



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

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

TEMA:

**DISEÑO DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN DIRIGIDO AL
PERSONAL DE LA EMPRESA REPRESENTACIONES
SERVIPORTEX DEL ECUADOR CÍA. LTDA.**

Autora: Cornejo Gómez Demi Jane

Tutor: PhD Simon Alberto Illescas Prieto

Guayaquil, Ecuador

2021

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:	Páginas
RTADA.....	ii
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	iv
CLÁUSULA DE AUTORIZACION PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN.....	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT.....	vii
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
INDICE DE FIGURAS	xiv
INDICE DE CUADROS	xv
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA.....	1
1.1 Planteamiento del problema.....	1
1.2 Ubicación del problema en un contexto.....	4
1.3 Situación conflicto	5
1.4 Formulación del problema.....	7
1.5 Variables de la investigación	7
1.6 Delimitación del problema	7
1.7 Evaluación del Problema.....	8
1.8 Objetivos de la investigación	9
Objetivo General	9

Objetivos Específicos	10
1.9 Preguntas de Investigación	10
1.10 Justificación de la investigación	11
1.11 Viabilidad de la Investigación	13
CAPÍTULO II	16
MARCO TEÓRICO.....	16
2.1 Antecedentes históricos	16
Rotación de personal	16
Satisfacción del cliente.....	20
2.4 Variables Conceptuales de la investigación.....	23
2.5 Definiciones Conceptuales	24
2.5.1 Asequible	24
2.5.2 Capacitación	24
2.5.3 Capital humano	25
2.5.4 Cliente.....	25
2.5.5 Desempeño laboral	25
2.5.6 Eficiencia.....	25
2.5.7 Gestión	26
2.5.8 Incentivos.....	26
2.5.9 Productividad	26
2.5.10 Rotación del personal.....	27
2.5.11 Satisfacción.....	27
2.5.12 Servicio	27
CAPÍTULO III	28
METODOLOGÍA	28

3.1 Datos de la Empresa	28
3.2 Visión	28
3.3 Misión.....	29
3.4 Logo de la empresa.....	29
3.5 Organigrama:	29
3.6 Descripción de actividades de los trabajadores.....	30
3.7 Valores de la empresa:.....	30
3.8 Políticas de la Empresa.....	31
3.9 Diseño de la investigación	31
Diseño documental	33
3.10 Población	34
3.11 Población finita.....	34
3.12 Población infinita	34
3.13 Muestra	35
3. 14 Tipos de Muestra.....	35
3.14.1 Muestreo aleatorio simple	35
3.14.2 Muestreo no probabilístico	36
3.14.3 Métodos de Investigación.....	36
3.14.4 Método Estadístico.....	36
3.14.5 Método Análisis y Síntesis	37
3.14.6 Método Inductivo.....	37
3.16 Técnicas e Instrumentos de la investigación	38
3.17 Procedimientos de investigación	39
3.18 Encuesta a Analista de Calidad, Reclutadores, Clientes Potenciales.	39
3.18 Entrevista a Gerente General y Supervisor	40

CAPITULO IV.....	41
ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS.....	41
4.1 Aplicación de los Instrumentos de la Investigación.....	41
Interpretación.....	41
Interpretación.....	42
Interpretación.....	43
Interpretación.....	44
Interpretación.....	45
Interpretación.....	46
Interpretación.....	47
Interpretación.....	48
Entrevistas Realizadas Al Gerente Y Supervisor.....	51
Plan de Capacitación.....	53
Conclusiones.....	57
Recomendaciones.....	58
Bibliografía.....	59
ANEXOS.....	62
Organigrama de la empresa.....	63
Logotipo de la empresa.....	63
Instrumento de la investigación.....	64
Encuesta.....	64

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Logotipo Serviportex del Ecuador Cía. Ltda. Partners Group	29
Figura 2. Organigrama de Serviportex del Ecuador Cía. Ltda.....	29
Figura 3. Frecuencia capacitación	41
Figura 4. Relación laboral.....	42
Figura 5. Ambiente laboral	43
Figura 6. Funciones establecidas dentro del área.	44
Figura 7. Motivación del personal	45
Figura 8. Rotación en el desempeño laboral	46
Figura 9. Comunicación entre supervisores y asesores.....	47
Figura 10. Evaluaciones de desempeño.....	48
Figura 11. Criterios de evaluación de desempeño.....	49
Figura 12. Atención al cliente	50
Figura 13. Logotipo de la empresa	63

INDICE DE CUADROS

Tabla 1. Situación conflicto.....	6
Tabla 2. Prototipo	33
Tabla 3. Universo	35
Tabla 4. Procedimiento.....	38
Tabla 5. Frecuencia capacitación	41
Tabla 6. Relación laboral.....	42
Tabla 7. Ambiente laboral.....	43
Tabla 8. Motivación del personal	45
Tabla 9. Rotación en el desempeño del personal	46
Tabla 10. Comunicación entre supervisores y asesores.....	47
Tabla 11. Evaluaciones de desempeño	48
Tabla 12. Criterios de evaluación de desempeño	49
Tabla 13. Atención al cliente.....	50
Tabla 14. Entrevistas.....	51
Tabla 15. Plan de capacitación.....	53
Tabla 16. Cronograma de actividades	56
Tabla 17. Organigrama de la empresa	63

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

La rotación del personal es la consecuencia del efecto de trabajadores que se retiran por voluntad propia o despidos intempestivos e incorporan, en relación al conjunto de empleados que forman parte de la organización. La rotación de los empleados es uno de las problemáticas más importantes de las empresas, que afectan directamente al negocio.

Principalmente, el fenómeno de volver a empezar con la capacitación de nuestros nuevos colaboradores, sobre todo la dificultad que existe para conseguir nuevamente el ritmo que se llevaba a cabo. Para poder evitarlo, las empresas deben mostrar que son un buen lugar para trabajar, sobrellevar una buena comunicación para capacitar de manera correcta a los nuevos talentos evitando que se produzca la rotación de nuestro personal.

Si los trabajadores observan que existe una alta rotación es muy probable que se lleven una mala imagen de la compañía y por la cual se verá afectada la misma. Con el propósito final de tomar el pulso al mercado de labores y de tener una excelente relación e información sobre la situación actual del empleo en España, por esto, el portal de trabajo Infoempleo y el Grupo Adecco, han reservado un espacio en la XXI edición del Informe Infoempleo Adecco, a dos de sus grandes empresas y candidatos.

El director de operaciones de ADP Iberia indica que comenta que el informe se basa en un tema un poco de preocupación, los altos mandos, casi siempre no entienden verdaderamente a su personal y no saben lo que estos pueden llegar a aportar a sus empresas. “Si los empleados no se sienten valorados y comprendidos, es probable que se comprometan menos en su papel y sean menos productivos en su trabajo.” (Sibaja, 2019)

También señala que “aunque requiera tiempo y dinero, y a veces a los empleados les cueste ver su utilidad, es muy importante dedicar esfuerzos en aplicar estrategias que nos ayuden a entender mejor a nuestros empleados.” (Sibaja, 2019).

Esto ayuda a las organizaciones a mejorar su talento y asegurarse de que los empleados obtengan la certeza de que su potencial está siendo manejado y utilizado correctamente y así los mismos se mantendrán motivados para realizar mejor su trabajo. Periódicamente se publican los datos de Randstad Workmonitor que ofrece un censo de trabajadores que están ocupados, pero buscan de modo activo diferente trabajo. Asimismo, con los resultados no cabe duda, siempre estos dan su aparición como España encabezando Europa con el personal que sugiere el cambio de su empleo.

No obstante, en cuanto a las estadísticas e índices han reducido, en el último estudio definió el 13% total de ocupados, estos colocan una cifra insignificante de dos millones y medio de trabajadores que buscan la manera de cambiarse de empresa. Siendo esta una pésima señal por donde se mire porque esto significa que no están contentos en sus puestos actuales.

Es significativo recalcar que la rotación tiene sus ventajas: La compañía cuenta con trabajadores más joven, permite sustituir al personal con inferior desempeño, el personal novato puede contribuir ideas adquiridas en trabajos anteriores, entre otras. El inconveniente viene, cuando la rotación es excesiva, este es uno de los retos de la misión de Recursos Humanos, en la actualidad. El rango estándar para las empresas es de un 4% – 5%, pero cuando esta cifra se incrementa incluso un 20%, requiere vigilancia inmediata ya que refleja una evasión significativa de capital humano. Cuando se da la rotación de manera excesiva, nuestro equipo debe forjar un análisis de manera crítica de porqué y cómo se produce este fenómeno y desarrollar e implementar las medidas necesarias para reprimir la situación.

Evitar el cambio de personal, representa un índice de vital importancia para nuestra empresa porque significa un costo bajo en implementación de capacitación por la excesiva rotación. También, es importante que nuestros subordinados mantengan su puesto sólido y con permanencia ya que normalmente es la fuente de la eficiencia.

Asimismo, se mantiene experiencia y conocimiento que representa que si renuncia a la empresa se lleve la capacidad de mantener un mismo ritmo en nuestro empleo y puesto de trabajo. La situación es que los empleados pocos contentos son los más propensos a buscar nuevas oportunidades. También que solo los mejores tendrán posibilidad de cambiar de trabajo a uno mucho mejor. Para una mejor explicación, el conocimiento y la experiencia obtenida emigra hacia otras empresas.

1.2 Ubicación del problema en un contexto

En América Latina la rotación del personal es muy similar a la de Europa, puesto que, mediante una encuesta realizada a los empleados de las empresas constructoras situados en el estado de Nuevo León en México, se concluye en los resultados de este estudio que el 94.12% de los empleados a los que se le realizaron las encuestas, afirmaron que la rotación del personal afecta directamente hacia la eficiencia de los mismos, y que no se mantiene ni persiste el personal preestablecido que conoce los procesos efectivamente como corresponde.

Es por esto que se produce la falta de eficiencia y productividad en los servicios que prestan las empresas de estado de México. Así mismo, se aseveran resultados que el 64.71% de los encuestados mantienen una rotación voluntaria, por lo que esta compañía no se mantiene un control y el 76.47% de los encuestados afirman que han tenido atrasos en su función como una consecuencia de la rotación.

Lo que se evidencia a través de esta encuesta es que las empresas poseen un grave y serio problema, debido a que posee facilidad para contratar personal, estos nuevos colaboradores tienen que adaptarse a las políticas de la empresa contratista, además del reinicio de la capacitación, esto tienen como consecuencia la pérdida de la productividad y la eficiencia en nuestra labor.

Para evitar la rotación se plantea a las compañías tener salarios más competitivos, además de bonos por buen desempeño al cumplimiento de los objetivos en nuestros puestos laborales, en el servicio, también mejores controles en el área de supervisión, mejor comunicación entre supervisores y subordinados.

Ya que muchas veces éste último es el principal factor de la salida de nuestros colaboradores de nuestra empresa puesto que, no se llega a sobrellevar la sintonía que necesitan para la eficiencia del servicio, además de los altos costos que le representa a la empresa brindar capacitaciones a los nuevos postulantes.

Es importante puntualizar que la rotación del personal en alguna medida es considerada buena, se considera que del aclarar que la rotación de personal en cierta medida es excelente. Se considera que del 3% del índice de esta problemática, es lo más normal ocurrido dentro de las compañías que ofrecen servicios de call center. Esto cabe recalcar que ésta cifra suele variar, llegando hasta el 25% en una escala ya que la rotación muchas veces se considera extremadamente excesivo.

1.3 Situación conflicto

La empresa “Representaciones Serviportex del Ecuador CIA LTDA.” está ubicada en la ciudad de Guayaquil, en el Centro Empresarial Las Cámaras, Avenida Francisco de Orellana y MH Alcívar, norte de la ciudad. Representaciones Serviportex del Ecuador está establecida desde el año 2000.

Esta empresa mantiene competencia operativa y brinda servicios de Call Center a distintas empresas importantes del Ecuador tales como, Banco Pichincha, Banco General Rumiñahui, Repsol, Instituto de Seguridad Social de las Fuerzas Armadas, Seguros Nova Ecuador, El Ministerio de Turismo, Automotores y Anexos, Ace Seguros, Confiamed, entre otras más.

En el presente año, Representaciones Serviportex del Ecuador busca un plan de capacitación y estrategias para evitar la rotación del personal que perdura entre sus agentes operativos de call center, esto para evitar pérdidas tanto económicas como de rendimiento y productividad.

El problema persiste debido a la falta de un plan que permita la correcta capacitación para el personal, toda empresa debe mantener estabilidad laboral, la misma que avala el prestigio frente a las demás compañías pertenecientes a la competencia. Desde otra perspectiva, los colaboradores también necesitan gestionar en un ambiente con incentivos, buen trato puesto que este es el principal factor para mejorar el desempeño.

Tabla 1. Situación conflicto

CAUSAS	CONSECUENCIAS
No hay teorías de capacitación	Insatisfacción del cliente
No existen políticas de incentivos para el personal.	No hay organización
Inexistencia de un plan de capacitación	Poco control de los reclutadores.

Elaborado por Cornejo D. (2021)

1.4 Formulación del problema

¿Cómo incide la rotación del personal, para la satisfacción de los clientes, en la empresa de Representaciones Serviportex del Ecuador CIA LTDA., ubicada en el cantón Guayaquil, provincia del Guayas, en el periodo fiscal 2021?

1.5 Variables de la investigación

Variable independiente: Rotación del personal.

Variable dependiente: Satisfacción de los clientes.

1.6 Delimitación del problema

Campo: Administración

Área: Talento Humano

Aspectos: Rotación del personal, satisfacción de los clientes

Tema: Diseño de un Plan de Capacitación dirigido al personal de la Empresa Representaciones Serviportex Del Ecuador Cía. Ltda.

1.7 Evaluación del Problema

Factible: El proyecto es asequible ya que se ha puesto en consideración la problemática que aqueja a la compañía y parte de sus colaboradores.

Claro: Se requiere de un plan de capacitación para ayudar a mejorar la productividad en nuestros agentes de call center de la Empresa Representaciones Serviportex del Ecuador CIA LTDA.

Relevante: Se efectuará un plan estratégico de entrenamiento y capacitación para la mejorar el rendimiento de nuestros empleados que brindan servicios para nuestra empresa, mejorar la aptitud y el desempeño en nuestra atención a los clientes y así llegar a ser una empresa de prestigio ante la sociedad.

Concreto: Ofrecer mejoría en el desempeño de nuestros servicios para que nuestra investigación ayude a solventar la problemática de nuestra empresa en mención.

Delimitación: La problemática que se mantiene en consideración es que debido a la rotación que existe, muchos asesores que han ingresado recientemente suelen procesar mal la información y es por esto que existen quejas de los usuarios de las distintas empresas a las cuales se les presta servicios.

Evidente: La buena comunicación y el buen trato de los trabajadores hacia los jefes directos y viceversa, son los causantes de estímulos hacia nuestro personal, lo que nos ampara a la permanencia de los empleados en la empresa. A través de esto, se puede llegar a lograr un excelente ambiente laboral.

1.8 Objetivos de la investigación

Objetivo General

Desarrollar un plan de rotación de personal para la satisfacción de los clientes en la empresa Representaciones Serviportex del Ecuador Cía. Ltda. en la ciudad de Guayaquil.

Objetivos Específicos

- Investigar con bases teóricas en los procesos de rotación del personal y satisfacción de los clientes.
- Establecer los procesos de rotación de personal que utilizan en la empresa Representaciones Serviportex del Ecuador Cía. Ltda. de la ciudad de Guayaquil.
- Elaborar un plan de rotación de personal dirigido a los colaboradores de la empresa Representaciones Serviportex del Ecuador Cía. Ltda. de la ciudad de Guayaquil.

1.9 Preguntas de Investigación

1. ¿Qué autores se basan teóricamente en la administración con relación al servicio al cliente?
2. ¿Qué instrumentos utilizan los asesores en el servicio al cliente en call center de Representaciones Serviportex del Ecuador CIA LTDA?
3. ¿Cómo se desarrolla un plan de capacitación a la productividad del servicio al cliente en call center para aminorar la rotación del personal Representaciones Serviportex del Ecuador CIA LTDA?

1.10 Justificación de la investigación

El persistente crecimiento de las ofertas laborales en nuestro país, permite y autoriza que la empresa Representaciones Serviportex del Ecuador Cía. Ltda. empiece a instaurar políticas dentro de la empresa que permitan mejorar la productividad de los asesores que hacen parte de esta compañía, puesto que permanecemos en un mercado competitivo.

La rotación de personal en la compañía de Representaciones Serviportex del Ecuador es cada día aún más constante, este fenómeno en el ámbito laboral afecta el rendimiento, incrementar los costos y alterar la operatividad que demanda el adiestramiento del nuevo personal que ingresa a nuestra empresa, es por esto que éste plan de capacitación de mi proyecto de investigación busca identificar las causas de la rotación de personal, a partir de nuestra investigación diseñar un plan de capacitación para la Empresa de Representaciones de Serviportex del Ecuador para evitar este tipo de fenómenos en nuestra organización.

Se analizará el motivo por el cual se da este problema en nuestra empresa, la consecuencia y analizaremos la mejor solución, esto nos ayudará para que el diseño de nuestro plan de capacitación sea exitoso. Ya que por el motivo de la rotación del personal se ha tenido malas experiencias con nuestros diferentes clientes, la atención al cliente debe conseguir un asesoramiento para poder producir mejorías y eficacia en nuestro puesto encargado.

De esta misma manera que nuestros clientes sepan que para nosotros es importantes mejorar el servicio para ellos a fin de brindar una mejor atención y servicio, porque cuando se recibe una mejor atención y se conoce de los procesos ellos quedan satisfechos y recomendaran nuestra atención por lo tanto obtendremos reconocimiento de parte de nuestros supervisores. Se brindarán capacitaciones con mejor capacidad de aprendizaje, con prácticas presenciales para conocer el procedimiento de mejor manera, esto ayudará a nuestro personal a beneficiarse de manera que evitarán conseguir un empleo mucho “más fácil”, Asimismo, se incrementará la calidad de nuestro trabajo, se activará la toma de decisiones y se darán las resoluciones a los problemas sin ninguna mala consecuencia. Cómo lo mencionamos anteriormente laborar en un ambiente saludable en el que podamos estar sin ninguna anomalía hacía los empleados en el que sientan que son integrados al área, con buenos tratos, también es parte de nuestro plan de capacitación para la mejoría de nuestra empresa de Representaciones Serviportex del Ecuador Cía. Ltda.

Ya que tenemos entendido que la clave del éxito es poder obtener experiencia con base en la buena comunicación y crear un vínculo de amistad y buena relación a manera de crear confianza con nuestros clientes demostrando empatía, además de paciencia y aptitud para que el cliente se lleve consigo que estamos satisfaciendo sus necesidades.

1.11 Viabilidad de la Investigación

Mi presente proyecto de investigación se basa en una investigación de técnicas para identificar la problemática que presente la empresa de Representaciones Serviportex del Ecuador CIA LTDA. Se plantea el presente proyecto para determinar y detallar un plan de capacitación que ayude a la mejora del desempeño de los colaboradores de dicha empresa en mención.

El objetivo principal es desarrollar un plan de rotación de personal para la satisfacción de los clientes en la empresa Representaciones Serviportex del Ecuador Cía. Ltda. en la ciudad de Guayaquil de manera que permita indagar y tener en consideración la idea de nuestro plan a implementar en la empresa lo que se haya investigado de manera que sea factible.

Es de suma importancia que este proyecto se implemente y se lleve a la práctica para la satisfacción de los clientes y también de los empleados de la empresa de Representaciones Serviportex del Ecuador CIA LTDA, puesto que hay que ingerir la viabilidad de la investigación para que facilite los puntos de referencias y que éstos ayuden a cumplir las condiciones en lo que llevará llevar a cabo este proyecto de investigación.

Continuamente se detallará los tipos de viabilidad que van de acuerdo al proyecto de nuestra investigación a desarrollar:

Viabilidad técnica:

Se ha llegado a solicitar implantar y evaluar los instrumentos que se vayan a utilizar y que sean fundamentales para que nuestros clientes se sientan satisfechos y de acuerdo con el servicio que brinda nuestra empresa a investigar y que se pueda notar el mejoramiento del plan de capacitación conforme a la calidad de servicio que se promete brindar a nuestros potenciales clientes. Así mismo acerca de la capacitación idónea, la cual se ha tomado en cuenta la epistemología para la mejoría en el área del ambiente laboral llegando a generar confianza entre los subordinados y los jefes directos lo cual origina ventajas para nuestra empresa.

Viabilidad económica:

Esta formulación es probable que se pretenda realizar e implantar el plan de capacitación y planteamiento también es probable que se procure realizar estrategias que se refieran a emplear e invertir en organización que permita colocar en procedimiento el entendimiento de adquirir los elementos que faltan ejecutar y en su momento puedan plantear un buen servicio de calidad cumpliendo los objetivos que se han planificado.

Se espera que todo el plan de capacitación en un tiempo establecido, en el cual se detallará la calidad del servicio al cliente para así obtener excelentes resultados en el cierre de brechas del mes durante el proceso de las estrategias.

En esta investigación se puede reflejar que, sí es posible ponerla en práctica ya que se va a desarrollar algo netamente necesario para planificar y mejorar una serie de problemas que realmente afectan a la compañía, este proyecto nos ayudará facilitando resultados verdaderamente fortuitos, esto conlleva a la aprobación de excelentes beneficios con la razón de lograr la aprobación que la empresa de Representaciones Serviportex del Ecuador Cía. Ltda. verdaderamente necesita.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes históricos

Rotación de personal

La rotación del personal es la manifestación que se da a causa de las salidas del personal que forma parte de una organización, la misma ocurre a raíz de distintas perspectivas, llegando a ser negativamente una razón para incrementar costos en nuestra empresa.

Para la organización, cuando uno o más colaboradores son separados de la empresa o en su defecto, ellos deciden retirarse de la compañía por voluntad propia, ya que esto conlleva a efectuar nuevas contrataciones y conservar una plaza de colaboradores sin rendimiento mientras ocurre esto.

En cambio, puede acontecer que un colaborador opte o sea escogido hacia un lugar con más atribuciones y mayor categoría de compromiso. La rotación del personal es inevitable en las organizaciones, el círculo “vicioso” de toda empresa radica en el cambio de funciones, variantes en los procesos hasta los colaboradores, no se puede considerar sólo como una inconveniente ante las demás organizaciones, al contrario, éste puede llegar a ser el mayor indicador de rentabilidad y rendimiento por parte de los colaboradores.

(Chiavenato, 2007) indica que, la rotación de personal es el número de personas que salen de la organización de carácter voluntaria e involuntaria, por causas externas o internas en un

periodo de tiempo determinado el cual puede ser calculado o resuelto de forma científica y objetiva.

Es por este motivo, que estos se obtienen a partir de datos cuantitativos, los mismos que están establecidos por el alto índice de rotación de personal. Además, que, se debe tomar en consideración que las personas que se retiran de la empresa normalmente son por causas externas como mejores ofertas laborales o un incremento profesional.

Las rotaciones internas se efectúan por las reestructuraciones en la empresa, bajo rendimiento, malos entendidos entre el personal, etc.

Según (Chiavenato, 2007) el término rotación de recursos humanos o rotación del personal, se utiliza para conceptualizar la fluctuación del personal entre una compañía y su ambiente laboral, es decir, el cambio de colaboradores entre la empresa y el ambiente es definido por el incremento de personas que ingresan y se retiran de la organización.

Para (Arias, Fidias G., 2006) la rotación es el ingreso y el egreso de personas en la organización. Se comprende por fluctuación de personal a la relación que se instaura entre un grupo de personas que ingresan y salen de nuestra empresa, de manera involuntaria o viceversa, además se entiende como el conjunto de alteración de los puestos de trabajo de entrada y salida.

Se entiende normalmente como una relación mediante una relación en el transcurso de cierto tiempo y se convierte en un indicador de movilidad de los empleados en el mercado laboral.

De igual manera, se expresa en índices mensuales y anuales para permitir realizar confrontaciones, desarrollar exámenes y fomentar acciones para la mejoría.. La rotación del personal es

uno de los inconvenientes que hoy en día aqueja a directivos de grandes empresas y mucho más al área de Talento Humano, esto debido a la intensidad de salidas y renuncia intempestivas del personal, ocasionan la necesidad de provocar la necesidad de ayudarlos por medio del ingreso de nuevo personal.

En otras palabras, las desvinculaciones de los trabajadores que se alejan de la empresa tienen que ser compensadas a través de nuevas admisiones de empleados, para que se mantenga el nivel de recursos humanos en proporciones adecuadas y satisfactorias para la manipulación y capacitaciones en los sistemas. Al abundante porcentaje de las entradas y salidas del personal se les da el nombre normalmente, de rotación de personal en las organizaciones.

La rotación de personal va de la mano, con la complacencia laboral o satisfacción del personal y ésta a su vez con la motivación y satisfacción profesional entendida como el grado de bienestar y satisfacción que experimentan los colaboradores como principal motivo de su trabajo y la cual está constituida por todos los factores capaces de inducir, conservar y administrar la conducta hacia un objetivo, por lo que es considerado como el principal motor que conduce a una persona a preferir y realizar una acción entre las alternativas que se presentan en determinadas ocasiones.

Es demasiado notorio que hay mucho desconocimiento de los subordinados de la empresa, por lo cual nosotros debemos conocer qué es lo que los llega a motivar. Se espera y estima que las organizaciones sepan invertir en esto, ya que, si no al final se consumen fondos en otros aspectos y por otros motivos, como en costos de rotación, trabajadores que no rinden totalmente, o más cursos de capacitaciones. La rotación de personal para una empresa, es normalmente, un índice

significativo de eficiencia con la que se están desempeñando las diferentes funciones del personal, por segmento de los máximos líderes de dicha empresa.

La cantidad de la rotación pueden calcularse en común al porcentaje de las separaciones. Es decir que la rotación del personal se indica y se entiende como el movimiento de trabajadores de la empresa que entran y salen en determinadas temporadas. Los tratadistas, con mucha frecuencia llegan a mencionar como uno de los principales factores que originan el quebranto en los altos índices de elaboración y eficiencia de establecimientos, teniendo en cuenta el mantener muy común el compás entre los empleados que llegan a competir.

En base a lo que mencionan los expertos, en la administración de los empleados han obtenido el resultado que la sustitución de un trabajador consume mucho tiempo y dinero. La preponderancia de la satisfacción en la gestión, la retribución monetaria, desarrolla en los colaboradores los siguientes puntos: compañerismo, certeza y motivación por que se desarrollan de la mejor manera posible en su sitio de trabajo, generando así una superior elaboración y frecuencia de mejoría en la organización. La rotación del personal causa costos a las empresas en el reclutamiento y el adiestramiento.

Además, a los empleados de la empresa, el cambio de puestos tan inesperado les puede truncar la posibilidad de crecimiento y el desarrollo profesional dentro de la organización, es por tal motivo que se puede llegar a estancar el ayudante en su sitio de trabajo y no rendir del mejor modo.

Satisfacción del cliente

La disposición del servicio es el grado de conformidad de los atributos y características de un servicio relación a las expectativas del consumidor, o a lo que el usuario espera que va a acontecer o desean en una situación. Es el resultado de la evaluación realizada por el usuario mediante la comparación entre lo que los clientes perciben de la prestación del servicio y lo que éstos esperaban; es decir, de la satisfacción de las expectativas del mismo. (Sancho, 1998)

Por lo anterior, muchas metodologías usadas para medir la calidad en servicios se basan en la discrepancia entre la equivalencia de las expectativas del usuario y el valor de las percepciones del propio. En un sentido extenso la satisfacción, según numerosos autores es el acatamiento de las expectativas del usuario, la satisfacción es un concepto psicológico, que en un sentido básico implica el sentimiento de bienestar y placer por obtener lo que se desea y espera de un producto o servicio. (Sancho, 1998)

Por esto, los niveles de satisfacción del usuario es una forma directa de calcular la satisfacción de las expectativas, necesidades y deseos de los usuarios. De lo antepuesto, se deduce la estrecha correspondencia entre la disposición del servicio y la satisfacción del cliente.

La satisfacción del cliente es el primordial criterio cuando se trata de establecer la calidad del producto o servicio, y es clave para la perdurabilidad de la empresa dado que influye en la decisión del cliente de repetir en la experiencia del servicio y su consecuencia multiplicador en términos de comunicación “boca en boca”. (Pizam Abraham, Ellis Taylor, 1999)

La satisfacción no es un semejante de fidelidad. La lealtad significa que estamos dispuestos a ofrendar al menos por un tiempo nuestros intereses, debido a que el éxito de la correspondencia se basa en el largo plazo, siendo más significativo esto, que cualquier beneficio inmediato. (Kotler Phillip, 2000). Para Kotler, la satisfacción está ligada muy a raíz de la forma en la que el consumidor se siente en un determinado momento.

Poder medir la satisfacción de nuestros clientes y empleadores es enriquecedor para nosotros los colaboradores de la empresa, pero esto no se debe convertir en la herramienta central. La mayoría de las veces, las personas que manifiestan estar satisfechas con el producto o servicio no compran nuevamente, puesto que ellos pueden hallar otra marca o atención más valiosa, económica, y que sea de su agrado.

Según (Kotler Phillip, 2000), son los principios básicos para el buen servicio al cliente: Conocimientos: se debe poseer conocimiento de qué, cómo, dónde, quién y por qué hace.

En cuanto a la habilidad, se puede hacer la preparación continua de las personas a través de la formación, el equilibrio de los aspectos de comportamiento y de información. El complemento de esta formación es, que todos deben estar al tanto la empresa en la cual trabajan, saber sus metas de su labor, productos y servicios. (Kotler Phillip, 2000).

Relacionamiento: la correspondencia entre el que sirve y quién ha de ser servido es basada en criterios objetivos “gana-gana”, los dos deben salir ganando. Vía las relaciones interpersonales se pueden crear las condiciones para una buena percepción de los intereses de ambas partes. (Kotler Phillip, 2000)

De esta manera, es probable llegar respetar al cliente y poder ayudarlo a identificar de mejor manera sus necesidades. Compromiso: a través del compromiso, la gente puede hacerse cargo de los objetivos, planificaciones y cumplir con plazos y metas; de la confiabilidad: la atención. (Kotler Phillip, 2000)

Para los autores que han sido mencionados anteriormente, la satisfacción del cliente se lleva a cabo cuando se cumplen y llenan las expectativas del mismo, es decir, para satisfacer a los clientes es fundamental estar al tanto y conforme a sus expectativas, para poder brindarles un servicio adecuado, un buen servicio de calidad.

Mientras más grande llegue a ser la acomodación y de superior calidad, así mismo llegará a ser el servicio relacionando su satisfacción; este último es el estado final obtenido cuando existen confirmaciones o des confirmación entre las expectativas y percepciones para la compensación del servicio con mejoría.

Es decir, que la buena calidad es el primer paso y que llega a realizarse la satisfacción del usuario y del servicio, que es el resultado de la calidad de una excelente atención.

Otros especialistas establecen ciertas distinciones entre satisfacción del cliente y calidad en el servicio. Por ejemplo, (Lovelock, Huete, & Reynoso, 2010), la satisfacción es un concepto amplio, y la calidad es un mecanismo de la satisfacción del consumidor, en la cual conjuntamente de poner en antecedentes la disposición del producto, participan otros componentes como el precio, suceso y factores personales, esta última pensamiento fue corroborada también por (Brea & González, 2006), en su estudio sobre el servicio en el turismo termal, en el cual concluye que la calidad no es único elemento determinante de la satisfacción.

Igualmente, para (Morales & Hernandez, 2004) La satisfacción la asocian a la simple impresión de satisfacción, condicionada por un doble enfoque humana: utilitarista y hedonista

2.4 Variables Conceptuales de la investigación

Variable independiente: Rotación del personal.

Dentro de la dinámica organizacional, entra la rotación de personal o también considerado “turnover”, en ocasiones es importante que haya rediseño en la estructura empresarial o se realicen cambios en la empresa que ameriten nuevos ingresos y egresos. (Horst Knapp, 1976)

Según (Chiavenato, 2007) define a la rotación del personal como:

“El término rotación de recursos humanos se utiliza para definir la fluctuación de personal entre una organización y su ambiente; esto significa que el intercambio de personas entre la organización y el ambiente se define por el volumen de personas que ingresan en la organización y de las que salen de ella. En general, la rotación de personal se expresa mediante la relación porcentual entre las admisiones y los retiros, y el promedio de trabajadores que pertenecen a la organización en cierto periodo. Casi siempre la rotación se expresa en índices mensuales o anuales, con el fin de realizar comparaciones, elaborar diagnósticos, dictar disposiciones o establecer predicciones.”

Variable dependiente: Satisfacción de los clientes

Según (Rico, 1998) la satisfacción de los clientes es:

La satisfacción es un estado de ánimo que crea agrado y complacencia por la realización completa de las necesidades y expectativas creadas. El estado de ánimo de los clientes surge como producto de relacionar la necesidades y expectativas versus el valor y los rendimientos percibidos.

La satisfacción de los clientes es la respuesta del consumidor promovida por factores cognitivos y afectivos asociada posterior a la compra del producto o servicio consumido. (Mano; Oliver, 1993).

2.5 Definiciones Conceptuales

2.5.1 Asequible

Adjetivo que significa 'que se puede conseguir o adquirir': «El objetivo de este nuevo centro de Cáritas [...] es ofrecer a los ancianos un alojamiento asequible a su economía». (Real Academia Española., 2001)

2.5.2 Capacitación

La capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos. (Chiavenato, 2007)

2.5.3 Capital humano

El capital humano como el conjunto de las capacidades productivas que un individuo adquiere por acumulación de conocimientos generales o específicos. (Becker, 1964)

2.5.4 Cliente

La palabra cliente proviene del griego antiguo y hace referencia a la «persona que depende de». Es decir, mis clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que mi empresa puede satisfacer. (Barquero José, 2007)

2.5.5 Desempeño laboral

(Faria, 1995) considera el desempeño laboral como el resultado del comportamiento de los trabajadores frente al contenido de su cargo, sus atribuciones, tareas y actividades, depende de un proceso de mediación o regulación entre él y la empresa. En este contexto, resulta importante brindar estabilidad laboral a los trabajadores que ingresan a las empresas tratando de ofrecerles los más adecuados beneficios según sea el caso, acorde al puesto que va a ocupar. De eso depende un mejor desempeño laboral, el cual ha sido considerado como elemento fundamental para medir la efectividad y éxito de una organización. La estabilidad laboral genera a la persona tranquilidad, salud, motivación y buen estado emocional.

2.5.6 Eficiencia

Expresión que se emplea para medir la capacidad o cualidad de actuación de un sistema o sujeto económico, para lograr el cumplimiento de objetivos determinados, minimizando el empleo de recursos. (Andrade, 2005)

2.5.7 Gestión

Gestión o administración se refiere a la coordinación de actividades de trabajo, de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas, lo cual se convierte en el objetivo principal de toda gestión. (Robbins & Coulter, 2005)

2.5.8 Incentivos

Es la recompensa total, que abarca los aspectos financieros y no financieros, condicionada a la medición del resultado de un trabajo o a la observancia de ciertas normas de conducta. (Town, Wholey, Kravetski, & Dowd., 2004)

2.5.9 Productividad

Según (Nuñez, 2007), el concepto de productividad ha evolucionado a través del tiempo y en la actualidad son diversas las definiciones que se ofrecen sobre la misma, así mismo de los factores que la conforman, sin embargo, hay ciertos elementos que se identifican como constantes, estos son: la producción, el hombre y el dinero.

La producción, porque en definitiva a través de esta se procura interpretar la efectividad y eficiencia de un determinado proceso de trabajo en lograr productos o servicios que satisfagan las necesidades de la sociedad, en el que necesariamente intervienen siempre los medios de producción, los cuales están constituidos por los más diversos objetos de trabajo que deben ser transformados y los medios de trabajo que deben ser accionados.

2.5.10 Rotación del personal

“Es la fluctuación entre una persona y su ambiente; esto significa que el intercambio de personas que existe entre la organización y el ambiente se define por el volumen de personas que ingresan en la organización y el de las que salen de ellas.” (Chiavenato, 1999)

2.5.11 Satisfacción

“En un sentido amplio la satisfacción, según numerosos autores es el cumplimiento de las expectativas del usuario, la satisfacción es un concepto psicológico, que en un sentido básico implica el sentimiento de bienestar y placer por obtener lo que se desea y espera de un producto o servicio.” (Sancho, 1998)

2.5.12 Servicio

Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico. (Philip, Paul, & Hayes, 2004)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Datos de la Empresa

Nombre De La Empresa: Representaciones Serviportex Del Ecuador Cía. Ltda.

Nombre Comercial: Partners Group

Fecha De Constitución: 11/09/2000

Registro Único Del Contribuyente: 1791728432001

Objeto Social: Servicios Telefónicos de Atención al Cliente

Representaciones Serviportex Del Ecuador Cía. Ltda. es una empresa del sector empresa con oficinas en la ciudad de Guayaquil, provincia de(l) GUAYAS. Representaciones Serviportex Del Ecuador Cía. Ltda. Cuenta con oficinas en otras ciudades del Ecuador. La empresa Representaciones Serviportex Del Ecuador Cía. Ltda. se dedica a actividades de centros que realizan llamadas, usando técnicas similares, para vender o promocionar bienes o servicios a clientes potenciales, realizar estudios de mercado o encuestas de opinión pública y actividades similares para los clientes.

3.2 Visión

Ser la empresa líder en soluciones de Call Center innovadoras, eficientes y efectivas que nos permitan convertirnos en verdaderos socios comerciales y de negocio para nuestros clientes

3.3 Misión

Ofrecer un servicio integral de Call Center que supere las expectativas de nuestros clientes a nivel nacional mediante soluciones personalizadas, un equipo humano altamente capacitado y motivado, el mejor respaldo tecnológico y excelencia en el servicio.

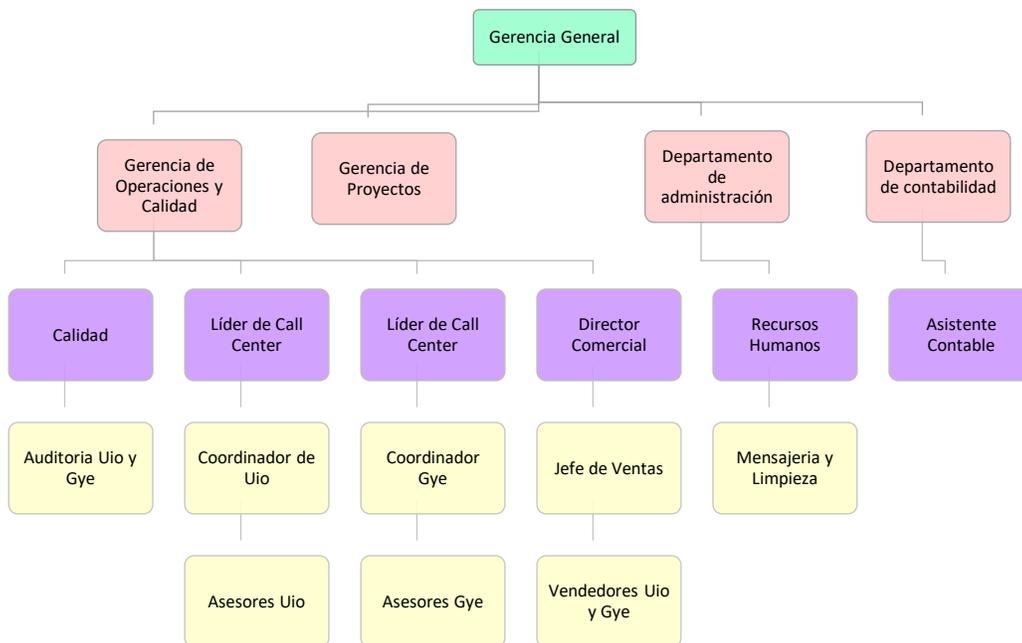
3.4 Logo de la empresa

Figura 1. Logotipo Serviportex del Ecuador Cía. Ltda. Partners Group



3.5 Organigrama:

Figura 2. Organigrama de Serviportex del Ecuador Cía. Ltda.



3.6 Descripción de actividades de los trabajadores

Supervisor: guía, líder, orientador y conductor que lleva al equipo de trabajo a conseguir los objetivos propuestos por la empresa.

Analista de Calidad: realiza el monitoreo de llamas, la evaluación de las llamadas y posteriormente el análisis de resultados, da feedback a los operadores, la calibración con la operación y con el cliente contratante en caso de que exista.

Asesores Telefónicos: brinda asesoría y atención personalizada, a través de un servicio de calidad, despejar dudas de los clientes; dar solución efectiva y de forma ágil a los problemas o solicitudes del cliente.

3.7 Valores de la empresa:

Los valores de la empresa Representaciones Serviportex del Ecuador son el apoyo constante para el desarrollo de los procedimientos de banco, puesto que con el ingreso de personal nuevo debilita el conocimiento de los mismos. Solventar las dudas de nuestros clientes mediante nuestro servicio de calidad, además de la honestidad y la responsabilidad.

3.8 Políticas de la Empresa

- i. Toda acción en la oferta del producto debe estar direccionada a lograr la satisfacción en el cliente, en cuanto a calidad, tiempo y precio.
- ii. Explicar al cliente las características, beneficios de utilizar los productos, el mismo que recibirá un trato cordial y amable, personalmente.
- iii. Abstenerse de realizar cobros que no hayan sido informados con anterioridad y pactados entre la empresa y el cliente.
- iv. Ofrecer el producto en las condiciones establecida o pactadas con el cliente.
- v. Brindar información veraz, precisa, oportuna y verificable, que permita al cliente la adecuada comparación de las diferentes opciones de productos ofrecidos
- vi. El cliente tendrá el derecho de exponer cualquier observación por escrito, la cual será analizada y corregida según el caso para mejorar el servicio.
- vii. Se realizará un seguimiento a los clientes con el fin de conocer si se logró obtener su satisfacción o no, con el producto ofrecido.
- viii. Escuchar y captar atentamente las necesidades de los clientes.

3.9 Diseño de la investigación

(Kerlinger, 2002) sostiene que generalmente se llama diseño de investigación al plan y a la estructura de un estudio. “Es el plan y estructura de una investigación concebidas para obtener

respuestas a las preguntas de un estudio”. En ese sentido, el diseño de investigación señala la forma de conceptualizar un problema de investigación y la manera de colocarlo dentro de una estructura que sea guía para la experimentación (en el caso de los diseños experimentales) y de recopilación y análisis de datos. En efecto, que se entiende sobre un plan, estructura y estrategia de la investigación.

- i. Plan: se entiende como un esquema general o programa de la investigación.
- ii. Estructura: paradigma llamado también modelo de las operaciones viables.
- iii. Estrategia: métodos para recopilar y analizar los datos, para dar una respuesta a la pregunta de estudio.

(Arnau, 1995) define el diseño de investigación como un plan estructurado de acción que, en función de unos objetivos básicos, está orientado a la obtención de información o datos relevantes a los problemas planteados. Así, el diseño de una investigación se entiende como el plan de actuación que permitirá al investigador recoger los datos para solucionar el problema de su investigación.

Para elaborar este plan, el investigador deberá tomar una serie de decisiones. Por ejemplo: decidirá cómo seleccionará la muestra, el número de grupos con los que va a trabajar, la manera en que formará los grupos, el número de observaciones que se registrará de cada unidad, la forma en que se medirán las variables, los controles que se aplicarán sobre el fenómeno que quiere estudiar, etcétera.

Diseño documental

El diseño documental, es una variable de la investigación científica, cuyo objetivo fundamental es el análisis de diferentes fenómenos (de orden histórico, psicológico, etc.) de la realidad a través de la indagación exhaustiva, sistemática y rigurosa, utilizando técnicas muy precisas; de la documentación existente que directa o indirectamente, aporte la información atinente al fenómeno que estudiaremos. (Ramirez, 1999)

Tabla 2. Prototipo

Exploratoria	Explicativa	Descriptiva	Correlacional
<p>“Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes.” (Sampieri, 2000)</p>	<p>Las investigaciones explicativas son más estructuradas que los estudios con los demás alcances y, de hecho, implican los propósitos de éstos (exploración, descripción y correlación o asociación); además de que proporcionan un sentido de entendimiento del fenómeno a que hacen referencia. (Sampieri, 2000)</p>	<p>La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. (Arias, 2006)</p>	<p>Este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular. En ocasiones sólo se analiza la relación entre dos variables, pero con frecuencia se ubican en el estudio vínculos entre tres, cuatro o más variables. (Sampieri, 2000)</p>

Elaborado por Cornejo Demi (2021)

Durante el desarrollo del presente proyecto, se utilizó la investigación exploratoria, y obtuve información importante y relevante a través de la utilización de encuestas y entrevistas hacia las personas involucradas en la problemática de este proyecto

3.10 Población

Según (Tamayo, 2012), la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación.

3.11 Población finita

Cuando el número de elementos que la forman es finito, por ejemplo, el número de alumnos de un centro de enseñanza, o grupo clase. Población infinita: cuando el número de elementos que la forman es infinito, o tan grande que pudiesen considerarse infinitos. Como por ejemplo si se realizase un estudio sobre los productos que hay en el mercado. Hay tantos y de tantas calidades que esta población podría considerarse infinita. (Castro, 2003)

3.12 Población infinita

Es aquella en la que se desconoce el total de elementos que la conforman, por cuanto no existe un registro documental de éstos debido a que su elaboración sería prácticamente imposible. (Arias, Fidias G., 2006).

Tabla 3. Universo

Elementos	Cantidad
Gerente General	1
Analista de Calidad	2
Reclutadores	5
Clientes potenciales	10

Elaborado por Cornejo D. (2021)

3.13 Muestra

La muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible. (Arias, Fidias G., 2006)

3. 14 Tipos de Muestra

3.14.1 Muestreo aleatorio simple

Este método se aplica principalmente en investigaciones sobre poblaciones pequeñas. Cada individuo tiene una posibilidad igual de ser elegido para el estudio. Se requiere una lista clasificada de las cantidades de la población que se quiere muestrear. Es el método probabilístico de elección en muestras más fácil y popular, por ende, en el hábito es difícil desarrollar requerido a un marco muestral y en excesivos casos no es viable alcanzarlos. Permite ser conveniente cuando las poblaciones son pequeñas y, por lo tanto, se cuenta con listados. Cuando las poblaciones son considerables, se escoge el muestreo en periodos. Se emplea en los estudios empíricos, así mismo, de ser un método básico como elemento de técnicas más difíciles.

3.14.2 Muestreo no probabilístico

El procedimiento no probabilístico es una técnica de muestreo que el medio de selección no es al predestinada, además que está demostrado en el proceso personal del investigador para llevar a cabo la preferencia de recursos correspondientes a la muestra. Esta obtiene muestras sin que todas las personas de la población poseen probabilidades iguales de ser seleccionados; esto acostumbra ser así porque está fuera de las probabilidades económicas y métodos del estudio conformase a una muestra probabilística.

3.14.3 Métodos de Investigación

Se dice que es una actividad asignada a la adquisición de un nuevo conocimiento o su práctica para la conclusión de problemas determinados, por medio de una técnica clara, comunicable y repetible. Permite brindar a distintas zonas del conocimiento humano, y compromete diferentes tipos de razonamientos según el método de investigación seleccionado.

3.14.4 Método Estadístico

Se utilizará este método estadístico, debido a que dedica estrategias convenientes para la función de explicación de las reseñas cualitativas conseguidos del comercio, mediante al uso de datos tiene como conclusión la evidencia. Es un ámbito de la objetividad excesivamente de resultados confirmados logrados de la hipótesis normal de la investigación, la demostración que usan los procedimientos del método estadístico brota desde del proyecto investigación estudiado para el control de la consecuencia verificable en argumento.

3.14.5 Método Análisis y Síntesis

El método análisis y síntesis, diferencia las características del problema en el comercio alcanzando, analizar, estudiar e investigar organizando cada una de ellas, con el objetivo de encontrar soluciones apropiadas, visto que este método sirve para entender a fondo la objetividad con la que se aprovecha en la búsqueda, también ayudando a nuevos conocimientos. El Análisis es un procedimiento de transcurso que nos admite diferenciar en los grados diferentes y apego incoherentes. Debido a que un estudio se obtiene descubrir desde donde comiéntala duda. Síntesis se entiende por la estructura de un todo por unión de sus partes o elementos.

3.14.6 Método Inductivo

Se alcanzará plantear una posibilidad, al igual que desea la conclusión del problema desarrollado, gracias a la principal fase de observación, estudio y organización de los hechos elaborados, visto que este método por lo común se basa en analizar, examinar creando actividades con el simple fin de lograr un resultado común y determinación similar, en otros términos, este procedimiento comienza por la reseña terminando en una hipótesis. En su importancia de técnica de investigación, la incitación se comprende como procedimiento del análisis práctico de los elementos de manera que divide de hechos excelentes se lleva a propuestas generales. En el procedimiento aparente del conocimiento, la incitación se muestra constantemente incorporada a la conclusión. Se elabora una incitación de a modo resolver el problema.

3.14.7 Deductivo

Según (Gómez, 2004), el método deductivo consiste en la totalidad de reglas y procesos, con cuya ayuda es posible deducir conclusiones finales a partir de enunciados supuestos llamados premisas si de una hipótesis se sigue una consecuencia y esa hipótesis se da, entonces, necesariamente, se da la consecuencia. La forma suprema del método deductivo es el método axiomático.

3.16 Técnicas e Instrumentos de la investigación

Tabla 4. Procedimiento

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Entrevista	Formulario
Encuesta	Cuestionario

Elaborado por Cornejo Demi (2021)

3.16.1 Encuesta

La encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado. (Fuentes, 2004)

3.16.2 Entrevista

La entrevista es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional, con la que además de adquirirse información acerca de lo que se investiga. (Fuentes, 2004)

3.17 Procedimientos de investigación

Para plantear y reconocer las necesidades y expectativas de los clientes se elaborará un análisis de investigación, donde se formularán preguntas al Gerente por medio de la técnica de la entrevista de las que obtendremos respuestas abiertas sobre el problema a investigar en la empresa, obteniendo así valiosa información para solventar las dudas sobre la capacitación que se efectúa en la empresa.

3.18 Encuesta a Analista de Calidad, Reclutadores, Clientes Potenciales.

La encuesta será elaborada con diez preguntas que se enfocarán en la variable de rotación del personal, las preguntas serán son cerradas y de selección múltiple con el objetivo de sacar información breve y clara, las preguntas usadas en las encuestas se forman en fondo a las necesidades y expectativas por medio de un estudio en capacitación y motivación, etc. Asimismo, lograr que se cumpla datos concretos del criterio de los encuestados, y de esta manera examinarla y encaminarse a una solución excelente.

Las encuestas serán elaboradas a Analista de Calidad, Reclutadores y clientes potenciales de nuestro servicio al cliente en nuestra sede en la ciudad de Guayaquil.

3.18 Entrevista a Gerente General y Supervisor

Formulada con cinco preguntas, con opción a ser contestada de forma abierta, en otras palabras, el Gerente y el Supervisor va a considerar de expresarse con libre expresión. En esta se basa cómo podremos mejorar nuestra atención e incrementar la satisfacción de los clientes, ya que es fundamental para la empresa el control de la buena atención de nuestros colaboradores.

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.1 Aplicación de los Instrumentos de la Investigación

- ¿Has recibido constante capacitación de la empresa para poder mejorar los procesos?

Tabla 5. Frecuencia capacitación

	CANTIDAD	PORCENTAJE
A VECES	7	58
SIEMPRE	1	8
MUCHAS VECES	0	0
NUNCA	5	42

Elaborado por Cornejo D (2021)

Figura 3. Frecuencia capacitación



Elaborado por Cornejo D (2021)

Interpretación

Se puede observar que más de la mitad de los colaboradores manifiestan no haber recibido constante capacitación para la mejora de los procesos, podemos concluir que éste sería el principal factor que ocasiona la rotación del personal.

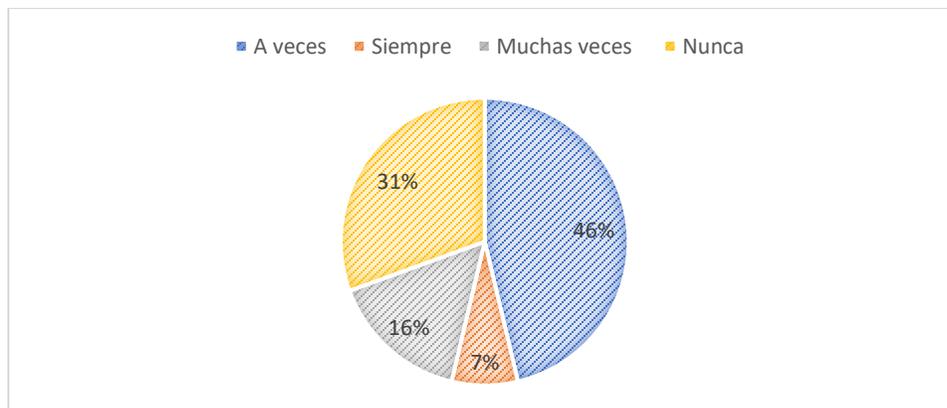
2. ¿Cree usted que existe buena relación supervisores-subordinados?

Tabla 6. Relación laboral

	CANTIDAD	PORCENTAJE
A VECES	6	50
SIEMPRE	1	8
MUCHAS VECES	2	17
NUNCA	4	33

Elaborado por Cornejo D (2021)

Figura 4. Relación laboral



Elaborado por Cornejo D (2021)

Interpretación

La mitad de los colaboradores exponen que se mantiene una buena relación entre los subordinados y los supervisores, mientras que un gran porcentaje de los mismos declaran que no la hay.

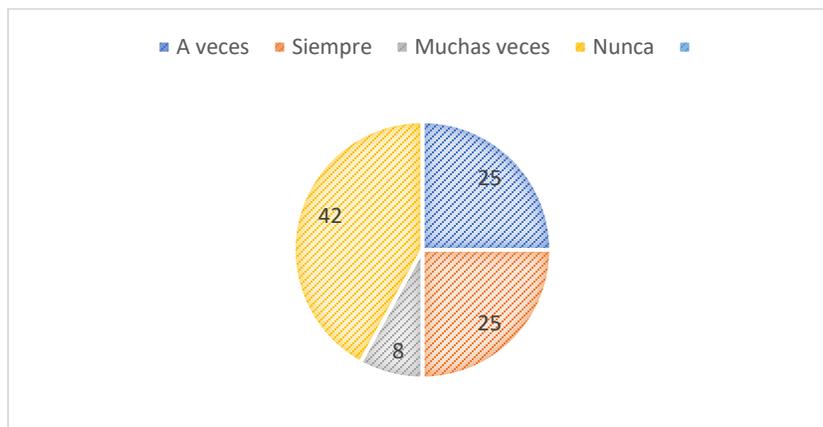
3. ¿Te encuentras en un clima laboral saludable para la gestión diaria?

Tabla 7. Ambiente laboral

	CANTIDAD	PORCENTAJE
A VECES	3	25
SIEMPRE	3	25
MUCHAS VECES	1	8
NUNCA	5	42

Elaborado por Cornejo D (2021)

Figura 5. Ambiente laboral



Elaborado por Cornejo D (2021)

Interpretación

El mayor número de colaboradores confiesan que no se mantiene un clima laboral saludable en la gestión diaria, esto nos indica que no hay motivación para los subordinados, por lo tanto, se concluye que es la principal causa de la salida de los colaboradores de la empresa.

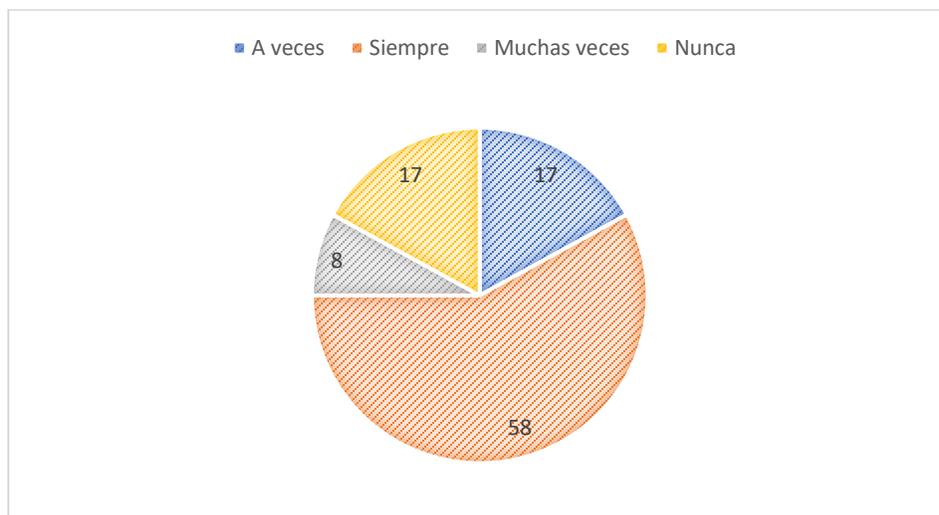
4. ¿Mantienes claramente definidas las funciones dentro de tu área?

Cuadro 7 Funciones establecidas dentro del área

	CANTIDAD	PORCENTAJE
A VECES	7	16.7
SIEMPRE	1	58.3
MUCHAS VECES	0	8.3
NUNCA	5	16.7

Elaborado por Cornejo D (2021)

Figura 6. Funciones establecidas dentro del área.



Elaborado por Cornejo D (2021)

Interpretación

Los colaboradores manifiestan que mantienen claras las funciones que deben desempeñar en las funciones diarias dentro del área de operaciones de call center, mientras que muy pocos confiesan que no tienen muy claras las funciones.

5. ¿Considera usted que la empresa motiva a su personal por los trabajos realizados?

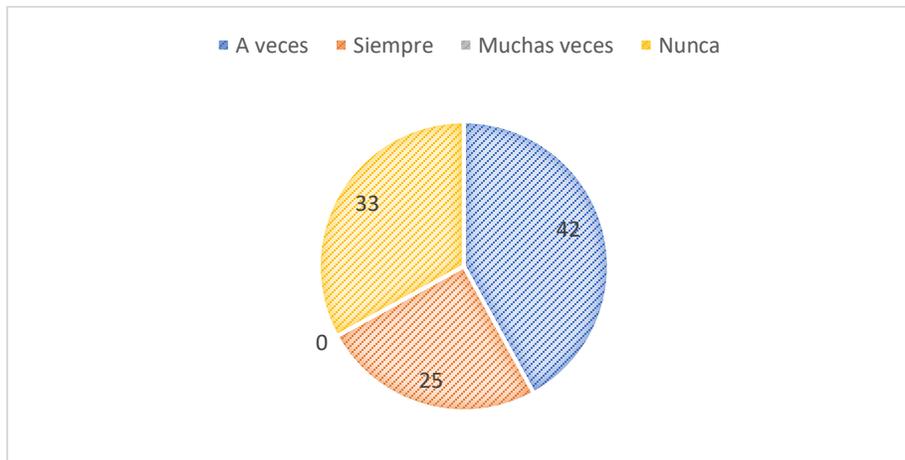
Tabla 8. Motivación del personal

Cuadro 8 Motivación del personal

	CANTIDAD	PORCENTAJE
A VECES	7	41.7
SIEMPRE	1	25
MUCHAS VECES	0	0
NUNCA	5	33.3

Elaborado por Cornejo D (2021)

Figura 7. Motivación del personal



Elaborado por Cornejo D (2021)

Interpretación

Los subordinados expresan que no consideran que la empresa motiva a su personal por los trabajos realizados en la gestión diaria de la empresa.

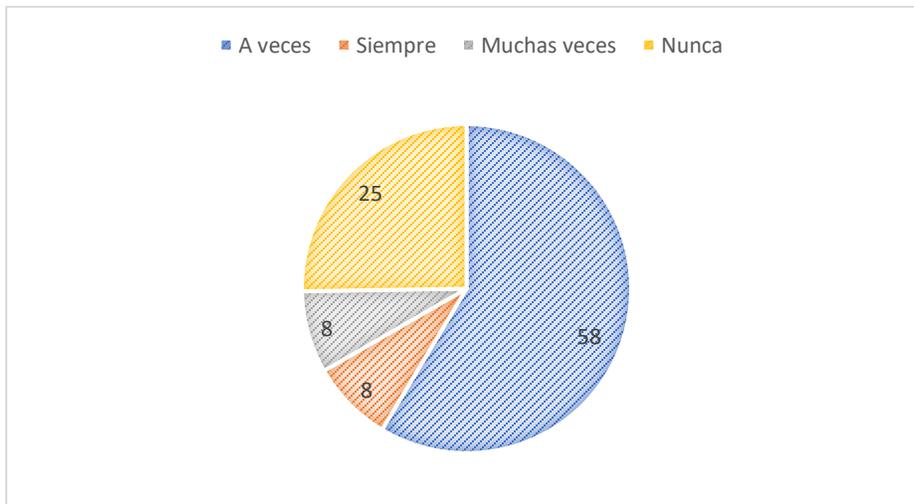
6. ¿Cree usted que la rotación del personal afecta directamente el desempeño de todo el personal?

Tabla 9. Rotación en el desempeño del personal

	CANTIDAD	PORCENTAJE
A VECES	7	58
SIEMPRE	1	8
MUCHAS VECES	0	8
NUNCA	5	25

Elaborado por Cornejo D (2021)

Figura 8. Rotación en el desempeño laboral



Elaborado por Cornejo D (2021)

Interpretación

La mayoría de los asesores telefónicos consideran que la rotación del personal en la empresa afecta directamente el desempeño de todo el personal que forma parte del equipo de operaciones.

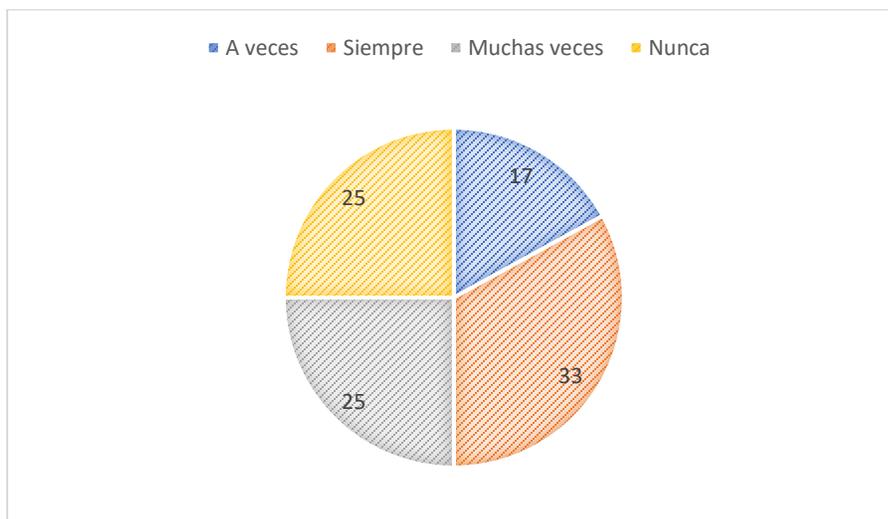
7. ¿Consideras que la respuesta en comunicación entre superiores y empleadores es inmediata para la supervisión de las funciones?

Tabla 10. Comunicación entre supervisores y asesores

	CANTIDAD	PORCENTAJE
A VECES	7	17
SIEMPRE	1	33
MUCHAS VECES	0	25
NUNCA	5	25

Elaborado por Cornejo D (2021)

Figura 9. Comunicación entre supervisores y asesores



Elaborado por Cornejo D (2021)

Interpretación

La mayoría de los asesores telefónicos expresan que consideran que la respuesta en comunicación entre superiores y empleadores es inmediata, mientras que existe un mismo número de colaboradores que consideran que no reciben respuesta inmediata.

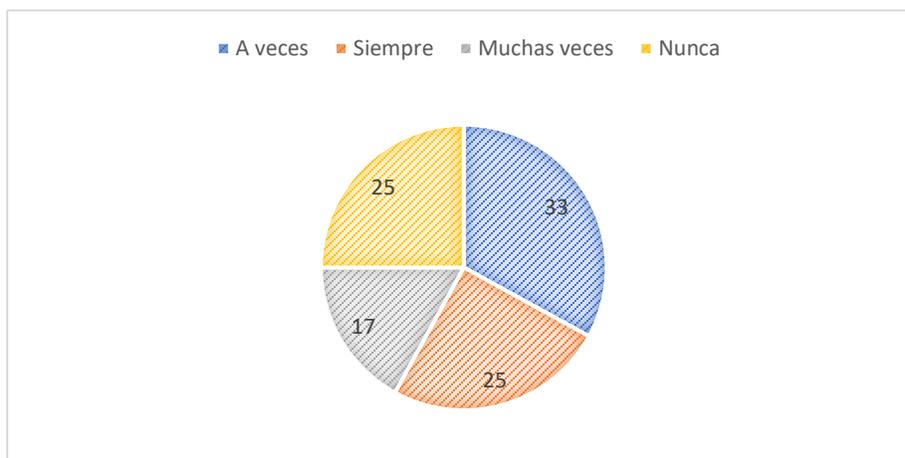
8. ¿Estimas que la manera en qué se evalúa al personal mensualmente es el correcto?

Tabla 11. Evaluaciones de desempeño

	CANTIDAD	PORCENTAJE
A VECES	7	33
SIEMPRE	1	25
MUCHAS VECES	0	17
NUNCA	5	25

Elaborado por Cornejo D (2021)

Figura 10. Evaluaciones de desempeño



Elaborado por Cornejo D (2021)

Interpretación

Los asesores telefónicos, en gran porcentaje consideran que “a veces” la manera en que se evalúa al personal mensualmente es el correcto. Mientras que existe un empate entre los subordinados que consideran que “siempre”, y “nunca” se califica de manera correcta al personal.

9. ¿Considera que los criterios de evaluación que se aplican para evaluar al mejor trabajador son los correctos?

Tabla 12. Criterios de evaluación de desempeño

	CANTIDAD	PORCENTAJE
A VECES	7	36.4
SIEMPRE	1	18.2
MUCHAS VECES	0	18.2
NUNCA	5	27.3

Elaborado por Cornejo D (2021)

Figura 11. Criterios de evaluación de desempeño



Elaborado por Cornejo D (2021)

Interpretación

El personal de atención al cliente de nuestra empresa interpreta, en gran porcentaje, que a veces considera que los criterios de evaluación que se aplican para evaluar al mejor trabajador son los correctos.

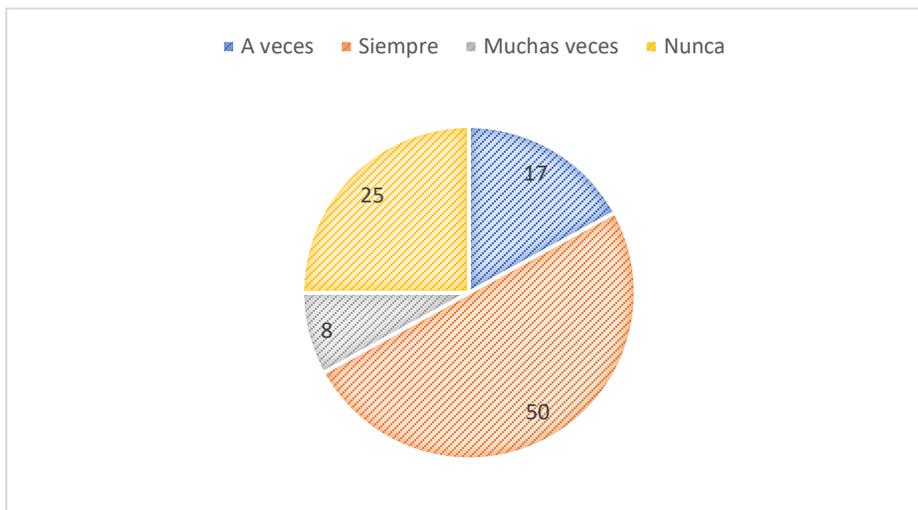
10. ¿Considera usted que la atención brindada por usted a los clientes es la adecuada?

Tabla 13. Atención al cliente

	Cantidad	Porcentaje
A veces	7	17
Siempre	1	50
Muchas veces	0	8
Nunca	5	25

Elaborado por Cornejo D (2021)

Figura 12. Atención al cliente



Elaborado por Cornejo D (2021)

Interpretación

La gran mayoría del personal de atención al cliente consideran que la atención brindada por ellos, a los clientes, es la adecuada.

Entrevistas Realizadas Al Gerente Y Supervisor

Tabla 14. Entrevistas

Formulario	Gerente	Supervisor
<p>¿Cómo la empresa representaciones serviportex del Ecuador se capacitó para incrementar la satisfacción de los clientes?</p>	<p>Nuestros clientes, tanto Banco Pichincha, BGR, Duragas, less Citas implementan sus capacitadores que son los que brindan información sobre la gestión que debemos tener, muy aparte de capacitadores de nuestra empresa que brindan su apoyo para nuestros nuevos integrantes de la empresa.</p>	<p>Nuestra empresa constantemente realiza evaluaciones mensuales para calcular la calidad de la atención de nuestros empleados.</p>
<p>¿Considera que los clientes (las grandes empresas) a las que se brindan los servicios de call center, están satisfechas con la atención brindada por nuestro personal?</p>	<p>Considero que nos falta bastante, tenemos problemas de empatía, mala información brindada, errores de operación, por lo tanto, cuando las grandes empresas vengan a evaluarnos tendremos que tomar muy en cuenta esto</p>	<p>Creería que si, ya que nuestro personal se encuentra capacitado para la operación</p>
<p>¿Cómo calificarías el servicio de nuestros asesores de call center de la empresa de representaciones serviportex del Ecuador S.A. Ltda?</p>	<p>Nuestro servicio es regular, como indicaba anteriormente tenemos muchos errores operativos que muchas veces cuestan los puestos de trabajos.</p>	<p>El servicio de los chicos es bueno, muchas veces hay confusión con los procedimientos, pero creo que debería haber capacitaciones, clases...</p>
<p>¿Cree usted que el personal se encuentra perfectamente capacitado para solventar</p>	<p>Considero que la información está brindada a nuestros chicos de Serviportex, pero</p>	<p>Si, los chicos saben ejecutar la operación, su gestión es buena,</p>

dudas de los clientes que se comunican a los servicios de call center de la empresa de representaciones serviportex del Ecuador cía Ltda?

implementaría capacitación pero tienen todavía ciertos mensualmente que sea errores... evaluada para mejorar procesos

¿Considera usted que nuestros asesores de atención al cliente de call center se encuentran capacitados correctamente para la operación?

¡¡¡Yo tengo la certeza que nuestro personal está para dar mucho más!!! Todo es cuestión de un plan de capacitación y mucho empeño por parte de ellos...

¡Las capacitaciones normalmente son cortas, ellos aprenden una vez en la gestión y esa es la falla! Aprenden los procedimientos por si solos muchas veces, cuando no debería ser así

Elaborado por Cornejo Demi (2021)

Interpretación

En la entrevista con el supervisor se pudo constatar que, según él, el equipo de operaciones constituido por los asesores de atención al cliente de call center, se encuentra correctamente capacitado para enfrentar la operación diaria tanto en las instalaciones de Quito y Guayaquil. También nos indica que mensualmente la empresa realiza evaluaciones para determinar el desempeño del personal, de igual manera el considera que existen muchos errores operativos debido a que es personal recién ingresado a la empresa.

En la entrevista con la analista de calidad, se determina, que siendo ella la persona que monitorea las llamadas, es quien tiene mayor y eficaz información sobre la operación de los asesores, indica que el servicio es regular, que hay mucha falta de empatía en el ambiente laboral y en la operación diariamente.

Plan de Capacitación

El plan de capacitación está formado por una serie de acciones variadas diseñadas como un itinerario capacitivo completo que tiene el objetivo de fomentar el incremento de conocimientos para la mejoría de procesos en la atención al cliente.

(Chiavenato, 1999) define el plan de capacitación como “un proceso a corto plazo aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas obtienen conocimientos, aptitudes, y habilidades en función de objetivos definidos”.

En relación con la capacitación, (Wayne & Robert, 2005) señalan que es, “una función importante de la administración de recursos humanos, que consiste no solo en capacitación y desarrollo, sino también en actividades de planeación y desarrollo de carreras individuales y evaluación del desempeño”.

Objetivo: Disminuir la rotación del personal en la empresa de Representaciones Serviportex del Ecuador S.A.

Tabla 15. Plan de capacitación

Tema	Actividades	Objetivo / meta	Metodología	Ámbito de aplicación	Área responsable
Inducción a sistemas AS400	Entrenamiento en el manejo avanzado del sistema informático as400	Al finalizar el curso será capaz de trabajar eficientemente en el sistema as400.	Presencial	Todo el personal del área de operaciones	Formadores / Capacitadores
Habilidades blandas (liderazgo, escucha activa, redacción).	Capacitaciones en las principales habilidades blandas como liderazgo, escucha activa, redacción, dicción).	Desarrollar capacidades blandas como la escucha activa, el liderazgo y la facilidad de redacción.	Presencial / videoconferencia	Todo el personal del área de operaciones	Formadores / Capacitadores
Habilidades de negociación	Capacitaciones en las habilidades de convencimiento y negociación	Identificar, aprender y aplicar buenas maneras de convencimiento y negociación con el cliente.	Presencial / videoconferencia	Todo el personal del área de operaciones	Formadores / Capacitadores

Capacidad de orientación al cliente	Capacitaciones en facilidad de orientar a los clientes.	Adquirir y dominar las técnicas y herramientas esenciales para poder ser asertivo a la hora de comunicarse con los clientes.	Presencial	Todo el personal del área de operaciones	Formadores / Capacitadores
Manejo de Utilitarios, Internet, Excel, Word, ortografía.	Capacitaciones en el uso de sistemas informáticos como Excel, Word, y buena ortografía).	Al finalizar el curso será capaz de trabajar eficientemente en una base de datos (creación y gestión de tablas, consultas, informes, formularios)	Presencial / videoconferencia	Todo el personal del área de operaciones	Formadores / Capacitadores

Tabla 16. Cronograma de actividades

N°	Actividades Capacitación	Meses / Año 2022							
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto
1	Inducción a sistemas AS400.								
2	Habilidades blandas (liderazgo, escucha activa, redacción).								
3	Habilidades de negociación.								
4	Capacidad de orientación al cliente.								
5	Manejo de Utilitarios, Internet, Excel, Word, ortografía.								

Conclusiones

- La capacitación para la mejora de los procesos hacia nuestro personal no es la adecuada y se mantiene que esta es la principal causa de la rotación de los subordinados en nuestra empresa.
- Existe una buena relación entre los subordinados y los supervisores encargados de la atención al cliente, mientras que gran cantidad de los asesores aseguran que esto no es así.
- No existe motivación para la mejora entre los supervisores y los asesores de call center, no existe un buen clima laboral y se mantiene que es otra de las principales causas de la salida del personal de esta empresa.
- Los asesores de atención al cliente tienen bien definidas las funciones a realizar dentro del área de operaciones de call center.
- Debido a la salida del personal de la empresa, los asesores de call center consideran que esto afecta directamente el desempeño del equipo que forma parte del área de operaciones, ya que cada temporada entra personal nuevo al cuál tienen que capacitar.
- La atención brindada a los clientes es la adecuada, existe empatía y buena comunicación en las llamadas.

Recomendaciones

- Implementar el plan de capacitación presentado en este proyecto de investigación para eliminar la rotación del personal en la empresa Representaciones Serviportex del Ecuador Cía. Ltda.
- Buscar apoyo de personal especializado que puedan impartir las capacitaciones para la mejoría en el desarrollo de procesos de nuestros subordinados.
- Aplicar una evaluación previa al proceso de capacitación para que así, determinemos cual sería la falencia que aún mantiene el personal del área de operaciones y en base a ello basarnos la siguiente vez.
- Definir el lugar donde se dará la capacitación, lo ideal sería realizarlo en nuestras instalaciones, para evitar impuntualidades o cualquier otro tipo de contratiempos.
- Evitar, con la implementación de nuestro plan, la salida tempestiva del personal de operaciones de la Empresa Representaciones Serviportex del Ecuador, ya que impartiremos conocimientos para poder mejorar procesos, además de instalar en nuestra organización el buen ambiente laboral para la buena comunicación entre personal administrativos, supervisores, y nuestros asesores de call center.

Bibliografía

- Andrade, S. (2005). *Diccionario de economía (3ra. ed.)*. Mexico: Ed. Andrade.
- Arias. (2006).
- Arias, Fidias G. (2006). *El proyecto de investigación*. Caracas: EDITORIAL EPISTEME, C.A.
- Arnau. (1995). *Paradigmas de investigación en Psicología*. Madrid: Síntesis.
- Barquero José, B. M. (2007). *Marketing de Clientes ¿Quién se ha llevado a mi cliente?* McGraw-Hill Interamericana de España S.L.
- Becker, G. (1964). *Capital humano, teorías y métodos*. Londres: National Bureau of Economic.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia: PEARSON EDUCACIÓN.
- Brea, F., & González, A. (2006). *Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor: Su evaluación en el ámbito del turismo termal*. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa.
- Castro, F. (2003). *El proyecto de investigación y su esquema de elaboración*. Caracas: Editorial Uyapar.
- Chiavenato. (2007). *Administración de Recursos Humanos*. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Chiavenato, I. (1999). *Administración de Recursos Humanos*. Quinta Ed. México McGraw Hill.
- Código de Trabajo*. (2012).
- Faria, F. (1995). *Desarrollo Organizacional*. Mexico: Noriega Editores.
- Flores, R. (2008). *Factores que originan la rotación de personal en las empresas*. Monterrey.
- Fuentes, D. C. (2004). *COMPILACIÓN DE TEMAS SOBRE METODOLOGÍA DE LA*. Ciego de Ávila.
- Gómez, R. (2004). *Evolución científica y metodológica de la economía*. . Malaga.
- Horst Knapp. (1976). *Wirtschaftswissen*. En H. Knapp.

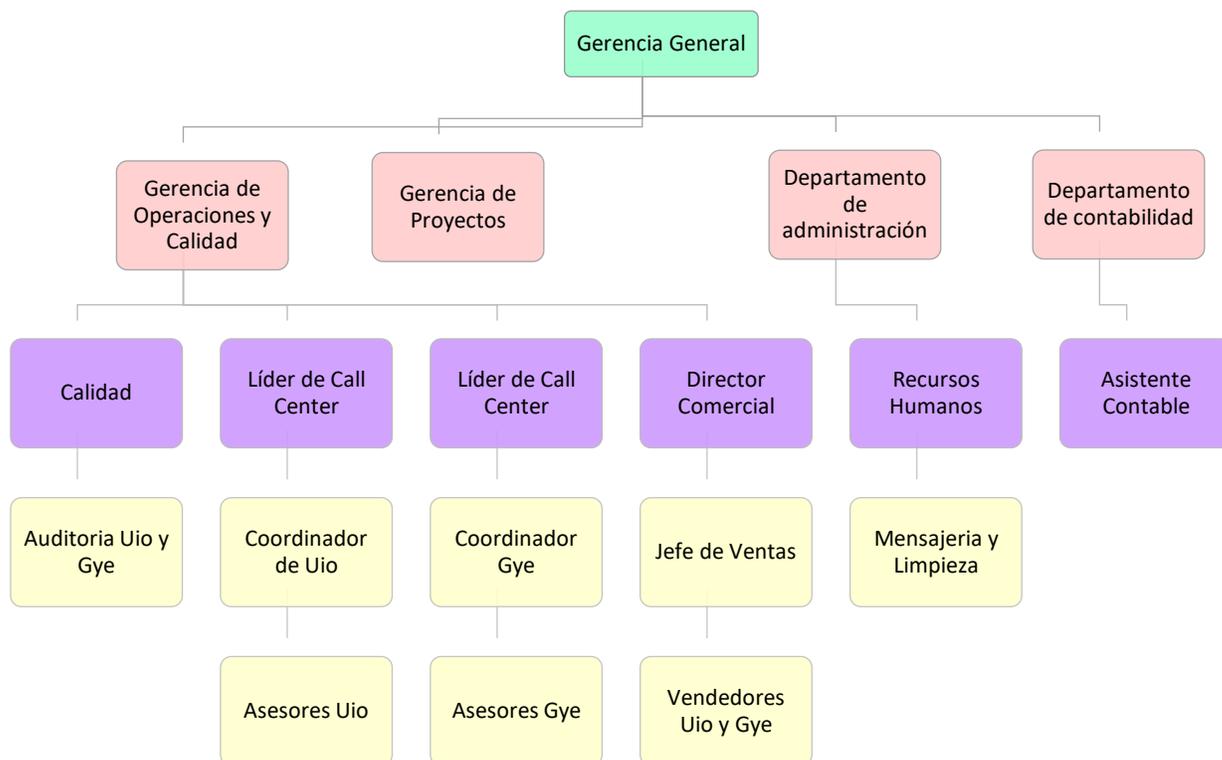
- Jones, T.O.; Sasser, W.E. (1995). *Why Satisfied Customers Defect*. Harvard Business Review.
- Kerlinger, E. (2002). *Enfoque conceptual de la Investigación del comportamiento*.
- Kotler Phillip. (2000). *Administração de Marketing*. São Paulo: Prentice Hall.
- Ley de Derecho. (5 de 02 de 2021). *Historia de la Rotación de Personal*. Obtenido de <https://leyderecho.org/historia-de-la-rotacion-de-personal/>
- López, M. (2020). *Efficy*. Obtenido de <https://www.efficy.com/es/satisfaccion-del-cliente-definicion-historia-retos-y-estrategia/>
- Lovelock, C., Huete, L., & Reynoso. (2010). *Administracion de servicios: Estrategias para la creacion de valor en el nuevo paradigma de los negocios*. USA: Addison-Wesley.
- Mano; Oliver. (1993). *Satisfaccion del Consumidor*.
- Martínez, J. C. (28 de 10 de 2020). *Aniorte*. Obtenido de http://www.aniorte-nic.net/apunt_metod_investigac4_4.htm
- Morales, & Hernandez. (enero de 2004). *Calidad y satisfacción en los servicios: conceptualización*. Obtenido de Research Gate: https://www.researchgate.net/publication/28069743_Calidad_y_satisfaccion_en_los_servicios_conceptualizacion
- Nuñez, M. (2007). *Material de apoyo del seminario Gestión de la Productividad. Doctorado en Ciencias de la Ingeniería, mención Productividad. Universidad Nacional Experimental Politécnica "Antonio José de Sucre". Barquisimeto, Venezuela*.
- Philip, K., Paul, B., & Hayes, T. (2004). *El Marketing de Servicios Profesionales*. Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- Pizam Abraham, Ellis Taylor. (1999). *Customer Satisfaction and its Measurement in Hospitality Enterprises*. Faculty Scholarship and Creative Works.
- Ramirez, T. (1999). *Como hacer un Proyecto de Investigación*. Caracas: Editorial Panapo.
- Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española*. Madrid.
- Rico, R. (1998). *TOTAL CUSTOMER SATISFACTION*. Buenos Aires: MACCHI.

- Robbins, & Coulter. (2005). *Administración*. México: Pearson Education.
- Sampieri, R. H. (2000). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Sancho. (1998). *Satisfacción del usuario y calidad del servicio en alojamientos turísticos del estado Mérida, Venezuela*. Mérida.
- Santander, A. (22 de 05 de 2020). "*Proyecto Investigativo*". Obtenido de <https://es-static.z-dn.net>
- Sibaja, R. (2019). *Redacción Capital*. Obtenido de <https://capital.es/2019/02/28/casi-la-mitad-de-los-empleados-europeos-sienten-que-sus-directivos-no-valoran-su-talento/>
- Tamayo, M. (2012). *El Proceso de la Investigación Científica*. México: Limusa.
- Town, R., Wholey, D., Kralewski, J., & Dowd., B. (2004). *Assessing the Influence of Incentives on Physicians and Medical Groups*. Medical Care Research Review.
- Wayne, M., & Robert, N. (2005). *Administración de recursos humanos*. Mexico: Pearson Education.

ANEXOS

Organigrama de la empresa

Tabla 17. Organigrama de la empresa



Logotipo de la empresa

Figura 13. Logotipo de la empresa



Instrumento de la investigación

Encuesta

Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología

Saludo: La presente encuesta es anónima y se sugiere responder el siguiente cuestionario que servirá para la investigación del proyecto “**Diseño De Un Plan De Capacitación Dirigido Al Personal De La Empresa Representaciones Serviportex Del Ecuador Cía. Ltda.**”.

Objetivo: Indagar el motivo causante de la rotación del personal que afecta a la empresa de “Representaciones Serviportex del Ecuador Cía. Ltda.”

Instrucciones: Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con un esfero negro o azul (✓) sólo la alternativa que considere correcta.

Encontrará una escala que significa: A veces = (AV), siempre (S), Muchas veces (MV), Nunca (N).

Variable independiente: Rotación del personal.

Cuestionario				
Escala:	AV	S	MV	N
A veces = (AV), siempre (S), Muchas veces (MV), Nunca (N).				
1. ¿Has recibido constante capacitación de la empresa para poder mejorar los procesos?				
2. ¿Cree usted que existe buena relación supervisores-subordinados?				

3. ¿Te encuentras en un clima laboral saludable para la gestión diaria?				
4. ¿Mantienes claramente definidas las funciones dentro de tu área?				
5. ¿Considera usted que la empresa motiva a su personal por los trabajos realizados?				
6. ¿Cree usted que la rotación del personal afecta directamente el desempeño de todo el personal?				
7. ¿Consideras que la respuesta en comunicación entre superiores y empleadores es inmediata para la supervisión de las funciones?				
8. ¿Estimas que la manera en qué se evalúa al personal mensualmente es el correcto?				
9. ¿Crees que los criterios de evaluación son los correctos evaluar al mejor trabajador?				
10. ¿Considera usted que la atención brindada por usted a los clientes es la adecuada?				

De antemano, agradecemos su colaboración.

Demi Jane Cornejo Gómez

C.C. 0954389359

ENTREVISTA

Fecha: _____

Datos Generales

Nombre y Apellido entrevistado: _____

Cargo: _____

Entrevistador: _____

Hora inicio: _____

Hora de termino: _____

Lugar: _____

Objetivo: Obtener información sobre la satisfacción del cliente en la Empresa de Representaciones Serviportex del Ecuador Cía. Ltda.

Variable Dependiente: Satisfacción de los clientes.

Formulario

¿Cómo la empresa Representaciones Serviportex del Ecuador se capacitó para incrementar la satisfacción de los clientes?

¿Considera que los clientes (las grandes empresas) a las que se brindan los servicios de call center, están satisfechas con la atención brindada por nuestro personal?

¿Cómo calificarías el servicio de nuestros asesores de call center de la empresa de Representaciones Serviportex del Ecuador Cía Ltda?

¿Cree usted que el personal se encuentra perfectamente capacitado para solventar dudas de los clientes que se comunican a los servicios de call center de la empresa de Representaciones Serviportex del Ecuador Cía Ltda?

¿Considera usted que nuestros asesores de atención al cliente de Call Center se encuentran capacitados correctamente para la operación?
