.

Esta pequeña empresa se compone únicamente por el gerente general que es el propietario que se encarga de entregar asesoría administrativa y contable a sus clientes, la contadora quien se encarga de llevar a cabo los procesos contables y tributarios de la empresa y de los clientes, también se cuenta con una secretaria que asiste a ambos puestos según el trabajo de la programación de las actividades y las necesidades de cada uno.

Cabe indicar, que su presentación en el mercado está reconocida por el Servicio de Rentas Internas (SRI) como una microempresa que lleva a cabo sus actividades económicas como persona natural no obligada a llevar contabilidad. Sin embargo, por la extensión en cartera de clientes y aumento de sus ingresos económicos se está considerando oficialmente la inscripción y reconocimiento de su actividad económica como Compañía según el artículo 1957 del Código Civil y el la Ley de Compañías. Para ello, la microempresa establece primordialmente iniciar con un plan de capacitación en servicio al cliente para alcanzar un mayor nivel de eficiencia y productividad en sus servicios profesionales, de modo, que este

aumento de valor permita contemplar con mayor convencimiento su futura compañía.

3.1.1. Objetivo Social

La microempresa tiene por objeto principal asegurar el buen funcionamiento administrativo, contable y tributarios de las empresas procurando medir, registrar y revelar la información adecuada de los hechos económicos basándose en las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), NIIF para Pymes, Normas Internacionales de Contabilidad (NIC), Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno (LORTI), entre otras que involucran a los derechos y obligaciones de las personas jurídicas y personas naturales obligadas a llevar contabilidad.

Dentro de sus productos y servicios ofertados se encuentran la atención y servicio al cliente, asesorías contables y tributarias, asesorías respecto a los procesos, permisos y documentación para la implementación de nuevos negocios y su estructura organizacional, y el principal que es de llevar los procesos contables y tributarios de sus clientes. Como objeto social de la empresa se resume a las actividades de servicio profesional y asesoramiento administrativo, contable y tributario.

3.1.2. Misión y Visión

Misión: Brindar Servicio Administrativos contables y tributarios dedicada a satisfacer las necesidades de nuestros clientes, implementando soluciones con oportunidad y dedicación al servicio y logro de las metas de nuestros empresarios.

Visión: Ser líder en brindar atención personalizada de Servicio Administrativos contables y tributarios a Empresas. Ser el apoyo idóneo de las decisiones empresariales de nuestros clientes. Respaldadas en la más alta confidencialidad y calidad técnica de nuestros profesionales que dirigen, basadas en principios y valores a fin de contribuir al logro de los objetivos a corto, mediano y largo plazo y contribuir al desarrollo económico y humano de nuestro País.

3.1.3. Valores

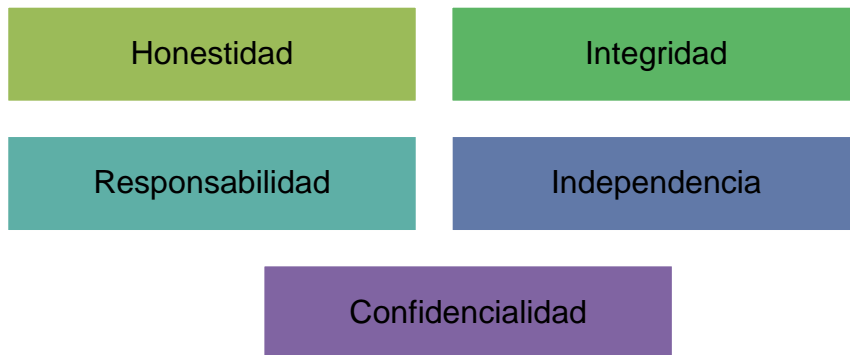


Figura 1. Valores
Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

3.1.4. Organigrama de la microempresa

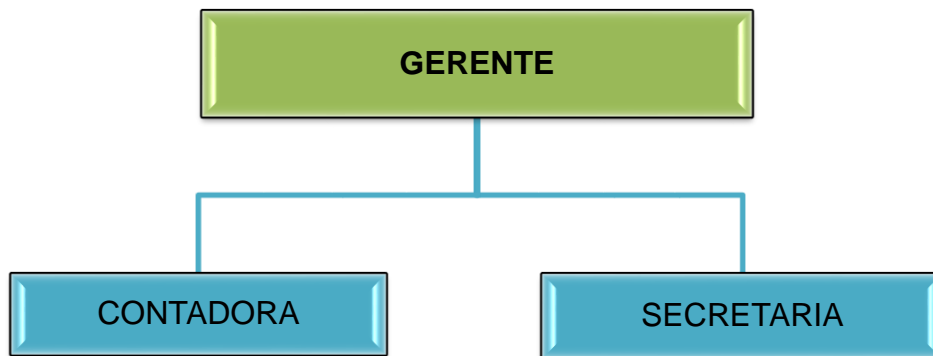


Figura 2. Organigrama de la microempresa
Fuente: CPA. Ashley Díaz
Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

3.1.5. Plantilla de trabajadores

Tabla 2.
Plantilla de trabajadores

Nivel jerárquico	N°. de colaboradores
Gerente	1
Contador	1
Secretaria	1
Clientes	15
Total	18

Fuente: CPA. Ashley Díaz
Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

3.1.6. Principales productos o servicios

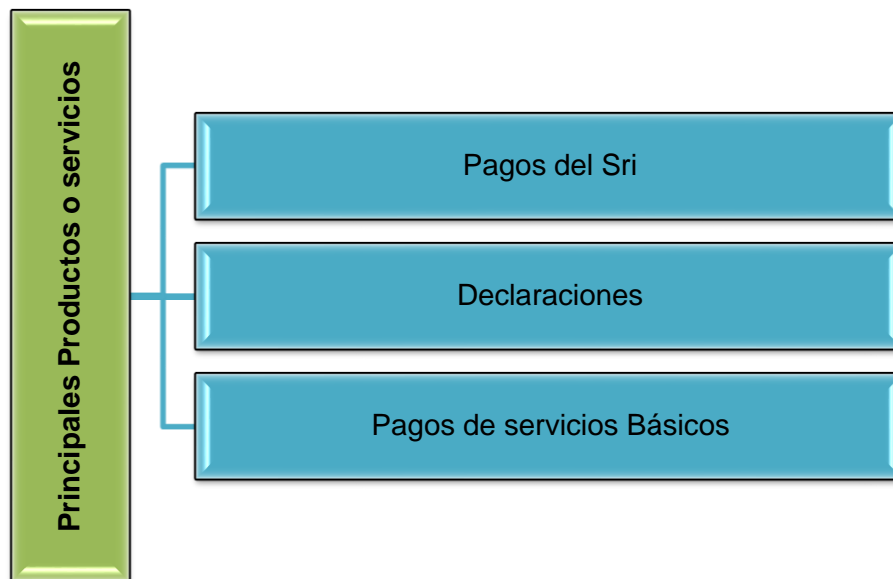


Figura 3. Organigrama de la microempresa

Fuente: CPA. Ashley Díaz

Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

3.2. Diseño de la investigación

Bibliográfica: Es el tipo de diseño que se basa los datos que ya han sido recolectados en otras investigaciones que son conocidos por medio de textos o informes (Barraza, 2017).

La investigación bibliográfica fue empleada en el presente estudio con la recolección de información teórica, acerca de la satisfacción al cliente, visto en el capítulo del marco teórico; toda la información levantada sirve de sustento para abarcar la presente temática, con el fin de realizar un análisis minucioso sobre la importancia que radica en el servicio al cliente para alcanzar la satisfacción del mismo.

Mixto: Se refiere al tipo de diseño en donde el investigador aplica varios enfoques o técnicas de investigación como el manejo de datos cualitativos y cuantitativos en un solo estudio (Torres, 2019).

La presente investigación aplica el diseño mixto; debido a que se llevan a cabo tanto encuestas y entrevistas, destacadas como técnicas cuantitativas y cualitativas; mismas que sirven para conocer la situación actual que presenta la empresa seleccionada como objeto de estudio.

3.3. Tipos de investigación

Existen varios tipos de investigación, y dependiendo de los fines que se persiguen, los investigadores por lo general deciden aplicar los siguientes tres tipos o métodos de investigación:

Tabla 3.
Tipos de Investigación

Exploratoria	Descriptiva	Explicativa
Tipo de investigación que se utiliza para conocer el entorno del problema y hacerse una idea de lo que se puede resolver (Coto & Satnoro, 2018).	Radica en la observación del sujeto de estudio o acontecimiento en específico para poder describirlo a detalle (Sampieri, Fernandez, & Baptista, 2014).	El tipo de investigación que está centrado en explicar las causas, condiciones y posibles opciones de mejora sobre el tema abordado (Pesante, 2016)

Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

De acuerdo con el problema planteado se escogieron dos tipos de investigación, las cuales son:

Exploratoria

Este tipo de investigación se emplea mediante a recolección de información teórica; en este caso, los antecedentes referenciales, que hacen hincapié en investigaciones pasadas, las cuales tratan con una temática similar a la actual.

Descriptiva

Este tipo de investigación se detalla las particularidades que destacan en el problema planteado. Además, se encarga de describir las principales cualidades o características que se exponen en los resultados de la investigación.

Explicativa

La investigación explicativa se la emplea, ya que con su aplicación se pueden obtener alternativas de solución para el problema planteado. Tal es el caso, en la explicación de los resultados, donde se hayan las principales razones para dar a conocer la posible alternativa de solución, como lo es la propuesta a exponer de acuerdo a la problemática evidenciada.

3.4. Población y muestra

3.4.1. Población

Una población es un conjunto de individuos que se caracterizan por tener diversas cosas en común o a su vez se distinguen de otros grupos, con el propósito de formar parte del objeto de estudio de una investigación; de este modo, se acentúa que para el presente estudio, se trabaja con una población finita, misma que consiste en el conjunto de individuos que son identificables totalmente por el investigador (García A. , 2020).

En concordancia con lo mencionado, se subraya que la población objeto de estudio para esta investigación comprende un total de 15 clientes a lo que corresponde el periodo 2020; es decir, que, para dicho periodo de estudio, se procede a aplicar la técnica de encuesta a los mismos para conocer su satisfacción ante el servicio ofrecido por la empresa dedicada a brindar servicios administrativos contables y tributarios.

Al mismo tiempo, la población de estudio comprende el personal que labora en la empresa antes mencionada, siendo el gerente, contador y secretaria. A continuación, se procede a mostrar la población total comprendida como objeto de estudio para esta investigación.

Tabla 4.
Elementos de la población de estudio

Ítem	Informantes	Población
1	Gerente	1
2	Contador	1
3	Secretaria	1
4	Clientes	15
Total		18

Fuente: CPA. Ashley Díaz
Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

3.4.2. Muestra

La muestra es un conjunto representativo de la población, el cual es seleccionado a partir de la delimitación de características que serán analizadas posteriormente. Conjuntamente, vale mencionar que la población objeto de estudio no requiere de la aplicación de una fórmula muestral; por tanto, esta investigación comprende una muestra no probabilística, la cual se refiere a que la elección de los sujetos depende de la decisión del investigador (Toledo, 2016).

En efecto, con la población a trabajar para el levantamiento de información, será la cantidad de clientes y trabajadores de la empresa antes mencionada, los cuales no requieren de la aplicación de la fórmula muestral, debido a que es una población conocida, donde sus datos pueden ser tratados con normalidad y llegar a conclusiones razonables según sus resultados.

En otras palabras, con la cantidad a trabajar, serán los 15 individuos comprendiendo únicamente a los clientes de la Compañía ya que se pretende conocer la calidad de servicio y atención que están recibiendo.

Tipo de muestra

Muestra probabilística: se refiere a que todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados (Toledo, 2016).

Muestra no probabilística: se refiere a que la elección de los sujetos depende de la decisión del investigador (Toledo, 2016).

(Porto, 2008) **Muestreo aleatorio simple:** este método es muy simple y se caracteriza por la extracción de los individuos de una lista de forma azarosa. Cuando el universo es muy numeroso y complejo, no suele resultar eficaz.

Muestreo sistemático: en este caso, el primer individuo se extrae al azar y a partir de este se elige, a intervalos constantes, el resto. Este método resulta más sencillo que el muestreo aleatorio simple y además no precisa de un listado elaborado para seleccionar a los individuos. Si bien el muestreo sistemático es aplicable a la mayoría de los casos, se debe tener en cuenta que la característica que se esté estudiando no posea una periodicidad igual a la del muestreo.

Muestreo aleatorio por conglomerados: aquí, la población es dividida en grupos que posean características similares entre ellos. Luego de realizar esto, algunos grupos son analizados completamente dejando de lado al resto.

3.5. Métodos teóricos de la investigación

Dentro de los métodos teóricos a aplicar para la presente investigación, se encuentran el:

3.5.1. Inductivo-deductivo

Este método consiste en estrategias de razonamiento lógico, siendo que el inductivo utiliza premisas particulares para llegar a una conclusión general, y el deductivo usa principios generales para llegar a una conclusión específica (Esteven, 2018).

En este caso, se llevará la aplicación del método mencionado, debido a que, a través del bosquejo de información teórica, se llega a una conclusión general del servicio al usuario, conociendo la satisfacción del mismo y partiendo de aquello, se procede con el tratamiento de datos reales para conocer el diagnóstico de la empresa estudiada; llegando finalmente a una conclusión específica en relación al contexto de estudio.

3.6. Técnicas e instrumentos

Tabla 5.

Procedimientos de las técnicas e instrumentos

Técnicas	Instrumentos
Encuesta: se trata de un conjunto de preguntas estructuradas con respuestas preestablecidas dirigidas hacia una muestra de la población (Gutiérrez, 2016).	<ul style="list-style-type: none">• Cuestionario
Entrevista: técnica que consiste en establecer un diálogo entre dos personas basándose en un conjunto de preguntas (Vargas, 2019).	<ul style="list-style-type: none">• Formulario

Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

La encuesta mediante el instrumento que es el cuestionario, será aplicada a los clientes de la empresa estudiada, con el fin de conocer la satisfacción que atención de servicio al usuario, que han recibido por parte del personal de la empresa. Ello sirve para conocer el diagnóstico y con base a ello, tomar las medidas necesarias de mejora.

Por otra parte, la entrevista a través del formulario como instrumento de investigación, permite recopilar información verídica por parte de los colaboradores de la empresa de estudio; de modo, que ayude a levantar un

análisis confiable para la toma de decisiones en relación al servicio al usuario y satisfacción del mismo.

3.6.1. Característica a medir

El diseño de la encuesta es para evaluar el desarrollo, el desempeño de los trabajadores y así mismo el ambiente en que se encuentran cada uno de ellos.

Los aspectos propuestos en la encuesta son para evaluar el rendimiento del desarrollo de los empleados de la compañía de Servicios Administrativos Contables y Tributarios son:

1. El trabajo de mi unidad está bien organizado
2. Cumple con su horario de trabajo
3. Tiene dificultades para realizar sus tareas
4. Solicita el responsable de la unidad ayuda constantemente
5. El responsable demuestra un dominio técnico o conocimiento de sus funciones
6. En mi puesto de trabajo puedo desarrollar mis habilidades
7. El responsable soluciona los problemas de manera eficaz
8. El responsable de mi unidad delega eficazmente funciones de responsabilidad
9. Se considera responsable de las tareas que se le asignan
10. El responsable me mantiene informado sobre los asuntos que afectan mi trabajo
11. La relación con los compañeros de trabajo es buena
12. Es habitual la colaboración para sacar adelante las tareas
13. Me siento parte de un equipo de trabajo
14. Me resulta fácil expresar mis opiniones en mi lugar de trabajo
15. El ambiente de trabajo me produce estrés

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Aplicación a las técnicas de instrumentos

1. ¿El trabajo de mi unidad está bien organizado?

Tabla 6.
Organización

Ítems	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
1	Estoy totalmente de acuerdo	10	67%
	Estoy de acuerdo	3	20%
	No estoy de acuerdo	2	13%
	No estoy en absoluto de acuerdo	0	0%
	No aplicables	0	0%
Totales		15	100%

Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

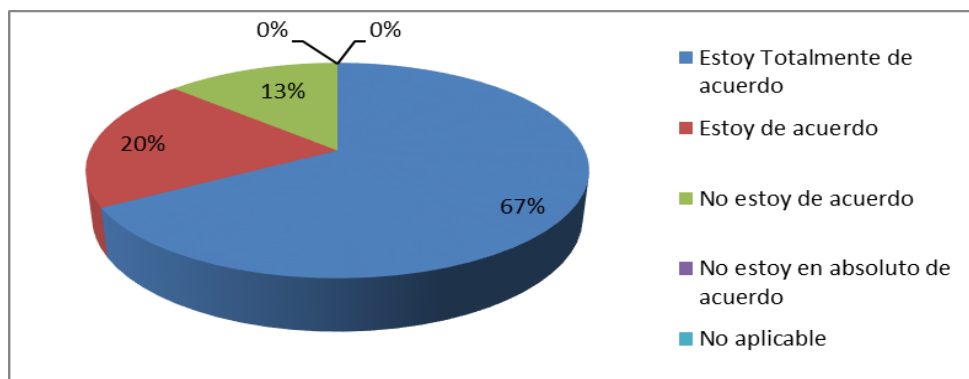


Figura 4. Organización

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.

Elaborado por: Bajaña Peñafiel (2020)

Análisis:

Los resultados evidencian que, la mayoría de los empleados consideran que el trabajo de su unidad está bien organizado, ya que el porcentaje más alto se ubica en la alternativa Estoy Totalmente de Acuerdo con 67% y

Estoy de acuerdo 20%; siendo este resultado positivo en cuanto al desempeño laboral.

2. ¿Mis funciones y responsabilidades están bien definidas, por tanto, sé lo que esperan de mí?

Tabla 7.
Funciones y Responsabilidades

Ítems	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
2	Estoy Totalmente de acuerdo	8	53%
	Estoy de acuerdo	6	40%
	No estoy de acuerdo	1	7%
	No estoy en absoluto de acuerdo	0	0%
	No aplicable	0	0%
Totales		15	100%

Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

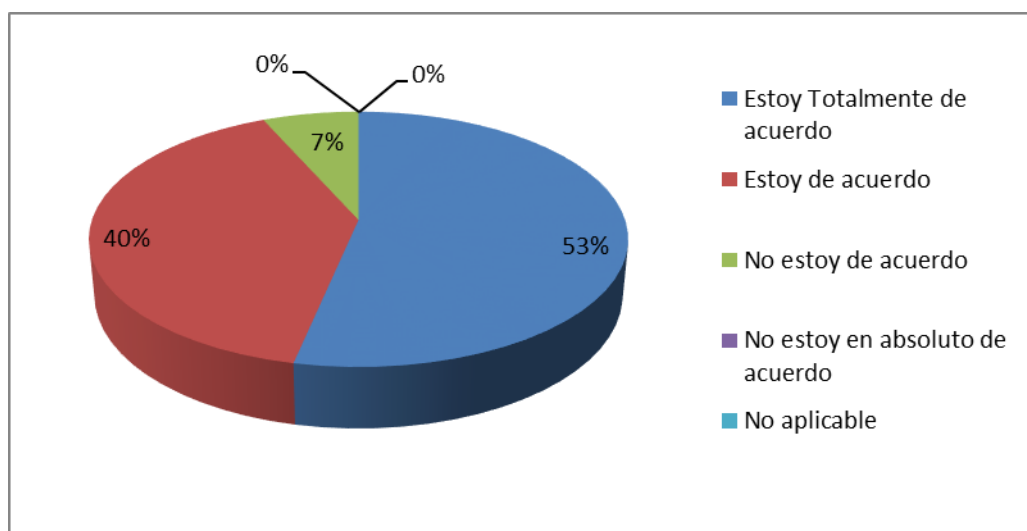


Figura 5. Funciones y Responsabilidades

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.

Elaborado por: Bajaña Peñafiel (2020)

Análisis:

En el resultado anterior, se aprecia que las funciones y responsabilidades están bien definidas, ya que el 53% de los encuestados seleccionaron la alternativa Estoy totalmente de acuerdo, 40% Estoy de acuerdo, por tanto, el desempeño laboral referido a las condicionales personales son adecuadas.

3. ¿En mi Unidad tenemos las cargas de trabajo bien repartidas?

Tabla 8.

Cargas de Trabajo

Ítems	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
3	Estoy Totalmente de acuerdo	1	7%
	Estoy de acuerdo	6	43%
	No estoy de acuerdo	1	7%
	No estoy en absoluto de acuerdo	5	36%
	No aplicable	1	7%
Totales		14	100%

Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

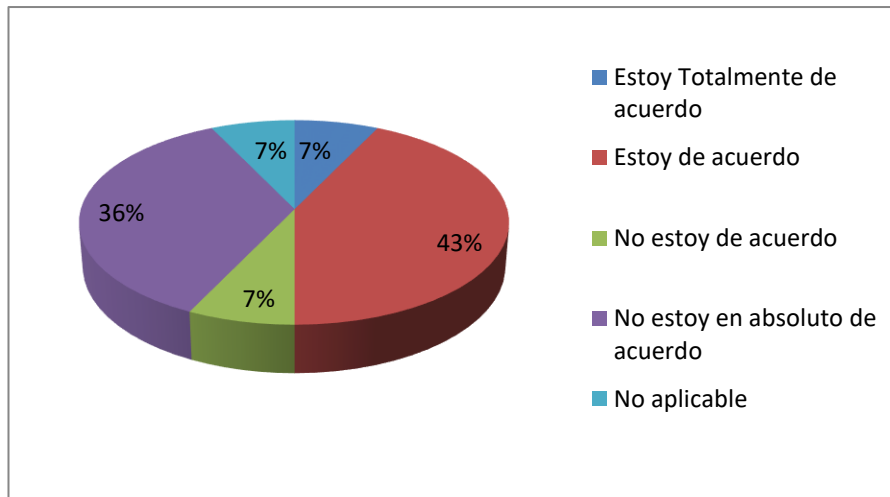


Figura 6. Cargas de Trabajo

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.

Elaborado por: Bajaña Peñafiel (2020)

Análisis:

Los resultados indican que 43% que representa 6 individuos están de acuerdo que en la Unidad tienen las cargas de trabajo bien repartidas, 36% es decir, 5 individuos seleccionaron la alternativa No estoy en absoluto de acuerdo. Por tanto, se infiere que, es necesario considerar estos datos al momento de gestionar el desempeño laboral.

4. ¿En mi puesto de trabajo puedo desarrollar mis habilidades?

Tabla 9.
Puedo desarrollar mis habilidades

Ítems	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
4	Estoy Totalmente de acuerdo	5	33%
	Estoy de acuerdo	5	33%
	No estoy de acuerdo	3	20%
	No estoy en absoluto de acuerdo	1	7%
	No aplicable	1	7%
Totales		15	100%

Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

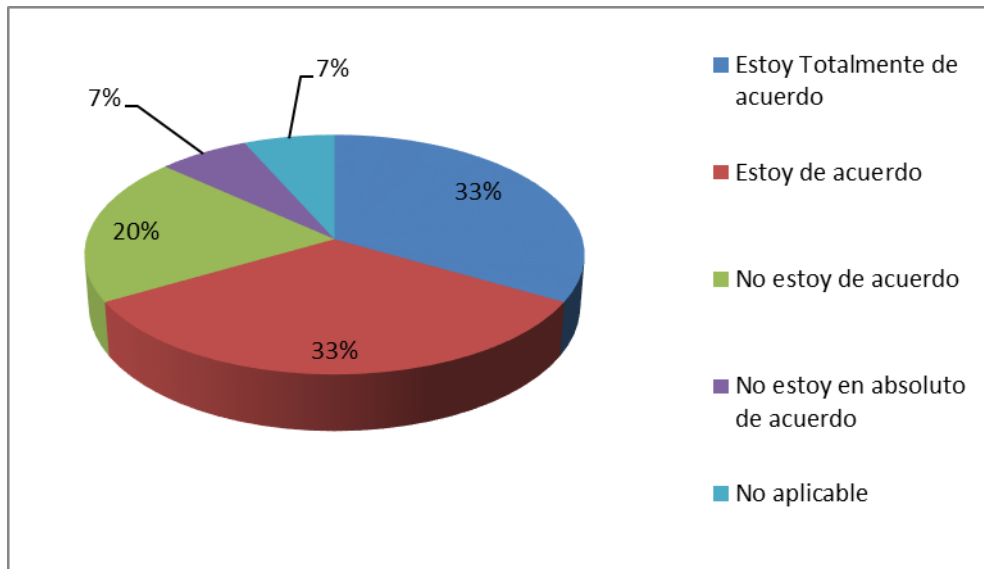


Figura 7. Puedo desarrollar mis habilidades
Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.
Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

Análisis:

Al indagar si los empleados pueden desarrollar sus habilidades, el 33% expresó: Estoy Totalmente de acuerdo, el 33% manifestó Estoy de Acuerdo, 20% No estoy de acuerdo, 7% No estoy en absoluto de acuerdo, y el 7% No Aplica. Estos resultados evidencian que, los empleados pueden desarrollar, en la empresa sus habilidades.

5. ¿Recibo información de cómo desempeño mi puesto de trabajo?

Tabla 10.
Información de cómo desempeño mi puesto

Ítems	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
5	Estoy Totalmente de acuerdo	1	7%
	Estoy de acuerdo	5	33%
	No estoy de acuerdo	3	20%
	No estoy en absoluto de acuerdo	5	33%
	No aplicable	1	7%
Totales		15	100%

Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

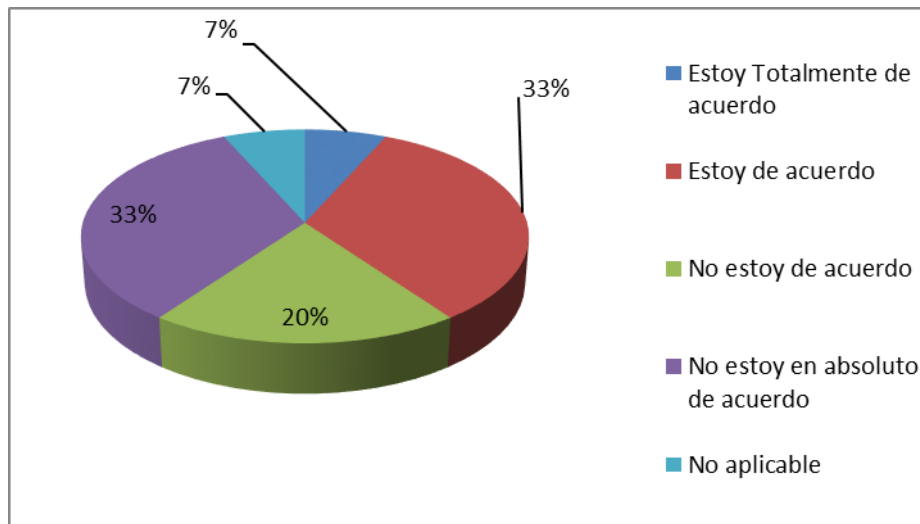


Figura 8. Puedo desarrollar mis habilidades

Fuente: Información de cómo desempeño mi puesto
Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

Análisis:

Los resultados evidencian que, el 33% reciben información de cómo desempeño mi puesto de trabajo, ya que ese porcentaje se ubicó en la alternativa: Estoy de acuerdo, igual valor (33%) en la alternativa No estoy en absoluto de acuerdo. Mientras que, el 20% manifiesta: No estoy de acuerdo.

6. ¿El responsable demuestra un dominio técnico o conocimiento de sus funciones?

Tabla 11.

Demuestra un dominio técnico o conocimiento de sus funciones

Ítems	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
6	Estoy Totalmente de acuerdo	3	20%
	Estoy de acuerdo	7	47%
	No estoy de acuerdo	3	20%
	No estoy en absoluto de acuerdo	2	13%
	No aplicable	0	0%
Totales		15	100%

Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

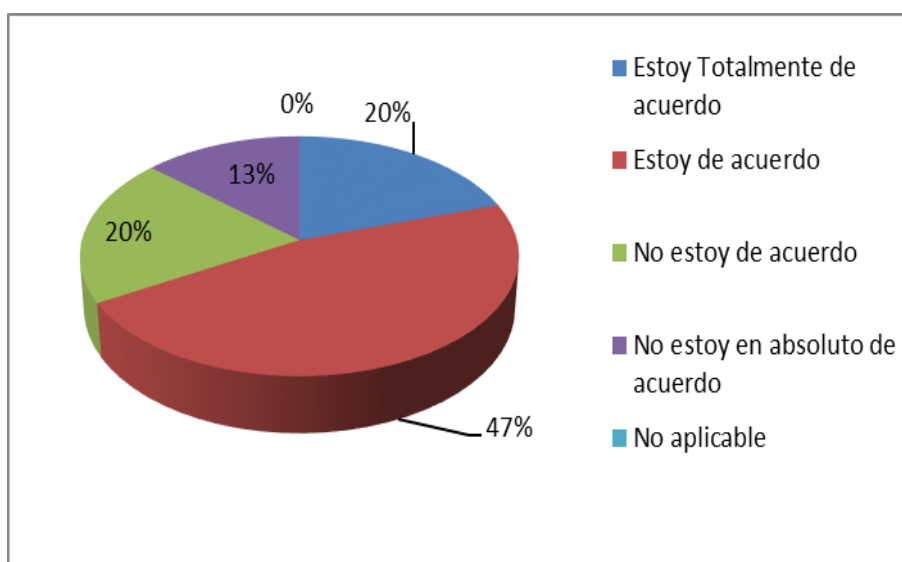


Figura 9. Demuestra un dominio técnico o conocimiento de sus funciones

Fuente: Información de cómo desempeño mi puesto

Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

Análisis:

Al observar los resultados anteriores, se aprecia que, el 47% seleccionó la alternativa Estoy de acuerdo, el 20% Estoy Totalmente de acuerdo, 20% No estoy de acuerdo, y el 13% No estoy en absoluto de acuerdo, por tanto, el conocimiento de sus funciones está acorde al desempeño laboral.

7. ¿El responsable soluciona los problemas de manera eficaz?

Tabla 12.

Soluciona los problemas de manera eficaz

Ítems	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
7	Estoy Totalmente de acuerdo	1	7%
	Estoy de acuerdo	6	40%
	No estoy de acuerdo	4	27%
	No estoy en absoluto de acuerdo	2	13%
	No aplicable	2	13%
Totales		15	100%

Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

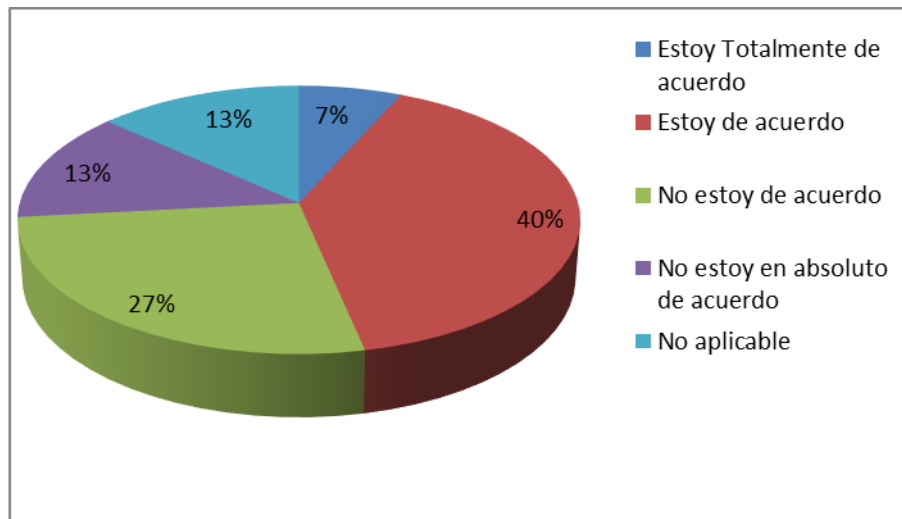


Figura 10. Soluciona los problemas de manera eficaz

Fuente: Información de cómo desempeño mi puesto

Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

Análisis:

Los resultados anteriores, evidencian que, el 40% de los encuestados se ubican en la alternativa Estoy de acuerdo, 27% No estoy de acuerdo, 13% No estoy en absoluto de acuerdo, 13% No aplicable y 7% Estoy Totalmente de acuerdo. Es decir, el responsable soluciona los problemas de manera eficaz.

8. ¿El responsable de mi Unidad delega eficazmente funciones de responsabilidad?

Tabla 13.

El responsable de mi unidad delega eficazmente

Ítems	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
8	Estoy Totalmente de acuerdo	1	7%
	Estoy de acuerdo	5	33%
	No estoy de acuerdo	5	33%
	No estoy en absoluto de acuerdo	3	20%
	No aplicable	1	7%
Totales		15	100%

Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

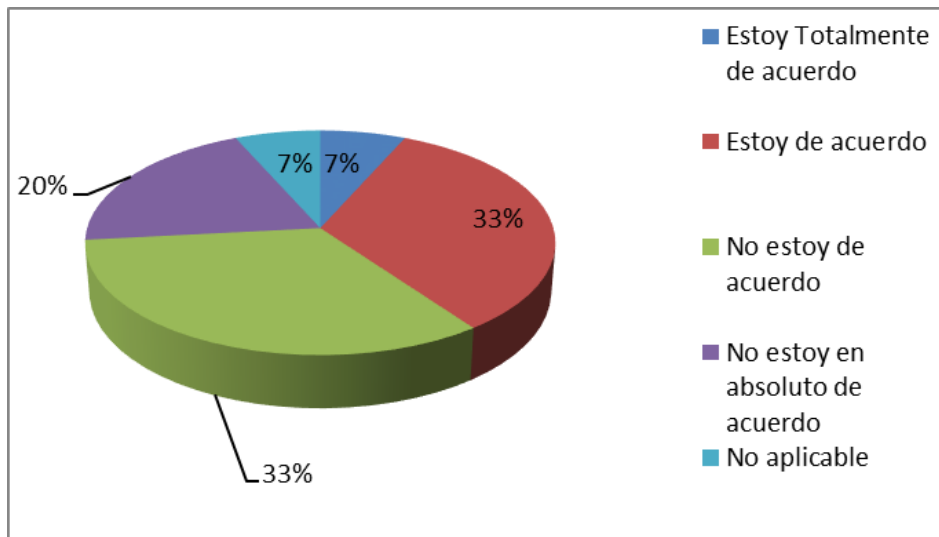


Figura 11. El responsable de mi unidad delega eficazmente

Fuente: Información de cómo desempeño mi puesto

Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

Análisis:

Al indagar si el responsable de la Unidad delega eficazmente, el 33% considera: Estoy de acuerdo, igual resultado (33%) se encuentra No estoy de acuerdo, 20% No estoy en absoluto de acuerdo, 7% Estoy Totalmente de acuerdo y 7% No aplica. Lo que se infiere que existe una deficiencia en el desempeño del responsable de la unidad, lo que puede estar incidiendo en el desempeño de quienes están bajo su liderazgo.

9. ¿El responsable, toma decisiones con la participación del personal de la Unidad?

Tabla 14.
El responsable toma decisiones

Ítems	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
9	Estoy Totalmente de acuerdo	5	33%
	Estoy de acuerdo	3	20%
	No estoy de acuerdo	4	27%
	No estoy en absoluto de acuerdo	2	13%
	No aplicable	1	7%
Totales		15	100%

Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

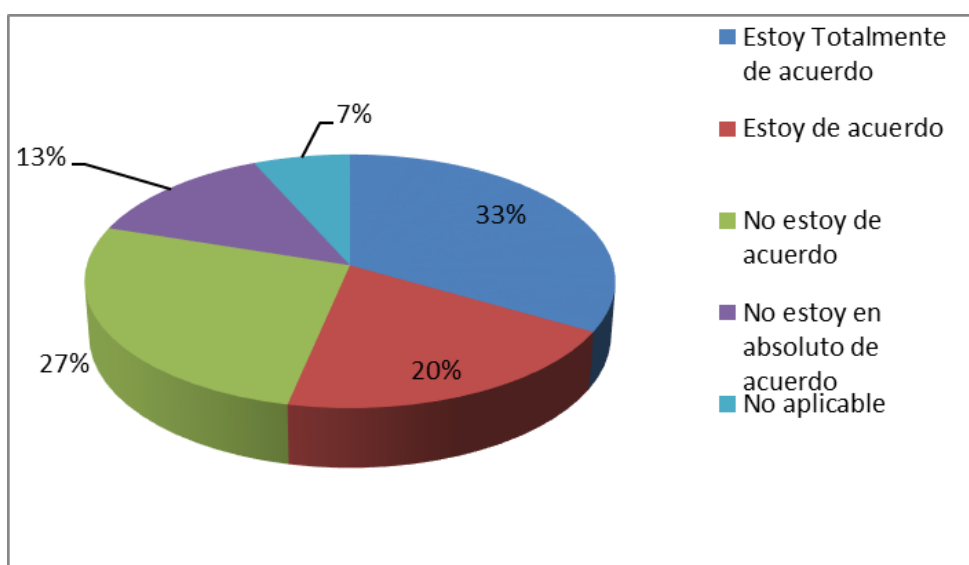


Figura 12. El responsable toma decisiones
Fuente: Información de cómo desempeño mi puesto
Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

Análisis:

Se preguntó a los encuestados si se consideran que el responsable, toma decisiones con la participación del personal de la Unidad, el 33% Estoy Totalmente de acuerdo; 20% Estoy de acuerdo; 27% No estoy de acuerdo; 13% No estoy en absoluto de acuerdo, 7% no aplicable.

10. ¿El responsable me mantiene informado sobre los asuntos que afectan mi trabajo?

Tabla 15.
El responsable me mantiene informado

Ítems	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
10	Estoy Totalmente de acuerdo	4	27%
	Estoy de acuerdo	3	20%
	No estoy de acuerdo	5	33%
	No estoy en absoluto de acuerdo	2	13%
	No aplicable	1	7%
Totales		15	100%

Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

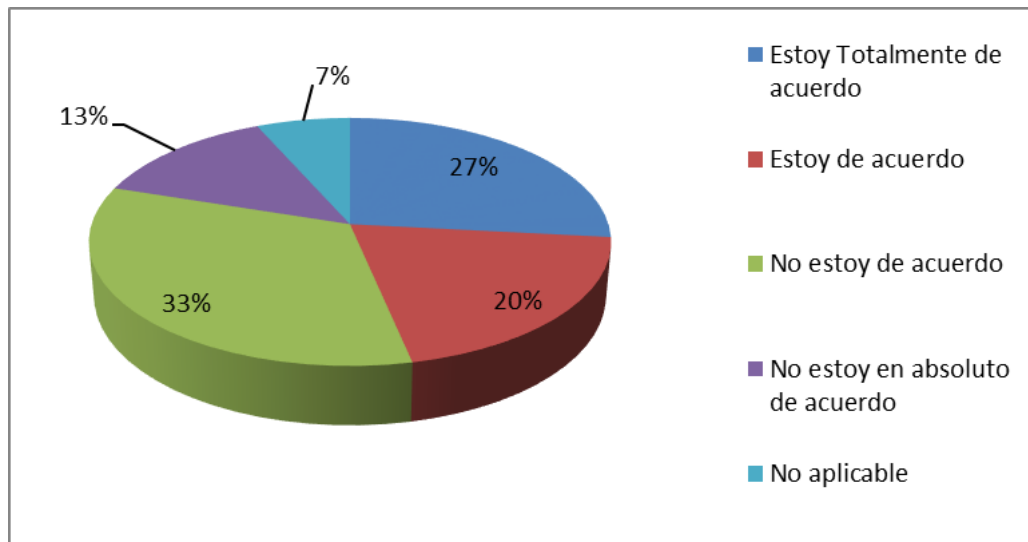


Figura 13. El responsable me mantiene informado

Fuente: Información de cómo desempeño mi puesto

Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

Análisis:

Los resultados anteriores evidenciaron que existe una deficiencia en la comunicación, ya que, al preguntar si el responsable lo mantiene informado sobre los asuntos que afectan mi trabajo, el 33% dijo que No estoy de acuerdo, el 27% Estoy Totalmente de acuerdo, 20% Estoy de acuerdo, 13% No estoy en absoluto de acuerdo.

11. ¿La relación con los compañeros de trabajo es buena?

Tabla 16.

La relacion con los compañeros de trabajo es buena

Ítems	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
11	Estoy Totalmente de acuerdo	2	13%
	Estoy de acuerdo	4	27%
	No estoy de acuerdo	5	33%
	No estoy en absoluto de acuerdo	3	20%
	No aplicable	1	7%
Totales		15	100%

Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

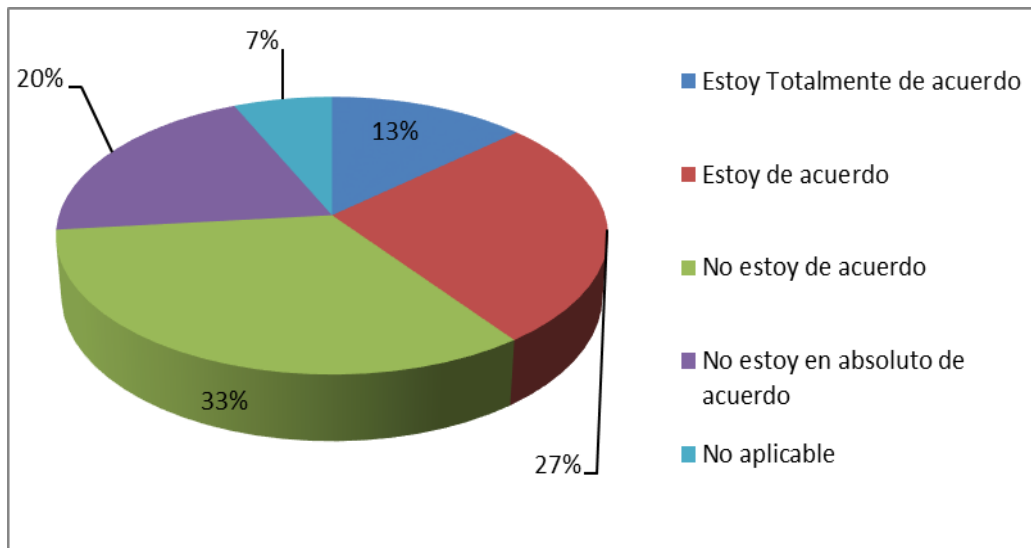


Figura 14. La relación con los compañeros de trabajo es buena

Fuente: Información de cómo desempeño mi puesto

Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

Análisis:

Al observar los resultados anteriores, se aprecia que, la relación con los compañeros de trabajo presenta deficiencias, ya que, el 33% considera que no son buenos al seleccionar como alternativa No estoy de acuerdo. Asimismo, el 27% manifestó: Estoy de acuerdo. El 20%: No estoy en absoluto de acuerdo, 13% Estoy Totalmente de acuerdo, y 7% dice que No Aplica.

12. ¿Es habitual la colaboración para sacar adelante las tareas?

Tabla 17.

Colaboración para sacar adelante las tareas

Ítems	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
12	Estoy Totalmente de acuerdo	1	7%
	Estoy de acuerdo	5	33%
	No estoy de acuerdo	4	27%
	No estoy en absoluto de acuerdo	5	33%
	No aplicable	0	0%
Totales		15	100%

Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

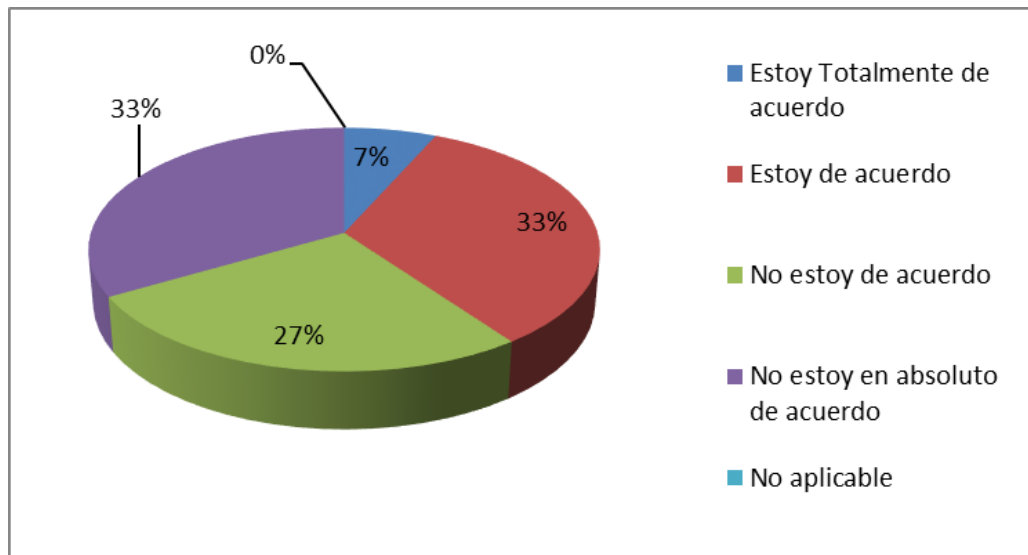


Figura 15. Colaboración para sacar adelante las tareas

Fuente: Información de cómo desempeño mi puesto

Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

Análisis:

Se indagó si es habitual la colaboración para sacar adelante las tareas, 33% dice Estoy de acuerdo y el 33% expresa que No estoy en absoluto de acuerdo. Esto refleja que es necesario realiza acciones que ayude a mejorar la colaboración entre empelados, con la finalidad de ayudar a elevar el desempeño laboral. Asimismo, el 27% No estoy de acuerdo y, el 7% Estoy Totalmente de acuerdo.

13. ¿Me siento parte de un equipo de trabajo?

Tabla 18.

Me siento parte de un equipo de trabajo

Ítems	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
13	Estoy Totalmente de acuerdo	3	20%
	Estoy de acuerdo	5	33%
	No estoy de acuerdo	3	20%
	No estoy en absoluto de acuerdo	3	20%
	No aplicable	1	7%
Totales		15	100%

Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

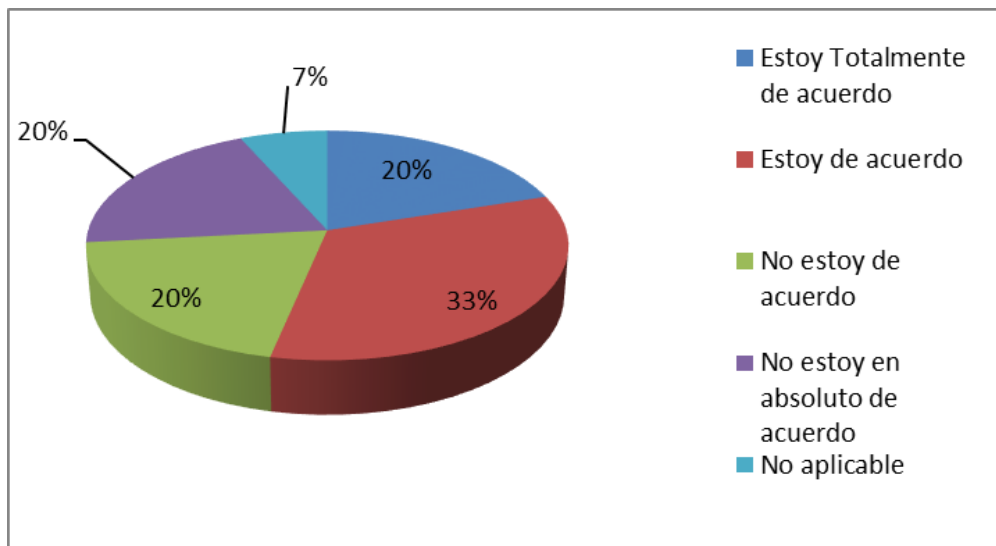


Figura 16. Me siento parte de un equipo de trabajo

Fuente: Información de cómo desempeño mi puesto

Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

Análisis:

Al preguntar si el empleado se siente parte de un equipo de trabajo, el 33% dijo Estoy de acuerdo, 20% Estoy Totalmente de acuerdo, igual resultado se obtuvo en las alternativas: No estoy de acuerdo (20%) y No estoy en absoluto de acuerdo (20%). Por tanto, se infiere que es positivo para el desempeño laboral estos resultados.

14. ¿Me resulta fácil expresar mis opiniones en mi lugar de trabajo?

Tabla 19.

Resulta fácil expresar mis opiniones en mi lugar de trabajo

Ítems	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
14	Estoy Totalmente de acuerdo	2	13%
	Estoy de acuerdo	3	20%
	No estoy de acuerdo	8	53%
	No estoy en absoluto de acuerdo	1	7%
	No aplicable	1	7%
Totales		15	100%

Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

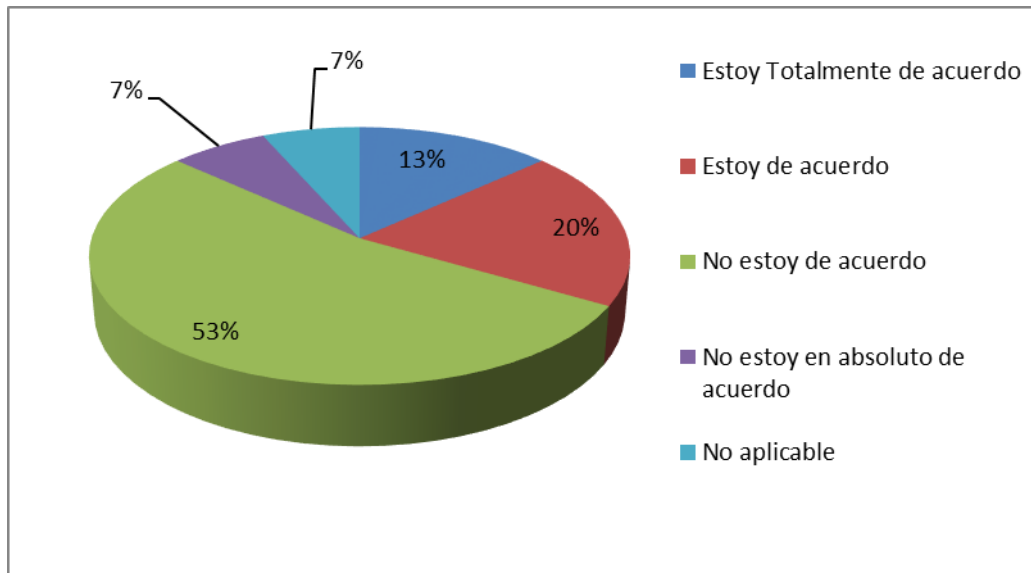


Figura 17. Resulta fácil expresar mis opiniones en mi lugar de trabajo

Fuente: Información de cómo desempeño mi puesto

Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

Análisis:

El 53% de los encuestados consideran: No estoy de acuerdo, en cuanto a si le resulta fácil expresar sus opiniones en su lugar de trabajo. El 20% se ubica en la alternativa: Estoy de acuerdo. El 13% Estoy Totalmente de acuerdo, 7% No estoy en absoluto de acuerdo y, 7% No aplicable.

15. ¿El ambiente de trabajo me produce stress?

Tabla 20.

El ambiente de trabajo me produce stress

Ítems	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
15	Estoy Totalmente de acuerdo	7	50%
	Estoy de acuerdo	4	27%
	No estoy de acuerdo	4	27%
	No estoy en absoluto de acuerdo	0	0%
	No aplicable	0	0%
Totales		15	100%

Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

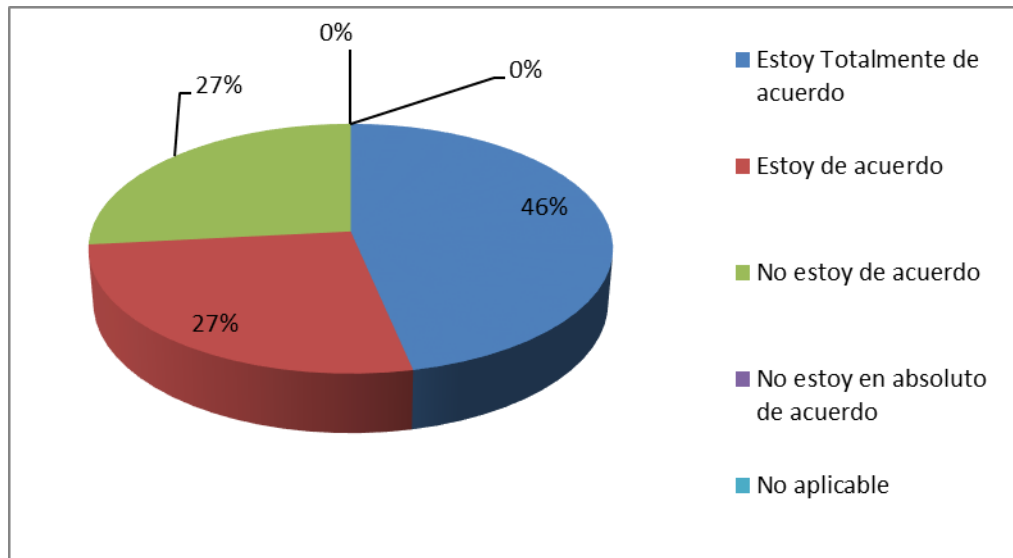


Figura 18. EL ambiente de trabajo me produce stress

Fuente: Información de cómo desempeño mi puesto

Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

Análisis:

En los resultados anteriores se aprecian los siguientes valores al indagar si el ambiente de trabajo le produce estrés al empleado: 50% Estoy Totalmente de acuerdo, 27% Estoy de acuerdo y el 27% No estoy de acuerdo. Es importante este resultado, porque el mismo puede estar incidiendo negativamente en el desempeño laboral.

4.2. Análisis documental de los resultados de las encuestas

Se logró precisar a través de la encuesta realizada al personal, que existe organización en la unidad laboral y las funciones de cada uno de los trabajadores están bien definidas. También se apreció que, la empresa les permite a los empleados desarrollar sus habilidades. Otro aspecto positivo, se puede determinar que los empleados se sienten parte del equipo, a su vez, es habitual la colaboración para sacar adelante las tareas

De igual manera, se conoció que el del encargado de la unidad, evidenciándose que cumple con sus, funciones no obstante presente deficiencias al momento de mantener informado sobre los asuntos que afectan al trabajo de los empleados, y existe una desinformación sobre cómo se desempeña el trabajador, tampoco delega, eficazmente funciones y responsabilidades.

Otro aspecto negativo, que arrojó la encuesta aplicada, es que a los empleados les resulta difícil expresar sus ideas; mientras que, en unidad de trabajo, el ambiente laboral causa estrés a los empleados. Los empleados consideran que la relación con los compañeros de trabajo presenta deficiencias.

En función de estos resultados, se presenta en el siguiente apartado, una propuesta basada en un plan de capacitación de servicio al cliente, para la satisfacción del usuario de la compañía de Servicios Administrativos, Contables y Tributarios, de esta manera se busca brindar alternativas de solución y contribuir con el crecimiento organizacional.

4.3. Propuesta del plan de mejoras

El plan de mejora parte de definir las oportunidades de mejora, las metas que permiten alcanzar que se realizaran en cada capítulo, como se llevara a cabo. Otros factores por definir que se utilizara para el diseño de la propuesta. La herramienta se aplicará según la explicación del capítulo 3.

Tabla 21.
Diagnóstico

¿Qué?	¿Por qué?	¿Cómo?	¿Cuándo?	¿Quién?	¿Dónde?
Establecer una propuesta que permita la capacitación de servicio al cliente, para la satisfacción del usuario de la compañía de Servicios Administrativos, Contables y Tributarios	Es relevante porque tiene como propósito aportar alternativas prácticas de solución enfocadas en la capacitación de servicio al cliente y contribuir con la satisfacción del cliente	Mediante la aplicación de técnicas que van a encontrar en el capítulo 3 que se ejecutan en el desarrollo del plan de mejora de cómo contribuir a la capacitación de servicio al cliente, para la satisfacción del usuario de la compañía de Servicios Administrativos, Contables y Tributarios	Se implementará en el mes de enero de 2021	Se beneficiarán con esta propuesta los clientes y la empresa de Servicios Administrativos, Contables y Tributarios	Se realizará en la empresa de Servicios Administrativos, Contables y Tributarios que se encuentra ubicado en el cantón Isidro Ayora, provincia del Guayas

Elaborado por: (Bajaña Cinthia, 2020)

4.3.1. Logros de plan de mejora

- Se capacitarán a los empleados sobre el servicio al cliente.
- Mejorará el índice de servicio al cliente.
- Mejorará el índice de satisfacción del cliente
- Reducción de quejas por parte de los clientes.
- Crecimiento de la fidelidad del cliente.

Conclusiones

En la actualidad en la compañía de Servicios Administrativos, Contables y Tributarios, se ha presentado una situación en el servicio al cliente, lo que se evidenció a través de esta investigación, dando lugar a una insatisfacción al cliente, ya que el personal presenta debilidades en el rendimiento laboral.

De ahí que, la insatisfacción de los clientes, en la mayoría de casos es por motivo del ambiente laboral que se vivencia en la empresa y la deficiente relación entre compañeros, aunado a un desconocimiento del rendimiento de los empleados.

Al realizar el estudio de la presente investigación se ha evidenciado la importancia de la capacitación del personal sobre el servicio al cliente, ya que la misma permitirá mejorar, tanto el servicio como la satisfacción del cliente.

La propuesta de mejora ofrece corregir y minimizar toda esta situación de conflicto presentada en la compañía de Servicios Administrativos, Contables y Tributarios, diseñando un plan de capacitación.

Recomendaciones

- Se recomienda invertir en capacitar al empleado, por cuanto son el activo de mayor valor de una empresa, porque a través de ellos se logra un servicio efectivo que impacta, positivamente en la satisfacción al cliente, de lo cual la empresa depende de ello.
- Ser partícipe del plan de capacitación de servicio al cliente que contribuya a la satisfacción al usuario en la compañía de servicios administrativos, contables y tributarios
- Posterior a la presentación del plan a la compañía, se someterá a revisión para agregar otros elementos que consideren importantes.

BIBLIOGRAFIA

- Arias, F. (2017). El Proyecto de Investigación. Caracas Venezuela. Septima edición: Episteme.
- Asamblea Nacional. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito - Ecuador: Asamblea Nacional.
- Barraza, M. (2017). La investigación bibliográfica. Palermo: Universidad Tecnológica Metropolitana UTEM.
- Brito, D. (2019). Relación entre la capacitación del personal y el mejoramiento del servicio al cliente . Venezuela: UC.
- Chraki, F. (2017). Una aplicación del método de extracción hipotética. Cuadernos de Economía, 256-267.
- Cortina, A. (23 de Julio de 2018). Educar en valores éticos. Recuperado el 26 de 11 de 2020, de Educar en valores éticos: https://elpais.com/elpais/2018/07/23/opinion/1532365199_568677.html
- Coto, C., & Satnoro, D. (2018). Investigación exploratoria y cuantitativa. Buenos Aires: Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales.
- Esteban, I. (2017). Marketing de los servicios . Madrid. España. Segunda Edición: Esic.
- Esteven, J. (2018). Método didáctico para reforzar el razonamiento inductivo-deductivo en la resolución de problemas matemáticos de demostración. Electrónica Formación y Calidad Educativa, 17-32.
- Franco, C. (2018). el marketing desde la perspectiva de la satisfacción al clientes y la capacitación del personal. Venezuela.
- Galindo, H. (2020). Estadística para no estadísticos: una guía básica sobre la metodología cuantitativa de trabajos académicos. Alzamora: 3Ciencias .
- García, A. (2020). La estadística. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- García, I. (2019). Investigación exploratoria, descriptiva y correlacional. México: Universidad Autónoma del Estado de México.

- Godoy, J. (2018). El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio. Venezuela: Revista Venezolana.
- González, F.; Cabrera, C., y Piguave, L. (2017). Servicio al cliente en el Ecuador. Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento. Vol. 1 núm., 5, 559-577.
- Grande, E. (2017). Marketing de los servicios. Madrid, España. Segunda Edición: ESIC EDITORIAL.
- Gutiérrez, A. (2016). Estrategias de muestreo: Diseño de encuestas y estimación de parámetros. Bogotá: Ediciones de la U.
- Kotler, P., y Armstrong. (2018). Fundamentos de Marketing. México. Octava Edición.: Prentice-Hall Interaccional.
- López, G. (2018). Analisis de la satisfacción del cliente y su incidencia en el desarrollo organizacional. Venezuela: Universidad Arturo Michelena.
- Mold, T. (2017). Observación de campo: El Programa de Investigación Etnográfica y Estudios Comunitarios. Elon: Universidad de Elon.
- Nacional, C. (2000). LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR. Quito - Ecuador. Ultima Modificacion 2015.
- Norma ISO 9001. (2015). Sistemas de gestión de la calidad. requisitos. Obtenido de <http://ped.sinaloa.gob.mx/Documentos/SAF/0%20Norma%20ISO%209001-2015%20Requisitos.pdf>.
- Pell, R. (2017). "Retención de Clientes. Segunda edicion.
- Pérez, V. (2017). Calidad total en la atención al cliente. Pautas para garantizar la excelencia en el servicio. . España. Segunda edición: Ideas propias.
- Pesante, E. (2016). La Investigación Explicativa. Madrid: Complutense de Educación.
- Porto, J. P. (2008). muestra.
- Raffino, M. (28 de Mayo de 2020). "Cliente". Obtenido de Concepto de. Argentina: <https://concepto.de/cliente>.

- Sampieri, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación. México: McGraw-Hill.
- Sánchez, H. (2018). Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística. Lima: Universidad Ricardo Palma.
- Schnarch, K., y Schnarch G. (2017). Marketing para Emprendedores. Bogotá D. C. segunda edición: Ecoe Ediciones.
- Sotello, M. (2018). La calidad total en la satisfacción del cliente y su impacto en el desarrollo organizacional. Colombia.
- Toledo. (2016). Poblacion y Muestra. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/80531608.pdf>
- Torres, R. (2019). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Madrid: Universidad de Caleyá.
- Utrera, C. (2018). Anaálisis de la capacitacon del personal y su impacto en el servicio del cliente y su satisfacción. Venezuela: Universidad José Antonio Páez.
- Vargas, M. (2019). Entrevista semiestructurada. Chile: Academia.
- Velásquez, M. (2019). Aplicación de materiales didácticos sustentados en el método fónico-analítico-sintético para desarrollar la lecto-escritura en estudiantes de educación general básica. Cognosis, 11-32.
- Zurita, G. (2010). Probabilidad y Estadística Fundamentos y Aplicaciones. Guayaquil: ESPOL.

Anexos

Anexo 1. *Cuestionario*

Cuestionario dirigido a clientes de la Empresa

1. ¿En qué nivel se siente satisfecho con el servicio que ofrece la Compañía?

Muy satisfecho

Poco satisfecho

Más o menos satisfecho

Nada satisfecho

2. ¿El servicio del asesor está basado en criterios profesionales que demuestran conocimiento de la materia y de sus funciones laborales?

Siempre

Frecuentemente

Ocasionalmente

Nunca

3. ¿Recibe soluciones ante alguna duda o inconformidad?

Siempre

Frecuentemente

Ocasionalmente

Nunca

4. ¿Considera que la Compañía está capacitada para dar una atención especializada en las áreas administrativas, contables y tributarias, cuando se presente el caso de algunas de ellas?

Siempre

Frecuentemente

Ocasionalmente

Nunca

5. ¿Cree que el tiempo de atención a sus requerimientos se encuentran dentro de tiempos prudentes y aceptables?

De acuerdo

Poco de acuerdo

Más o menos de acuerdo

Nada de acuerdo

6. ¿Los asesores logran crear en usted la confianza necesaria?

Siempre

Frecuentemente

Ocasionalmente

Nunca

7. ¿Cree que la Compañía entrega información oportuna y relevante a sus necesidades?

Siempre

Frecuentemente

Ocasionalmente

Nunca

8. ¿Cómo califica la atención y servicio que ofrecen los asesores a sus consultas?

Satisfactorio

Bueno

Regular

Malo

9. ¿La información otorgada por el asesor es coherente y responde a sus dudas?

Siempre

Frecuentemente

Ocasionalmente

Nunca

10. ¿considera que los servicios que ofrece la Compañía satisfacen sus necesidades en un área específica?

Siempre

Frecuentemente

Ocasionalmente

Nunca

Anexo 2.
Entrevista

Entrevista a colaboradores

1. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de entregar servicios dirigidos a diferentes especialidades?
2. ¿Cuáles son las inconformidades que presentan los usuarios al momento de adquirir los servicios?
3. ¿De qué manera cree que la Compañía pueda mejorar la satisfacción de los usuarios?
4. ¿Cómo procede a entregar un servicio cuando el usuario requiere información de otras especialidades, y usted es el encargado de atender en ese instante?
5. ¿Cómo procede a solucionar un problema o inconformidad de los usuarios?

Anexo 3.
Local de servicios administrativos, contables y tributarios

