



INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

CARRERA: TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

TECNÓLOGA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**PROPUESTA DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN DE SERVICIO AL
CLIENTE PARA EL PERSONAL DEL REGISTRO MUNICIPAL DE LA
PROPIEDAD Y MERCANTIL DEL CANTON PLAYAS.**

Autora: Hermenejildo Méndez Génesis Tamara

Tutor: MsC. Aureliano del Toro Cabrera

Guayaquil, Ecuador

2021

ÍNDICE GENERAL

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR	iv
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN.....	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
ÍNDICE GENERAL	x
ÍNDICE DE CUADROS	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS	xv
CAPÍTULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1 Fundamentación Teórica.....	1
1.1.1 Ubicación del problema en un contexto.....	2
1.1.2 Situación conflicto	5
1.1.3 Formulación del problema	8

1.1.4	Delimitación del problema	8
1.2	Variables de investigación	8
1.3	Objetivos de la investigación.....	10
1.3.1	Objetivo General	10
1.3.2	Objetivos Específicos	10
1.4	Justificación de la investigación	11
CAPÍTULO II	13
MARCO TEÓRICO	13
2.1	Fundamentación teórica	13
2.1.1	Antecedentes históricos	13
2.1.2	Antecedentes referenciales	25
2.2	Fundamentación legal	35
2.3	Variables de la investigación. Conceptualización	45
2.4	Glosario de términos	46
CAPÍTULO III	51
METODOLOGÍA	51
3.1	Presentación de la empresa.....	51
3.2	Misión	52
3.3	Visión.....	52
3.4	Estructura organizativa	53

3.4.1	Plantilla de trabajadores	53
3.4.2	Clientes	54
3.4.3	Principales servicios.....	54
3.4.4	Análisis económico financiero	55
3.5	Diseño de investigación.....	58
3.5.1	Enfoque de la investigación.....	59
3.5.2	Tipo de Investigación	60
3.6	Población y muestra.....	60
3.6.1	Población	60
3.6.2	Muestra	62
3.7	Técnicas e instrumentos de la investigación	64
3.7.1	Encuesta	64
3.7.2	Entrevista	65
CAPÍTULO IV.....		67
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....		67
4.1	Análisis de la encuesta	67
4.2	Análisis de la entrevista	78
4.3	Plan de mejoras	81
CRONOGRAMA.....		89
CONCLUSIONES.....		90

RECOMENDACIONES.....	91
BIBLIOGRAFIA.....	92
ANEXOS	97

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Plantilla de trabajadores	54
Cuadro 2. Detección de necesidades.....	83
Cuadro 3. Presupuesto diario	85
Cuadro 4. Presupuesto mensual.....	85
Cuadro 5. Presupuesto al finalizar el curso	85
Cuadro 6. Contenido temático del curso	87
Cuadro 7. Cronograma	89

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Árbol de problemas.....	7
Figura 2. Estructura organizacional	53
Figura 3. Ingresos 2019.....	55
Figura 4. Gráfico ingresos 2019.....	56
Figura 5. Egresos 2019	56
Figura 6. Gráfico egresos 2019.....	56
Figura 7. Ingresos 2020.....	57
Figura 8. Gráfico ingresos 2020.....	57
Figura 9. Egresos 2020	57
Figura 10. Gráfico egresos 2020.....	58
Figura 11. Horas destinadas para una capacitación	67
Figura 12. Temas de interés para capacitación	68
Figura 13. Días para realizar la capacitación	69
Figura 14. Modalidad conveniente para realizar la capacitación	70
Figura 15. Motivo por el cual decidiera capacitarse	71
Figura 16. Actor más beneficiado en la capacitación	72
Figura 17. Necesidad de capacitar constantemente al personal	73
Figura 18. Tiempo conveniente para capacitar al personal	74
Figura 19. Herramientas digitales para la capacitación.....	75

Figura 20. Los capacitadores miembros de la institución	76
Figura 21. Temas apropiados	77
Figura 22. Guía de entrevista.....	97
Figura 23. Guía de encuesta.....	98
Figura 24. Indicaciones de llenado de encuesta	99
Figura 25. Indicaciones de llenado de encuesta	99
Figura 26. Indicaciones de llenado de encuesta	99
Figura 27. Indicaciones de llenado de encuesta	99
Figura 28. Entrevista.....	101
Figura 29. Entrevista.....	101

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Fundamentación Teórica

Las empresas no son capaces de vislumbrar que la actividad de servicio al cliente se considera como una actividad en la gestión de ventas, donde se incentiva a los clientes a regresar a realizar las compras con mayor frecuencia. Un estudio llevado a cabo por American Management Association, demuestra que “las compras realizadas por clientes leales, quienes recurren una y otra vez a una organización porque están satisfechos con los servicios recibidos, representan un 65 por ciento del volumen de ventas promedio de una empresa”, así lo explica el conferencista internacional en temas de planeación estratégica, Pedro Lara (2013).

El servicio al cliente es ofrecido por las empresas para solventar las dudas de los consumidores a través de una atención especializada que promueve una relación efectiva de buen entendimiento entre el cliente y quien provee dicha atención. Lo más habitual en este ámbito laboral es encargarse de las consultas del usuario con el único fin de proveerle soluciones factibles a sus dudas e interrogantes.

Quien se encarga de esta labor también tiene la finalidad de lograr la satisfacción plena del usuario y garantizar la fidelización de estos con la compañía como fue expresado al principio. Pero ¿Qué sucede cuando la

atención prestada no es la adecuada?, esto puede afectar gravemente al desarrollo de la empresa y es visto más a menudo en personal que no ha sido capacitado previamente para ejercer este tipo de actividades.

“Todas las personas que entran en contacto con el cliente proyectan actitudes que influyen en él, consciente o inconsciente, el comprador siempre está evaluando el trato dado a los demás clientes y como espera que lo traten a él” (Lira Mejía, 2009). Por ende, el tener un equipo de trabajo capacitado y especializado en esta área se vuelve prioridad para aquellas instituciones que a diario mantienen estas relaciones directas con sus clientes.

1.1.1 Ubicación del problema en un contexto

“Capacitación hace referencia al conjunto de actividades didácticas que están orientadas a ampliar los conocimientos, o las aptitudes y habilidades. Esta permite a los trabajadores tener un mejor rendimiento laboral gracias a la adaptación a las exigencias cambiantes del entorno” (Sesame, 2021). Al conocer esta definición, es oportuno decir que la capacitación es una herramienta que le permite a cualquier organización o empresa reforzar y optimizar sus actividades a través de su personal de trabajo.

El fundador de Amendy Foods, Mohammed Bendaanane (2018), explica que los programas de capacitación le han ayudado a aclarar ciertas cosas en cuanto al desarrollo de las grandes y medianas empresas; “¿Por

qué los negocios estadounidenses triunfan mientras otros tantos no lo hacen?” y otras preguntas similares eran las que se hacía frecuentemente este inversionista y gracias al GBI (Global Business Institute), un programa de capacitación internacional para emprendedores de nuevas empresas pudo desarrollar una organización con gran desempeño y obteniendo un éxito mayor al esperado.

Paola Santos (2018), directora de la Multinacional Alemana de Software (SAP), indica que la capacitación es oportuna para integrar las compañías al mundo corporativo que cada vez se encuentra en la necesidad de adquirir nuevos conocimientos. La capacitación no es solo un método de reforzar el aprendizaje, sino un recurso que aprovecha toda empresa para renovar e impulsar sus procesos. Para las grandes empresas, implica una ventaja competitiva, pues el hecho de que su personal este capacitado para adaptarse a nuevas situaciones y tratar a todo tipo de usuario promueve al desarrollo continuo empresarial. Es así como, las grandes empresas internacionales ubicadas en países extranjeros, líderes en calidad y servicio, destinan parte de sus ingresos para invertir en capacitaciones constantes para sus trabajadores.

Formar y posteriormente, fortalecer las actitudes y aptitudes de los capacitados es lo que buscan determinados programas de capacitación como este, de esta forma es más preeminente que el desenvolvimiento del personal sea mucho más efectivo.

En Ecuador, fue establecido un plan de capacitación para el sector público en 2018 por el Ministerio de Trabajo elaborado por la economista Adriana Villota y la especialista en capacitación Diana Asimbaya. Este reconoce a la capacitación como un derecho, buscando analizar las necesidades y el reconocimiento de los factores influyentes que impiden el mejoramiento profesional de los empleados llevando a cabo estas funciones a través las unidades de Administración del Talento Humano.

Como es de conocimiento, la innovación ha sido participe durante mucho tiempo en el ámbito empresarial, lo que hace de la capacitación un medio para actualizar de los métodos y técnicas adoptados por la empresa para integrar los nuevos procesos que se incorporan a su funcionalidad y a sus gestiones basándose en distintos principios como la eficiencia y eficacia de sus sucesiones. Aunque en Ecuador existan programas de capacitación gratuitos a nivel nacional en casi todas las provincias para casi todo tipo de empresas, muchas de ellas destinan parte de sus ingresos a otros insumos considerando la capacitación de sus empleados como irrelevante.

En el Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del cantón Playas, ubicado en la provincia del Guayas, Ecuador, ocurre tal caso puesto que surgen inconvenientes en cuanto al servicio de atención proporcionado al cliente. Este problema se presenta desde diciembre del año 2019, la institución se mudó a nuevas instalaciones contando ya con un edificio propio en el cual no se capacitó al personal y por ende este grupo no

disponía de conocimientos previos en cuanto a la relación que se debía tener con los usuarios y su atención profesional respectiva.

Como se puede observar según lo expuestos en los párrafos anteriores se detectó que en el servicio al cliente que se presta en el Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del cantón Playas existe una insatisfacción de los usuarios que acuden a solicitar los servicios que en esa entidad se prestan.

1.1.2 Situación conflicto

Luego del cambio de instalaciones, en el Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del cantón Playas se presenta un descontento por parte de los usuarios quienes promulgan que la institución no ejercía correctamente la función de brindar una atención adecuada, el personal presentaba una mala actitud y una falta de cordialidad.

Las quejas de los usuarios se volvieron mucho más frecuentes al darse cuenta de que no existía una comunicación efectiva entre los distintos departamentos de la institución y, por ende, los tiempos de entrega se extendían más de la fecha establecida, siendo esto una desventaja para aquellos usuarios que deseaban llevar a cabo rápidamente sus trámites por motivos personales.

Sin duda alguna, la desacreditada falta de motivación por parte del personal para realizar sus funciones sintetizaba otro problema sustancial

para los usuarios. La gerencia, responsable del desempeño de esta área tampoco hacia algo al respecto y su carencia de liderazgo determinaba también el desinterés por mejorar el rendimiento de sus actividades.

De ahí que, el desconocimiento sobre la debida utilización de los nuevos sistemas informáticos apropiados por la institución ha provocado que las distintas áreas se encuentren en descoordinación al no concretar la información proporcionada de una manera precisa, aportando datos no específicos o innecesarios para sustentar los procesos administrativos.

Figura 1. Árbol de problemas



Fuente: Elaboración propia

1.1.3 Formulación del problema

¿Cómo fortalecer el servicio al cliente para mejorar la satisfacción del usuario de los diferentes trámites que efectúa el Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del cantón Playas, provincia del Guayas, durante el año 2021?

1.1.4 Delimitación del problema

Campo: Administración

Aspecto: Satisfacción del cliente

Área: Servicio al cliente

Periodo: 2021

1.2 Variables de investigación

Variable independiente: Atención al cliente

Variable dependiente: Satisfacción del usuario

Evaluación del problema

Delimitado

La investigación es delimitada ya que está dirigida a los trabajadores de recepción y atención al cliente del Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del cantón Playas, ubicado en la provincia del Guayas y a sus usuarios para la mejora progresiva de este aspecto fundamental en el desarrollo de la empresa teniendo como finalidad reforzar la relación que se establece entre ambos objetos.

Claro

Este estudio ha sido realizado para ser de fácil entendimiento basándose en conceptos concisos y coherentes, además de información preliminar que le permita al lector tener una idea clara de los objetivos establecidos y los métodos a efectuar.

Factible

La factibilidad de la presente investigación está sustentada con el apoyo de personal integrante de la institución, encargados de fortalecer su labor a través de las capacitaciones que se pretenden integrar para perfeccionar sus servicios.

Relevante

Es relevante porque busca desarrollar mejoras en las prácticas erróneas de la institución enfocada en la atención proporcionada hacia el

usuario, lo que permitirá consolidar la percepción de los clientes en cuanto a su satisfacción y aumentará el desempeño de los trabajadores además de su productividad y la competitividad de la empresa.

Contextual

La información utilizada en este trabajo se obtendrá por fuentes primarias y secundarias fidedignas que fundamenten la probidad de los hechos, a más de aplicar conocimientos previos adquiridos durante la formación académica del autor vigorizando la correlación con la institución y su situación actual.

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo General

Proponer un plan de capacitación de servicio al cliente para mejorar la satisfacción del usuario de los diferentes trámites que efectúa el Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del cantón Playas.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Fundamentar desde la teoría de la Administración del Talento Humano la relación que se establece entre el servicio al cliente y la satisfacción del usuario en las empresas públicas.

- Diagnosticar el estado actual del servicio al cliente prestado al usuario por quienes laboran en el Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del cantón Playas.
- Contrastar la información obtenida con base en el nivel de satisfacción de los usuarios de los diferentes trámites que efectúa el Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del cantón Playas para proponer las debidas mejoras.

1.4 Justificación de la investigación

Esta investigación es conveniente porque busca a través de conceptos teóricos y aplicación práctica reforzar las relaciones entre el usuario y quien le brinda la atención en las instalaciones del Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del cantón Playas por medio del análisis en cuanto a la calidad de servicio provisionada por el personal dedicado a esta labor.

Esta investigación provee conceptos claves para la realización de futuros trabajos enfocados en la mejoría del servicio al cliente de distintas instituciones beneficiando a los involucrados del presente estudio.

El documento de investigación tiene la finalidad de convertirse en un soporte académico para el aprendizaje de estudiantes y profesionales quienes contribuyen a la consolidación de sus aptitudes.

El problema propuesto, también se ve integrado en un contexto amplio que se suele ver en distintas empresas, por ello contribuye a la resolución practica en conflictos similares que presenten otras instituciones a más de esta en un análisis profundizado del usuario.

Este estudio es producido con motivo de cumplir los objetivos propuestos fundamentados en métodos analíticos y racionales para la comprobación y validación de su hipótesis. Es así como, una vez implementada la resolución del conflicto que presenta, sirva como guía para el fortalecimiento de la institución.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Fundamentación teórica

2.1.1 Antecedentes históricos

Según Becerra Vivian (2017), “La historia de la capacitación se deriva de la evolución histórica de las sociedades y de sus necesidades económicas y productivas, a partir de la organización del trabajo imperante”.

Es por ello que, para llegar al concepto que se tiene hoy en día sobre capacitación, esta tuvo que atravesar distintos acontecimientos a lo largo de la historia que permitieron su desarrollo.

Edad de piedra

Desde el comienzo de la humanidad, la necesidad del ser humano por subsistir le ha permitido adquirir conocimientos y desarrollar distintas habilidades de forma espontánea a través de la integración de estos individuos en grandes grupos y la práctica común de sus actividades.

Sus técnicas de caza, agricultura, comunicación y comercio fueron aprendidas rápidamente, un acontecimiento que toma el nombre de “entrenamiento”, en la cual la transición de estas prácticas fue dada de un ser

a otro para cumplir con el rol que le fue establecido específicamente dentro del grupo social al que pertenecía.

Según Martínez, citado por Becerra (2017), “En la comunidad primitiva la educación técnica era natural, intuitiva y espontánea; sus miembros participaban en las actividades a realizar y se involucraban en determinada labor con lo que adquirían y desarrollaban habilidades”.

Código de Hammurabi

El Rey del Imperio Babilónico, Hammurabi, creo el primer código penal y civil de la humanidad, en aquel se establecieron normativas en cuanto a la enseñanza llevada a cabo dentro de su imperio la cual solo se daba a través de la relación entre el maestro y su aprendiz, a cambio de la enseñanza, los aprendices eran recompensados con alimentos, de esta forma los saberes se transmitían únicamente a sus seguidores, según Steinmetz, 1976; citado por Sleight (1993).

En esta época distintamente, en otras civilizaciones se permitían enseñar a grandes conjuntos de ciudadanos sobre religión y arte, además de que la educación era para grupos de personas privilegiadas como hijos de gobernantes y gente de clase alta.

Es importante señalar que gracias al aprendizaje de los obreros de esta época fue posible crear los grandes monumentos históricos y atractivos arquitectónicos conocidos hoy en día en distintas partes del mundo.

Revolución industrial

Más adelante, en 1750, época donde se desarrolla la revolución industrial, se concluye la fase de aprendizaje del hombre y el interés humano por revolucionar la forma en que se aprovechan los recursos trae consigo nuevamente este llamado “entrenamiento” ahora tomando el nombre de “capacitación”, puesto que la adaptación de estas maquinarias para procesos industriales constituía que cada obrero debía saber controlar y tener conocimiento previo del correcto funcionamiento de estas. A partir de estos años, los cambios que se produjeron permitieron que se genere un crecimiento en las relaciones interpersonales y el desarrollo industrial (Mitnik & Coria, 2006).

Capacitación en los primeros gremios

La creación de nuevos gremios se da a partir de la necesidad de estos por mejorar sus condiciones de vida y la de sus agremiados quienes eran trabajadores especializados que buscaban calidad y una mano de obra en mayor proporción de la que ellos hacían uso. Los temas que abarcaban y

tomaban mucho en consideración tenían que ver con la remuneración a los empleados, el tiempo dedicado a la labor, entre otros, tales como herramientas y beneficios.

Años más tarde tras la era legislación social en Estados Unidos, por el notorio éxito del comienzo de la industrialización, se empieza a hacer énfasis en los trabajadores más destacados para perfeccionar su desempeño y a través de un entrenamiento realzar su potencial (Romero, 2008).

Escuelas industriales

La revolución industrial tuvo una gran influencia en la organización social establecida en 1800. Las escuelas se enfocaron en el desarrollo económico, pues principalmente a los niños de esta época se les enseñaba de forma estricta sobre los procesos industriales y otros temas relacionados con el fin de formar tempranamente trabajadores oportunos y de excelencia.

El creciente éxito de las empresas logró que se impulse la educación, ya que consideraban a los jóvenes como un público meta para imponer orden y disciplina considerándolos como empleados del mañana (Sosa, 2016).

Influencia de las guerras

Las guerras revolucionaron una vez más la capacitación, pues debido al hecho de la existencia del toque de queda, las jornadas de trabajo sufrieron un cambio rotundo y las personas tuvieron que buscar otras formas de obtener ingresos como hacerlo a través de la elaboración y comercialización de productos fabricados manualmente.

En los mismos años por los que transcurría la primera guerra mundial (1914 -1918), en Estados Unidos se creaba una prueba para mejorar la eficiencia de los trabajadores consistente de cuatro pasos, como son: explicar, demostrar, ejecutar y verificar.

Mitnik expresaba que con la aparición de la segunda guerra mundial las metodologías de defensa masivas y sistemáticas se hacían presentes trayendo capacitaciones para los nuevos roles empleados por los miembros de la milicia.

Desarrollo de la administración

Culminando el siglo XIX y dándole un nuevo comienzo a otro, el siglo XX, en aquel tiempo se genera un nuevo concepto en el campo administrativo introducido por Henry Ford. Con respecto a este, Frederick Taylor amplía la teoría de Ford aplicando métodos para obtener resultados positivos en todos los procesos empresariales con el objetivo de identificar distintas afecciones y

poder erradicarlas optimizando el tiempo en que las actividades son ejecutadas en cada labor.

Tiempo más tarde, Gardenier, identificó que “la teoría de Taylor tenía como consecuencia la deshumanización” (Sleight, 1993), por lo cual replanteaba una técnica más adecuada que promueva el reconocimiento de los trabajadores como tales, sin forzarlos a que su único motivo u objetivo sea producir.

Contemporáneamente, mientras se desarrollaba la teoría administrativa, varios autores contribuyeron con sus investigaciones en temas específicos:

- Eficiencia de la organización (Taylor, 1911).
- Relaciones humanas (Mayo, 1927).
- Teoría de la burocracia (Weber, 1905).
- Teoría de los sistemas (Bertalanfy, 1969)
- Calidad total (Demming, 1989).
- Planteamiento estratégico (Porter, 1992).

A partir de estas teorías se fortalece la administración para efectuar los procesos de capacitación más adecuados para las empresas.

Sociedad de la información y el conocimiento

En los tiempos modernos, la capacitación ha subsistido como medio de enseñanza sobre las nuevas tecnologías y agilización de las nuevas mecánicas de las empresas más innovadoras, es así como el capacitar se ha convertido en una actividad más que recurrente, sustancial.

La formación de empleados de calidad exige perseverancia por mantener fortaleza frente a los cambios repentinos producidos en el ámbito laboral.

Mientras el conocimiento del hombre avanza, las formas de hacer capacitación también lo hacen, desde seminarios, programas de capacitación en la web, cursos y conferencias presenciales, estos han desarrollado sus propias ventajas y marcando oportunidades para prepararse profesionalmente pensando en todo tipo de trabajador.

Los cambios conceptuales de la capacitación y las diversas teorías que se plantearon con base en los fundamentos de esta práctica importante para las escuelas e industrias determinaron momentos en los cuales el significado de lo que era capacitar se fue integrando con distintas definiciones vinculadas a su avance:

- Edad de piedra (Capacitación en actividades de campo).
- Edad media (Talleres para aprendices).
- Revolución Industrial (Aparición del aula).

- Escuelas industriales (Capacitación cerca del trabajo)
- Guerras mundiales (Capacitación multifuncional)

Teoría clásica de la administración

Hay dos personajes importantes en la historia de la teoría de la administración que plantearon enfoques distintos considerados como los aportes fundamentales para el desarrollo de la teoría actualmente conocida de este ámbito empresarial, Frederick W. Taylor fundador de la escuela de administración científica en Estados Unidos y Henry Fayol de la teoría clásica de la administración en Francia.

Taylor definió cuatro puntos de partida de la de la administración científica:

- Planificación
- Preparación
- Control
- Ejecución

Orientados cada uno de ellos en la gestión de la labor de los trabajadores y su entrenamiento, con motivo de capacitarlos y optimizar sus aptitudes y el desarrollo particular de cada trabajador.

“El ideal central de su planteamiento proponía lograr el hombre idóneo para cada función y proporcionarle el equipo adecuado y una organización

eficiente” (Taylor, 1911). Aunque encaro sistemáticamente el estudio de la administración, mantenía una ideología mecanista ignorando los aspectos humanos.

A diferencia de este, Henry Fayol no planteaba leyes ni reglas, sino principios, propuso catorce de estos considerados fundamentales para el:

- División del trabajo
- Autoridad y responsabilidad.
- Disciplina
- Unidad de mando
- Unidad de dirección
- Subordinación
- Remuneración del personal
- Centralización
- Jerarquía
- Orden
- Equidad
- Estabilidad y duración
- Iniciativa
- Espíritu de equipo

Fayol pensaba principalmente en aumentar la eficiencia de las empresas a través interrelaciones estructurales y sistematizar el

comportamiento gerencial además de hacer énfasis en las tareas administrativas de los trabajadores.

Teorías de Capacitación y Formación

El proceso administrativo ha considerado varias teorías que se sintetizan como parte fundamental de su funcionamiento, entre ellas se encuentran:

1. Teoría del Capital Humano

Por los aportes de Villalobos (2009), comenzando por el pionero de esta teoría, Schultz, identifica la problemática que surge en diferenciar los gastos de consumo con los de inversión, de esta forma mide la inversión humana través de su rendimiento que de su costo, haciendo énfasis en la educación como una inversión; Becker, por otro lado, es considerado el sintetizador de las de los aportes de Schultz, califico la segunda mitad del siglo XX como la era de la gente, puesto que la progresión de las naciones se veían dadas con base en el desempeño laboral de los miembros de la sociedad de ese entonces, de tal forma Gary Sanley Becker, buscó analizar lo antes expuesto por Theodore Schultz para consagrar una reformulación de su teoría de la inversión en capital humano, hallando varias implicaciones al respecto:

- Los ingresos suelen aumentar con la edad a una tasa decreciente.

- Las empresas de los países subdesarrollados parece que son más “paternalistas” con los empleados que las de los países desarrollados.
- Las personas más competentes reciben más educación y otros tipos de formación que las otras.
- La división del trabajo es limitada por las dimensiones del mercado.

Su finalidad se rige en promover la educación y la formación de los individuos del medio empresarial como inversiones para incrementar la productividad y los ingresos de toda compañía.

2. Teoría de Aprendizaje

Pérez Gómez define el aprendizaje como “los procesos subjetivos de captación, incorporación, retención y utilización de la información que el individuo recibe en su intercambio continuo con el medio” (1988), así podemos decir que cualquier individuo es capaz de adquirir conocimientos por sí mismo o por otros medios que le provean las herramientas necesarias para el entendimiento factible de lo propuesto a ser aprendido.

La taxonomía de Bloom propone que el aprendizaje se ve involucrado en un proceso de cinco niveles, los cuales facilitan las labores de evaluación cognitiva:

- a. Conocimiento
- b. Comprensión

- c. Aplicación
- d. Análisis
- e. Síntesis
- f. Evaluación

Otras teorías como la del aprendizaje de Gagné, analiza los objetivos del aprendizaje y cómo las distintas clases de objetivos proponen diferentes métodos y técnicas de enseñanza específicas para determinadas áreas.

Entre sus niveles de aprendizaje se encuentran:

- Ganar atención.
- Informar a los alumnos del objetivo.
- Estimular el recuerdo del aprendizaje previo.
- Presentar el contenido.
- Proporcionar orientación de aprendizaje.
- Obtener rendimiento (práctica).
- Suministrarse realimentación.
- Evaluar el rendimiento.
- Mejorar la retención y la transferencia al trabajo.

2.1.2 Antecedentes referenciales

La conceptualización de la capacitación

En primer lugar, se ha demostrado que gracias al buen desenvolvimiento de una persona en un cargo específico, su productividad crece juntamente con su experiencia, por ende, contar con un equipo de trabajo que esté plenamente en constante actualización en cuanto a lo que se tiene que saber acerca de las nuevas funcionalidades de la empresa para la que trabajan, hace que la compañía se mantenga en correcto funcionamiento.

Las nuevas tecnologías interfieren directamente en la sociedad y en sus distintos ámbitos, como el laboral; para que una empresa pueda mantenerse al margen en el campo competitivo empresarial debe transcurrir su progreso junto con el de las nuevas tecnologías.

En el año 2013 se propone por parte de León, que muy pocas veces las empresas muestran interés por destinar parte de sus ingresos a capacitaciones que optimicen las habilidades y aptitudes de sus trabajadores, haciendo parecer de los pequeños programas de capacitación integrados a la compañía actos nada inherentes para su prosperidad.

Berbel, explica que existen niveles de prioridad establecidos en las capacitaciones para compañías, estos son:

- a. Fidelización del cliente, necesidad de mejora de productos y servicios.

- b. Aspectos que necesitan ser mejorados para un mejor desempeño, tanto individual como colectivo.

La capacitación de los recursos humanos tomó una relevancia mayor, la gran demanda de los consumidores produjeron la necesidad de integrar una mano de obra más especializada dentro de las grandes industrias.

Actualmente, algunos empresarios aún mantienen el pensamiento de que las capacitaciones son más una pérdida que una inversión, aunque algunos otros ven el tema de capacitar a sus empleados como la mejor herramienta para solucionar los problemas internos y externos de la empresa.

La capacitación busca básicamente:

Fomentar el crecimiento profesional y la mejora de la calidad del personal de trabajo a través de la adquisición de conceptos y prácticas innovadoras proporcionadas por la organización perteneciente mientras se fortalecen sus funciones y actividades principales.

El proceso de capacitación se ve integrado por distintos aspectos:

- a. Realiza una detección de las necesidades que presenta la empresa, como conflictos que necesita resolver.
- b. Identifica los valores presupuestarios establecidos para el programa de capacitación propuesto.
- c. Se plantea un diseño para la elaboración estratégica de la capacitación.

d. Efectuación del plan de capacitación previamente diseñado.

Los factores antes mencionados son considerados como puntos fundamentales de guía para alcanzar los objetivos que la capacitación tiene presente con respecto al desempeño de quienes integran el talento humano de una empresa, de esta forma se suprimen los obstáculos que impiden alcanzar los logros de la empresa.

Existen algunas pautas que una capacitación debe contener para empezar a poner en práctica su planeación, estas se constituyen de la siguiente manera:

- Aumento del ímpetu por lograr los objetivos de la empresa con la menor cantidad de recursos disponibles y la demostración de un excelente rendimiento.
- Fácil entendimiento e integración de las nuevas funciones y practicas competitivas en la empresa o institución.
- Crecimiento de la operatividad individual y colectiva además de los conocimientos asociados a las labores correspondientes.
- Perfeccionamiento de la calidad de los productos comercializados y servicios prestados.

Detección de Necesidades de Capacitación

Según Jiménez, explica que el proceso de detección de necesidades de capacitación se basa en una investigación cuanti-cualitativa que identifica

los problemas que presenta un equipo de trabajo para realizar sus actividades eficientemente y ciertas influencias internas y externas que le impiden a la empresa cumplir con su misión.

El diagnóstico de las necesidades de la capacitación permite delimitar el grupo a ser evaluado, las actividades a ser reforzadas y entre otros aspectos como precisar y fijar los incentivos adecuados para el progreso del programa según lo expuesto por Ávila (2016).

Estas problemáticas identificadas generalmente se ven reflejadas en la falta de conocimientos, mal uso de sus funciones y actitudes nada favorables ante situaciones imprescindibles, por ello para determinar cuál es el problema, se hace uso de herramientas que permitan agilizar el proceso:

- Evaluaciones para determinar el ímpetu y desempeño de los trabajadores.
- Observación de las actividades llevadas a cabo en cada uno de los procesos de la empresa.
- Cuestionarios que ayuden a evidenciar las necesidades de la compañía.
- Entrevistas realizadas a todo el personal desde los cargos superiores.
- Reuniones interdepartamentales que revelen asuntos, planes y problemas de operación no identificados.

Este tipo de diagnóstico es realizado en este ámbito para determinar las necesidades principales que el programa de capacitación necesita satisfacer, enfocados en el refuerzo de sus conocimientos y habilidades interpersonales que les permitan a los empleados cumplir efectivamente con los intereses de la empresa y sus consumidores.

Por medio de estos programas de capacitación se transite satisfactoriamente información necesaria con fines de aplicación estratégica e implementación de nuevas formas de autorrealización profesional.

Beneficios de la capacitación

Actualmente, el hecho de que una empresa capacite de la mejor manera a su personal hace una diferencia significativa en el mundo empresarial, en varias ocasiones las empresas creen que por tener un capital y contar con tecnología de punta, tienen ya un paso más adelante a diferencia de las otras, cuando realmente simples acciones como fortalecer las relaciones con los clientes, fidelizar a los mismos y llamar la atención del público es la que le atribuye realmente ubicarse en esta posición.

Algunos de los beneficios, con base en los aportes de Fuentes (2014), que provee la capacitación son:

- a. Ayuda en la toma de decisiones favorables y en la resolución de conflictos de forma pertinente.

- b. Fomenta el desarrollo personal y profesional de los trabajadores.
- c. Agiliza las habilidades de los empleados para desenvolverse eficazmente en distintos ámbitos como el comunicativo y el manejo de emociones.
- d. Incrementa la satisfacción tanto de los consumidores como el proveedor.

Los beneficios de la capacitación también poseen dos enfoques distintos a los cuales son aplicados, según explica Jamaica González (2015):

1. Beneficio de la capacitación para las empresas:

- Posicionamiento de la marca y excelente reputación empresarial.
- Fortalecimiento entre los miembros de los diferentes niveles jerárquicos de la empresa.
- Aumento de la productividad laboral y el buen desempeño de las labores de cada trabajador.

2. Beneficios de la capacitación para los empleados:

- Adquisición de nuevos conocimientos y sentido de la innovación.
- Incremento del nivel de satisfacción profesional en cuanto a su rendimiento en su puesto de trabajo.
- Fomenta el progreso personal y profesional.
- Incentiva al empleado a realizar sus actividades de manera enérgica y competente.

Los programas de capacitación

Implementar un plan o programa de capacitación en una empresa o institución es adecuado para establecer los procesos que se van a desarrollar a través de este, además de aspectos relevantes como referir a quien se va a capacitar, en que tema en específico y el presupuesto establecido para ejecutar la instrucción a los empleados de las distintas áreas que pudiera conformar la empresa.

Estructuración y ejemplo de plan de capacitación

Tipo

El plan de capacitación propuesto es de tipo correctivo, puesto que se basa en, como la misma palabra lo indica, corregir aquellas acciones que realiza el personal de atención al cliente al momento de efectuar sus determinadas funciones.

Modalidad

Por motivos de la emergencia sanitaria por la que nuestro país y el mundo están pasando y actualmente recuperando, el tipo de modalidad de la capacitación será de forma virtual para contribuir con las medidas de bioseguridad adecuadas y preservar el cuidado y bienestar de los trabajadores, evitando la propagación del virus COVID-19.

Nivel

Orientada a un grupo específico de trabajadores, la capacitación será de nivel intermedio en el cual se busca ampliar los conocimientos previos de los empleados, fortalecer sus habilidades mientras su desempeño entra en mejoría y su profesionalismo crece progresivamente.

1. Identificación y análisis de necesidades

La institución necesita que los empleados encargados del área de recepción y atención al cliente sean capaces de desarrollar sus funciones de la forma más conveniente posible incluyendo varios principios como la cordialidad, el respeto, el trato equitativo y la generación de confianza para de esta manera garantizar la satisfacción del usuario a través de los distintos procesos que se ejecuten.

2. Definición de objetivos

Objetivo general

Obtener un grado alto de satisfacción de los usuarios sobre la atención brindada y lograr el destacamento de la empresa por su atención de calidad y calidez.

Objetivos específicos

- Mejorar las técnicas y métodos de atención usadas por el personal.
- Aumentar la motivación y productividad de los empleados.
- Generar buenas críticas y comentarios por parte de los usuarios.
- Promover a los empleados a seguir desarrollando sus actividades con buena actitud y profesionalismo.

3. Dirección del programa

Selección

- Empleados del área de recepción y atención al cliente.

Colaboradores

- Especialistas en capacitación.
- Directivos de la institución.

4. Diseño del programa

Contenido temático

- Desarrollo del pensamiento
 - Percepción
 - Atención
 - Memoria
 - Transferencia de información
- Control emocional
 - Sensaciones
 - Reacciones
 - Relación causa-efecto
- Normas y etiquetas
 - Cordialidad y amabilidad
 - Expresión hablada y gestos
 - Anticipación de necesidades
- Comunicación afectiva
- Tratamiento de quejas
- Manejo de usuarios disruptivos
 - Control de situaciones críticas
 - Defensa personal
- Habilidades de convencimiento
- Trabajo en equipo

- Comunicación eficiente y concreta

Herramientas y materiales

- Microsoft Teams.
- Contenido del programa en documentos digitales.
- Videos.

Cronograma

- Curso de 12 semanas, 2 horas por día, 1 o 2 días por semana en un horario entre las 6pm y 10pm.

Presupuestos y cancelaciones

- Presupuesto dependiente del interés de la institución.
- Pago a capacitadores.

2.2 Fundamentación legal

CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008

TITULO IV

PARTICIPACIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL PODER

Capítulo séptimo

Administración pública

Sección tercera

Servidoras y servidores públicos

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

TITULO VI

REGIMEN DE DESARROLLO

Capítulo sexto

Trabajo y producción

Sección tercera

Formas de trabajo y su retribución

Art. 329.- Los jóvenes tendrán el derecho de ser sujetos activos en la producción, así como en las labores de auto sustento, cuidado familiar e iniciativas comunitarias. Se impulsarán condiciones y oportunidades con este fin.

Los procesos de selección, contratación y promoción laboral se basarán en requisitos de habilidades, destrezas, formación, méritos y capacidades. Se prohíbe el uso de criterios e instrumentos discriminatorios que afecten la privacidad, la dignidad e integridad de las personas.

El Estado impulsará la formación y capacitación para mejorar el acceso y calidad del empleo y las iniciativas de trabajo autónomo. El Estado velará por el respeto a los derechos laborales de los trabajadores ecuatorianos en el exterior, y promoverá convenios y acuerdos con otros países para la regularización de tales trabajadores.

(Constitución de la Republica Del Ecuador, 2008) Art. 234, art. 329.

NORMA TÉCNICA DEL SUBSISTEMA DE FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN

CAPITULO PRIMERO

DEL OBJETO Y AMBITO DE APLICACION

Art. 1.- Objeto. Establecer los mecanismos normativos y técnicos que permitan a las Unidades de Administración de Talento Humano-UATH de las instituciones públicas planificar, organizar, ejecutar, evaluar y mejorar los programas de formación y capacitación, orientados a adquirir, desarrollar y potencializar los conocimientos, destrezas, habilidades y actitudes de las y los servidores públicos para el ejercicio de sus puestos de trabajo.

Art. 2.- Ámbito de aplicación. Esta Norma Técnica es aplicable a todas las instituciones del Estado comprendidas en el artículo 3 de la Ley Orgánica del Servicio Público.

Art. 3.- Del proceso de formación y capacitación. Es el conjunto de políticas y procedimientos que permite a las y los servidores públicos fortalecer sus competencias, en función de los perfiles exigibles de los puestos establecidos sobre la base de los objetivos institucionales y de Estado. La capacitación será el resultado obtenido del subsistema de evaluación del desempeño, para cubrir las brechas exigibles en los perfiles óptimos de desempeño y los disponibles por la o el servidor.

CAPITULO TERCERO

DE LA FORMACION Y LA CAPACITACION

Art. 13.- Del plan institucional de capacitación.- Le corresponde a cada UATH de las entidades del sector público, elaborar el plan institucional de capacitación, como efecto del proceso de detección de necesidades. El plan institucional de capacitación tendrá directa relación con el desarrollo de competencias técnicas y conductuales, la misma que se asociará a las características de especificidad de los puestos y de los procesos en los que interviene.

Art. 14.- De la capacitación no programada.- La autoridad nominadora previo informe favorable de la UATH y certificación presupuestaria en función de los requerimientos institucionales, podrá ejecutar eventos de capacitación que no se encuentren considerados en el plan de capacitación institucional.

Art. 15.- De los efectos de la formación y capacitación.- Los efectos de la formación y capacitación de las y los servidores públicos en la que el Estado hubiese invertido recursos económicos, generará la responsabilidad de transmitir y poner en práctica los nuevos conocimientos adquiridos y prestar sus servicios por el triple del tiempo utilizado para la formación o capacitación; y, de esta manera cumplir con el objetivo multiplicador.

(Norma Técnica del Subsistema de Formación y capacitación, 2014) Art. 1-3, art. 13-15.

LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

CAPITULO SEGUNDO

DE LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES

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;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;

(Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, 2000) Art. 4.

LEY ORGANICA DEL SERVICIO PÚBLICO, LOSEP

TITULO V

DE LA ADMINISTRACION TECNICA DEL TALENTO HUMANO

Capítulo quinto

De la Formación y la Capacitación

Art. 70.- Del subsistema de capacitación y desarrollo de personal.- Es el subsistema orientado al desarrollo integral del talento humano que forma parte del Servicio Público, a partir de procesos de adquisición y actualización de conocimientos, desarrollo de técnicas, habilidades y valores para la generación de una identidad tendiente a respetar los derechos humanos, practicar principios de solidaridad, calidez, justicia y equidad reflejados en su comportamiento y actitudes frente al desempeño de sus funciones de manera eficiente y eficaz, que les permita realizarse como seres humanos y ejercer de esta forma el derecho al Buen Vivir.

Art. 71.- Programas de formación capacitación. Para cumplir con su obligación de prestar servicios públicos de óptima calidad, el Estado garantizará y financiará la formación y capacitación continua de las servidoras y servidores públicos, mediante la implementación y desarrollo de programas de capacitación. Se fundamentarán en el Plan Nacional de Formación y Capacitación de los Servidores Públicos y en la obligación de hacer el seguimiento sistemático de sus resultados, a través de la Red de Formación y Capacitación continuas del Servicio Público para el efecto se tomará en cuenta el criterio del Instituto de Altos estudios Nacionales – IAEN.

Art. 73.- Efectos de la formación y la capacitación.- La formación y capacitación efectuada a favor de las y los servidores públicos, en la que el estado hubiese invertido recursos económicos, generará la responsabilidad de transmitir y de poner en práctica los nuevos conocimientos adquiridos por un lapso igual al triple del tiempo de formación o capacitación.

Art. 74.- Incumplimiento de obligaciones. En caso de que la servidora o servidor cese en su puesto en los casos previstos en las letras a), d), f) e i) del artículo 47 de esta Ley y no pueda cumplir con la obligación establecida en el artículo 73 de la misma, o haya reprobado en sus estudios, la autoridad nominadora dispondrá la adopción de las medidas administrativas o judiciales a que hubiere lugar. El servidor estará obligado a reintegrar a la institución respectiva el valor total o la parte proporcional de lo invertido en su formación o capacitación, en un plazo no mayor a 60 días, pudiendo dichos valores cobrarse por parte de la Contraloría General del estado a través de la jurisdicción coactiva o el Ministerio de Relaciones Laborales por la misma vía.

(Ley Orgánica del Servicio Público, LOSEP, 2010) Art. 70-74.

REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGANICA DEL SERVICIO PÚBLICO.

TITULO II

DEL REGIMEN INTERNO DE ADMINISTRACION DEL TALENTO HUMANO

Capítulo sexto

De la Formación y la Capacitación

Art. 206.- Formación y capacitación dentro del país. Previo informe favorable de la UATH, la autoridad nominadora concederá comisión de servicios con remuneración, a la o el servidor que, dentro del plan de formación y capacitación institucional debidamente aprobado, fuere seleccionado para participar en estudios de cuarto nivel, cursos, seminarios, talleres o conferencias y pasantías, reuniones, visitas y otros que fueren necesarios para el desarrollo institucional.

Art. 209.- Efectos de formación y capacitación. En cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 73 de la LOSEP, la UATH de cada Institución, considerando el talento humano capacitado y que participó en procesos de formación o capacitación, diseñarán los programas internos de capacitación y formación mediante los cuales se transmitirán los conocimientos adquiridos. Es obligación de la o el servidor capacitado o

formado acogerse a este programa interno diseñado por la UATH y cumplir con el objetivo multiplicador.

Art. 210.- Convenio de devengación. La entidad que conceda a la o el servidor comisión de servicios con remuneración para formación y capacitación o los permisos para estudios regulares de especialización o licencia sin remuneración para el estudio de postgrados, dentro o fuera del país, suscribirá un convenio de devengación con garantías personales o reales, mediante el cual, la o el servidor se obliga a prestar sus servicios por el triple del tiempo que duren los eventos o estudios.

Art. 211.- Procesos de Devengación. Para la o el servidor a quien se le hubiere concedido licencia sin remuneración o comisión de servicios con remuneración para formación y capacitación o los permisos para estudios regulares de especialización o licencia sin remuneración para el estudio de posgrado, dentro fuera del país, previa la suscripción del correspondiente contrato de devengación, se deberá cumplir con una de las siguientes obligaciones:

- a. De reintegrarse a la institución la o el servidor, después de la comisión de servicio con remuneración y el servidor cese en sus funciones y no devengue sus servicios por el triple del tiempo, deberá devolver la parte proporcional del tiempo no devengado invertido por el Estado, incluida la remuneración a la institución,

entidad u organismo que autorizó y pagó la comisión de servicios con remuneración o el permiso para estudios regulares;

- b. Cuando se trate de casos en los que se requiere reintegrar a la institución valores totales invertidos en formación o capacitación se lo hará en un plazo no mayor de 60 días conforme lo señala el Art. 74 de la LOSEP.

(Reglamento General a la Ley Orgánica del Servicio Público, 2011)

Art. 206, art. 209-211.

2.3 Variables de la investigación. Conceptualización

Variable independiente: Servicio al cliente

El servicio al cliente se ve integrado por una serie de estrategias que permite la satisfacer las necesidades y cumplir con las expectativas de los clientes, es principalmente creada con este objetivo por las distintas instituciones que buscan obtener un mejor reconocimiento ante sus competidores (Serna, 2006).

Variable dependiente: Satisfacción del usuario

Hacia una mirada más extensa, la satisfacción del usuario se refiere al cumplimiento de las demandas de un cliente en cuanto a las expectativas que tiene sobre un producto o servicio y el sentimiento de placer que le atribuye el obtener satisfactoriamente lo esperado (Amparo, 1998).

2.4 Glosario de términos

Actitud de usuario: Según Hayes (2004), “Es aquella que define si la empresa está cumpliendo con las exigencias y percepciones de los clientes, se puede utilizar como método de evaluación de la calidad de sus productos o servicios”.

Administración de recursos humanos:

Consiste en la planeación, organización, el desarrollo, la coordinación y el control de técnicas capaces de promover el desempeño eficiente del personal en la medida en que la organización representa el medio que permita a las personas que colaboran en ella alcanzar los objetivos individuales relacionados directa o indirectamente con el trabajo (Chiavenato I. , 2001).

Aprendizaje: Al hablar de aprendizaje, este se refiere a la adaptación persistente a las variaciones del entorno, dirigiéndose hacia nuevos objetivos y procedimientos. El aprendizaje sucede a través del feedback que se da entre la práctica y los efectos (Evans & Lindsay, 2000).

Atención al cliente: Se puede definir como un conjunto de acciones ejecutadas por entidades direccionadas al mercado, estas con el motivo de solventar las necesidades de los clientes además de delimitar sus expectativas con el fin de satisfacerlas en la ocasión adecuada (Martinez, 2007).

Calidad: “Es la manera en que el cliente percibe el servicio que está recibiendo durante su interacción con la empresa” (del Toro, 2016, p. 42).

Capacitación: Se define como un proceso educativo el cual tiene como fin la adquisición de nuevos conocimientos y habilidades relacionadas a los objetivos planteados, esta actividad integra los conocimientos relacionados a la labor (Chiavenato I. , 2001).

Cliente: Es “la persona natural o jurídica que tiene una serie de necesidades e inquietudes que son oportunamente satisfechas cuando acuden a una empresa para hacer uso de productos y/o servicios, mediante relaciones interpersonales afectivas capaces de crear experiencias que superen expectativas” (Del toro Cabrera, 2019).

Clima en laboral: “Es el ambiente humano en el que trabajadores de una organización desarrollan sus actividades o las características del ambiente de trabajo que perciben los empleados y que influyen en su conducta y comportamiento” (Alcalá, 2011).

Comportamiento del consumidor: “Es la conducta que los consumidores exhiben al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar productos y servicios que ellos esperan que satisfagan sus necesidades” (Schiffman, 2010).

Comunicación asertiva: “Como habilidad social de relación es una forma de expresión consciente, mediante la cual se manifiestan las ideas, deseos, opiniones y sentimientos de forma congruente, clara, directa, y equilibrada sin la intención de perjudicar, actuando desde una perspectiva de autoconfianza” (Casadiego, 2015).

Consumismo: El “consumo desmesurado de bebidas alcohólicas previo a la ingestión de la comida conlleva a un trastorno digestivo que no permite un proceso fisiológico adecuado” (Del toro Cabrera, 2019).

Desempeño: Chiavenato (2007), lo define como “la demostración de la capacidad que tiene una persona para ejecutar una acción de la forma más pertinente tomando en cuenta las cualidades que se evidencian al realizar dicha acción”.

Eficiencia: “Es lograr que la productividad sea favorable o sea es lograr el máximo resultado con una cantidad determinada o mínima de insumos o recursos, lograr los resultados predeterminados o previstos con un mínimo de recursos” (Quintero, 2013).

Empatía:

Es la habilidad o capacidad de entendimiento que tienen determinadas personas para gestionar de una forma afectiva y cordial las experiencias que manifiestan los que se relacionan con él, para comprender mejor cuáles son los sentimientos, sensaciones y percepción con la finalidad de lograr una mejor identificación de la manera que tienen de comportarse o de la forma de tomar sus decisiones (Del toro Cabrera, 2015).

Estrategia: La cual cuenta como medida competitiva, “las estrategias son herramientas que mejoran el desempeño y aumentan el posicionamiento del

negocio, toda estrategia requiere de un factor importante que permita captar la atención de clientes potenciales y brindar a la empresa una ventaja significativa ante la competencia” (Thompson, Peteraf, Gamble, & Strickland, 2012).

Expectativa: “Esperar un acontecimiento con ansias de que ocurra como se tiene pensado. Se basa en razones que hacen que sea probable el suceso previamente establecido” (Gallwey, 2013).

Fidelización:

Según del Toro, Villavicencio y Salinas (2016) “para fidelizar a los clientes se debe implementar una gestión por proceso donde se establezca procedimientos que faciliten el funcionamiento de una manera constante y perseverante. Hay que ser capaz de lograr una dependencia solidez con los clientes, en todos los momentos durante las relaciones que se establezcan, en vez de considerarlo como una acción puntual que la empresa realiza con el cliente, en determinada situaciones” (p.97).

Imagen empresarial: Basada en distintos aspectos, “Es aquella que le permite a una empresa identificarse de buen prestigio y diferenciarse de la competencia, permite que el impacto visual proporcionado por la compañía hacia los consumidores sea decisivo contribuyendo a forzar una opinión positiva de la organización” (Casas, 2007).

Relaciones interpersonales:

Son los vínculos que se establecen entre dos o más personas sustentada sobre los principios de los valores ético-morales donde la comunicación verbal y extraverbal juega un papel fundamental. Estas influyen en el desarrollo integral de la persona al favorecer su adaptación al medio social donde se relaciona (Del toro Cabrera, 2015).

Satisfacción: “La satisfacción es una respuesta positiva que resulta del encuentro entre el consumidor con un bien o servicio” (Oliver, 1980).

Servicio: Según del Toro (2016), el servicio es “una serie de actividades o procedimientos, de naturaleza esencialmente intangible, enfocados a gestionar relaciones interpersonales afectivas que garanticen en el cliente un conjunto de sentimientos, experiencias y sensaciones capaces de superar las expectativas creadas, con el propósito de fidelizarlos” (p. 40).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Presentación de la empresa

Reseña histórica

El 30 de junio del 2011, tras la ordenanza municipal No.004-2011, por intermedio de su consejo municipal, el gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Playas, expide la Ordenanza para la Organización, Administración y Funcionamiento del Registro de la Propiedad y Mercantil del cantón Playas, que luego el 11 de julio del 2014, es expedida una reforma sobre misma ordenanza, tal que desde el comienzo de su funcionamiento, ha consolidado sus normas fundamentales para poder cumplir con sus objetivos previamente establecidos.

Objeto social

La institución tiene como objeto la prestación del servicio público registral de calidad con criterios de racionalidad y rentabilidad propiciando la accesibilidad, regularidad y seguridad, además de la responsabilidad en el servicio prestado, así como en las actividades relacionadas.

3.2 Misión

Registrar de forma documental y electrónica los títulos de propiedades de los predios en el cantón Playas mientras que se promueve la seguridad jurídica inmobiliaria a través de los sistemas institucionales que permiten realizar y generar la información en concordancia a los parámetros que se han establecido para emitir los certificados e inscripciones que los usuarios de la institución requieran tomando en cuenta las disposiciones de Ley respectivas (Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del Canton Playas, 2015).

3.3 Visión

Trabajar arduamente para conseguir dentro de varios años, posicionar a la institución como una entidad de calidad en la prestación de sus servicios a través del mejoramiento constante en sus actividades e impulsando el crecimiento del servicio público con profesionalismo y responsabilidad empresarial (Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del Cantón Playas, 2015).

3.4 Estructura organizativa

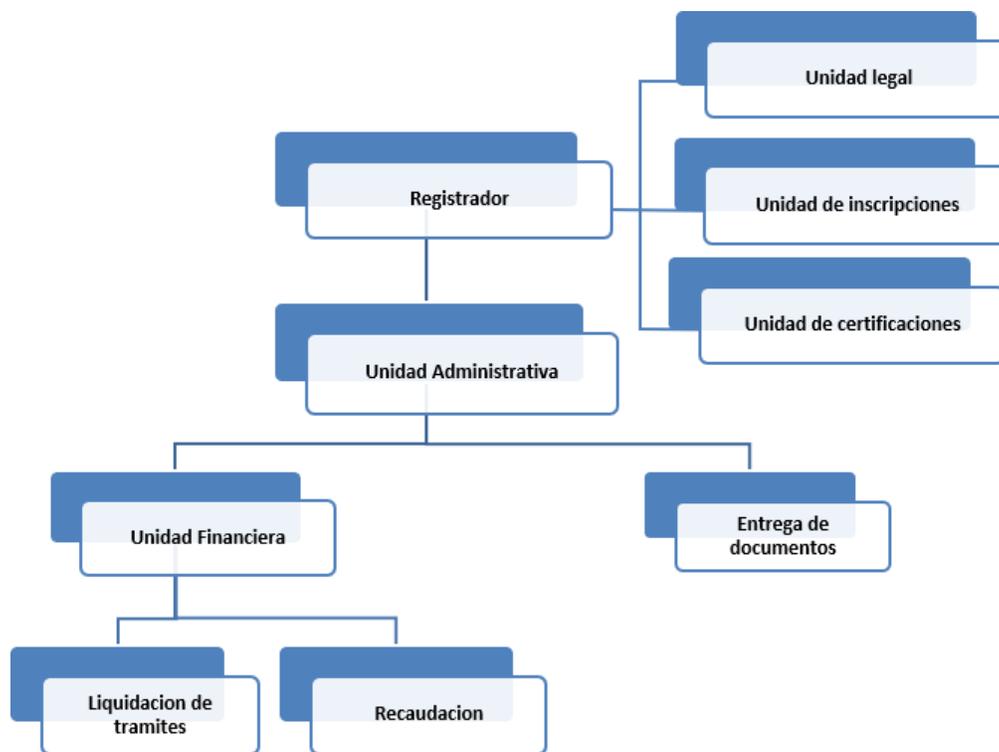


Figura 2. Estructura organizacional

3.4.1 Plantilla de trabajadores

Nombre	Cargo	Funciones
Abg. Jorge Alberto Martinetti Pita	Registrador	Encargado de firmar los documentos emitidos de inscripciones y certificaciones
Abg. Wilther Emilio Mite Alejandro	Asesor jurídico	Se encarga de resolver inquietudes de los usuarios externos y de calificar todas las escrituras y documentos jurídicos que ingresen
Licda. Betty Estefania Cruz Mite	Jefe de inscripciones	Supervisa y asigna las escrituras y documentos judiciales a los inscriptores
Abg. Miguel Mite Jacome	Jefe de certificaciones	Supervisa y asigna los certificados y documentos judiciales a los certificadores

Lcdo. Pedro Geovanny Mite Jacome	Jefe administrativo	Coordina actividades y al personal administrativo
Tnlga. Betty Jesenia Palma Diaz	Jefe financiero	Encargada de supervisar el cuadro de caja y actividades contables internas
Srta. Stefanie Marlene Crespín Vera	Liquidadora	Revisa los actos registrales y liquida los valores según la cuantía de las escrituras y certificados
Srta. Yamileth Odalys Sabando Vaca	Recaudadora	Se encarga de cobrar los valores liquidados y emitir las facturas correspondientes
Sr. Luis Andrés Tapia Tomalá	Entrega de documentos	Constata la documentación física y entrega los tramites ingresados.

Cuadro 1. Plantilla de trabajadores

3.4.2 Clientes

Los clientes del Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del cantón Playas con todos aquellos residentes del cantón Playas, provincia del Guayas.

3.4.3 Principales servicios

- Certificaciones de propiedad, gravámenes y limitaciones de dominio.
- Certificación de no poseer bienes en el cantón.
- Inscripciones de escrituras públicas en general.
- Inscripciones de gravámenes.
- Inscripción de hipotecas, embargos, prohibición de enajenar judicial, demandas o cualquier otra limitación del dominio.

- Inscripciones de venta de copropiedades.
- Inscripciones de organizaciones religiosas.
- Inscripciones de cambio de domicilio.
- Inscripciones de cambio de denominación.
- Inscripciones de reforma de estatutos.

3.4.4 Análisis económico financiero

Según el informe de redición de cuentas del Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del Cantón Playas, se obtuvieron los siguientes ingresos y egresos en el año 2019:

Mes	Ingresos
Enero	\$ 74,210.45
Febrero	\$ 55,375.34
Marzo	\$ 62,105.25
Abril	\$ 65,457.02
Mayo	\$ 70,056.90
Junio	\$ 59,314.28
Julio	\$ 55,167.53
Agosto	\$ 70,424.79
Septiembre	\$ 130,876.54
Octubre	\$ 60,320.75
Noviembre	\$ 52,379.19
Diciembre	\$ 54,404.73
TOTAL	\$ 810,091.77
Descuentos por tercera edad, discapacitados, convenio biess y otros	\$ 79,893.10
TOTAL	\$ 730,198.67

Figura 3. Ingresos 2019

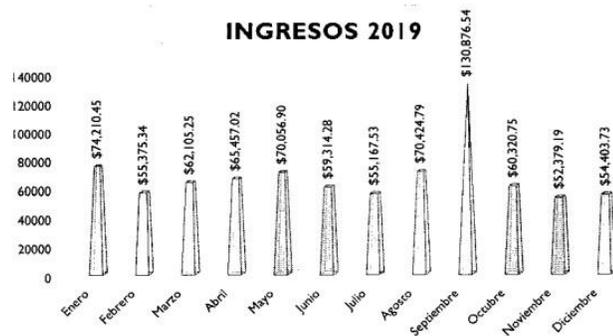


Figura 4. Gráfico ingresos 2019

Mes	EGRESOS
Enero	\$ 47,754.54
Febrero	\$ 43,643.96
Marzo	\$ 51,731.88
Abril	\$ 34,340.98
Mayo	\$ 100,043.96
Junio	\$ 89,689.32
Julio	\$ 136,221.42
Agosto	\$ 192,131.32
Septiembre	\$ 131,600.35
Octubre	\$ 46,732.69
Noviembre	\$ 282,359.37
Diciembre	\$ 133,770.64
TOTAL	\$ 1,290,020.43
DESCUENTOS POR TERCERA EDAD, DISCAPACITADOS, CONVENIO BIESS Y OTROS	\$ 79,893.10
TOTAL	\$ 1,210,127.33

Figura 5. Egresos 2019

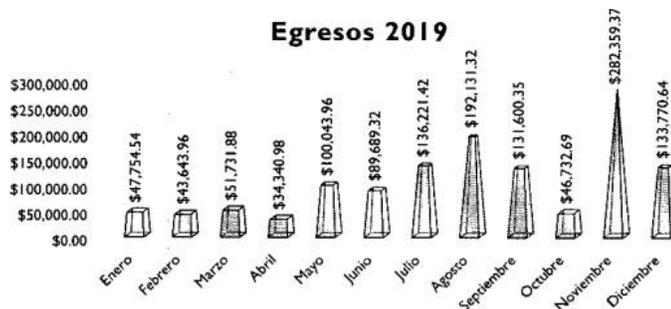


Figura 6. Gráfico egresos 2019

En el 2020, la rendición de cuentas en cuanto a los ingresos y gastos de la institución presentan los siguientes resultados:

Mes	Ingresos
Enero	\$ 55,545.86
Febrero	\$ 49,269.88
Marzo	\$ 33,704.43
Abril	
Mayo	\$ 9,984.82
Junio	\$ 34,339.03
Julio	\$ 71,991.06
Agosto	\$ 52,526.92
Septiembre	\$ 62,715.76
Octubre	\$ 78,974.60
Noviembre	\$ 75,189.58
Diciembre	\$ 123,685.69
SUB-TOTAL	\$ 647,927.63
Descuentos por tercera edad, discapacitados, convenio bless y otros	\$ 59,618.58
TOTAL	\$ 588,309.05

Figura 7. Ingresos 2020



Figura 8. Gráfico ingresos 2020

Mes	Egresos
Enero	\$ 43,234.98
Febrero	\$ 62,091.16
Marzo	\$ 45,899.33
Abril	\$ 5,191.18
Mayo	\$ 30,956.57
Junio	\$ 31,941.70
Julio	\$ 96,867.37
Agosto	\$ 49,950.25
Septiembre	\$ 35,643.89
Octubre	\$ 47,487.67
Noviembre	\$ 40,518.03
Diciembre	\$ 70,818.60
TOTAL	\$ 560,600.73

Figura 9. Egresos 2020



Figura 10. Gráfico egresos 2020

Con respecto al 2019, en el 2020 los ingresos se redujeron en un 19,43% con un total de 141.889,62 dólares de diferencia con el año anterior. Además, los gastos también presentan una reducción del 53,67%, siendo así 649.526,60 dólares menos en gastos en el 2020 que en el año 2019.

Es posible deducir que la reducción de ingresos y gastos se pudo dar a partir de la paralización de las actividades laborales por la emergencia sanitaria a la que se expuso el mundo a principios del año 2020.

3.5 Diseño de investigación

“El diseño de investigación es el planteo y descripción de los fundamentos temáticos y de los elementos, instrumentales y teóricos, que permitirán arribar un nuevo conocimiento, teniendo en cuenta las etapas que suceden en el orden lógico de todo proceso de investigación” (Sánchez, 2012).

En esta investigación se analizarán y se evaluarán los distintos aspectos que se deben tomar en cuenta para promover la satisfacción plena de los usuarios en el Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del Cantón Playas para ejecutarlos a través de un plan de capacitación para quienes laboran en el área de atención al cliente por medio de un análisis cuantitativo enfocado en el hallazgo de dichos aspectos gracias a la utilización de técnicas y herramientas de investigación que ayudaran en la recolección e interpretación de los datos.

3.5.1 Enfoque de la investigación

“La investigación cuantitativa es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables. La investigación cualitativa evita la cuantificación” (Pita & Pértegas, 2002). Es así como podemos expresar que el enfoque de esta investigación es cuantitativo, puesto que trata de determinar las fuerzas de correlación entre las variables del estudio para de esta manera objetivar los resultados de su muestra e inferir en la población y en el problema que se tiene presente.

3.5.2 Tipo de Investigación

El estudio es de tipo descriptivo, la investigación parte del análisis de los aspectos (variables) que integran la problemática para conocer, medir, evaluar y explicar sus elementos antes constituidos de una forma más afianzada, según Sabino (1996) “Es imposible teorizar o explicar aquello que no se conoce en sus partes constitutivas”, por ende es prioritario analizar el problema partiendo de su fundamentación, para que al momento de la obtención de los resultados y su respectiva medición, estos se lleven a cabo eficazmente”.

Debido a que su objetivo parte de la relación directa entre las variables (dependiente e independiente) de la investigación, es indispensable para el Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del Cantón Playas que se establezca una conexión entre el servicio al cliente y la satisfacción de este como factores netamente involucrados en el estudio.

3.6 Población y muestra

3.6.1 Población

Según el autor Arias (2012), define la población como “el conjunto finito e infinito de elementos con características comunes, para los cuales serán

extensivas las conclusiones de investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio”.

La población, como fue explicada brevemente con anterioridad, constituye el grupo poblacional destinado a ser objeto de la investigación, para el Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del Cantón Playas, su población se ve reflejada los empleados de la institución siendo delimitado por la temática del problema enfocado en quienes imparten la atención al usuario (9 empleados).

Se determinan además dos tipos de población:

Población finita

“Se conoce el tamaño. Existe un marco muestral donde hallar las unidades de análisis (marcos muestrales semejantes a listas, mapas, documentos)” (1994). Las poblaciones finitas comprenden una limitación de los elementos que las integran.

Puesto que los empleados de la institución a estudio son un conjunto de elementos limitado, se puede definir a este grupo poblacional como población finita correspondiente a la presente investigación.

Población infinita

“No se conoce el tamaño y no se tiene la posibilidad de contar o construir un marco muestral (listado en el que encontramos las unidades elementales que componen la población)” (1994). Al no establecer un límite, se puede expresar que la población infinita constituye un conjunto ilimitado de elementos no contables sino deducibles.

3.6.2 Muestra

El comunicador social, Luis López (2004), define a la muestra como “Un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. La muestra es una parte representativa de la población”. Con base en la descripción de López, se puede expresar que la muestra parte de la población a estudio, pero en este caso la muestra y la población coinciden en los mismos aspectos. Hernández, citado en (Castro Márquez, 2003), propone que, si los elementos que integran la población no son mayores o iguales a 50, entonces la población será igual a la muestra.

Haciéndose énfasis en lo antes expuesto, la muestra, por ende, corresponde a los mismos empleados que integran la población.

Muestreo

Según lo expuesto por María Mata (1994), el muestreo “consiste en un conjunto de reglas, procedimientos y criterios mediante los cuales se

selecciona un conjunto de elementos de una población que representan lo que sucede en toda esa población". El muestreo en sí, implica la selección de elementos partiendo de donde se hallan, es decir, la población.

Es posible identificar dos tipos de muestreo, siendo uno de ellos participe de esta investigación, estas son:

Muestreo probabilístico

"Cada uno de los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados para la muestra" (Pineda, De Alvarado, & De Canales, 1994).

El muestreo probabilístico, como su palabra lo indica, fundamenta la elección de los elementos de la muestra en la probabilidad seleccionando de forma al azar o netamente aleatoria.

Muestreo no probabilístico

"Es conocido como muestreo por conveniencia, no es aleatorio, razón por la que se desconoce la probabilidad de selección de cada unidad o elemento de la población" (Pineda, De Alvarado, & De Canales, 1994). Aquí la probabilidad no es imprescindible.

Es llamado también muestreo intencionado, debido que los elementos para la muestra tienen parámetros y criterios que deben cumplir para ser selectos.

Dado que esta investigación toma todos los elementos de la población como muestra, no existe una posibilidad igualitaria de selección de los elementos puesto que todos son seleccionados.

3.7 Técnicas e instrumentos de la investigación.

“Las técnicas son los medios empleados para recolectar información, entre las que destacan la observación, cuestionario, entrevistas, encuestas” (Puñelas, 2008).

Como técnicas de investigación implementadas en este estudio se hallan la encuesta y la entrevista, todo con el fin de recopilar la información necesaria para su análisis e interpretación debida que permita la generación de una respuesta ante la problemática principal antes expuesta.

3.7.1 Encuesta

Avendaño (2006) explica que “las encuestas son una estrategia cuyo propósito es obtener información. La información obtenida es válida sólo para el periodo en que fue recolectada, ya que tanto en las características como las opiniones pueden variar con el tiempo”. Sintetizando, el tipo de encuesta aplicada en esta investigación se clasifica es de hechos y opinión, puesto que

es destinada a conocer las distintas apreciaciones que el personal del servicio al cliente presenta en cuanto a las capacitaciones laborales en general.

Propiamente el instrumento al cual se recurre para realizar una encuesta es a la hoja de encuesta, está estructurada de una forma sencilla que consta de una serie de preguntas, abiertas o cerradas dependiendo de su objetivo, la cual permite recopilar información con rapidez. Cabe recalcar que es recomendable no saturar el instrumento de información innecesaria debido a que esta podría interferir en la interpretación correcta de las preguntas que contenga.

3.7.2 Entrevista

“La entrevista es una técnica de gran utilidad, se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar. Es un instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo coloquial”, explica la investigadora Laura Díaz (2013).

La entrevista propone una de las fuentes de obtención de datos más oportuna para la investigación, esta se realiza a través de un dialogo con los actores primarios de la problemática en el cual, mediante preguntas previamente analizadas, permita conocer el cómo, por qué y otras cuestiones

que generen una mejor comprensión del problema y consecuente a esto, una formulación adecuada de la solución.

El instrumento que se utiliza para llevar a cabo una entrevista es el cuestionario, la diferencia que existe entre las preguntas de una encuesta y una entrevista, es que únicamente las preguntas de una entrevista son de tipo abierta, esperando obtener una respuesta más formulada y fortalecida con argumentos y aportes personales como anécdotas y experiencias, permitiendo de tal forma un desenvolvimiento en las respuestas que cada individuo proponga.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis de la encuesta.

Ítems No. 1.



Figura 11. Horas destinadas para una capacitación

Análisis e interpretación

El 67% de los trabajadores encuestados expresaron que el total de horas que dedicarían a un programa de capacitación para cumplir con todas las actividades diarias se veía reflejado en un intervalo de 2 a 4 horas, mientras que un 22% dieron a conocer que para ellos de 5 a 7 horas era una opción más conveniente.

Ítems No. 2.

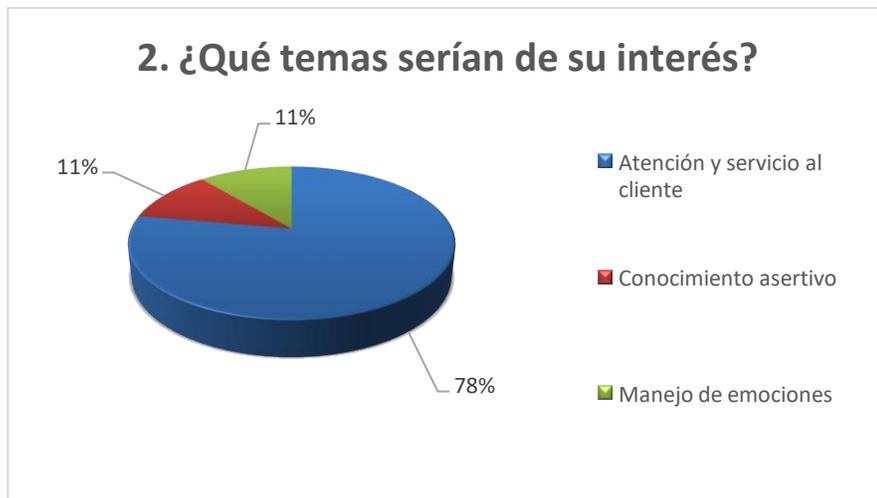


Figura 12. Temas de interés para capacitación

Análisis e interpretación

El 78% indicado en el gráfico corresponde al porcentaje de aquellos trabajadores, que con base en la pregunta que les permitía seleccionar un tema del cual estarían interesados en ejecutar dentro del programa de capacitación, optaron por la atención y el servicio al cliente.

Ítems No. 3.



Figura 13. Días para realizar la capacitación

Análisis e interpretación

La mayor parte de los encuestados expresaron que para ellos sería mucho más conveniente que el programa de capacitación para el área del servicio al cliente propuesto sea realizado en días entre semana, solo un 11% de los trabajadores preferirían que se realice en fines de semana.

Ítems No. 4

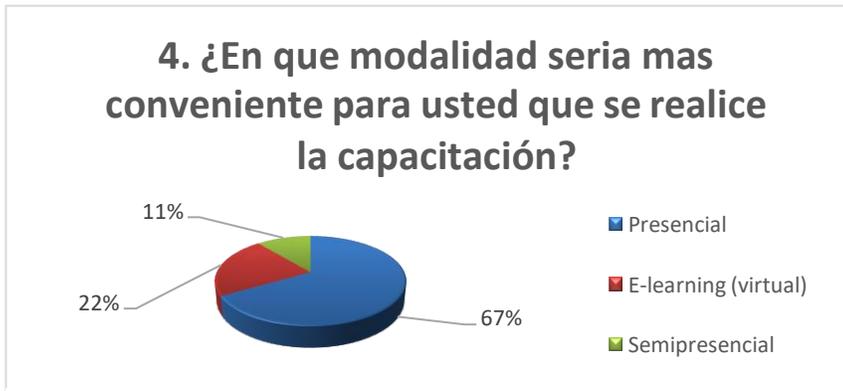


Figura 14. Modalidad conveniente para realizar la capacitación

Análisis e interpretación

Un porcentaje considerable, hablando del 67% de trabajadores encuestados, propusieron que la modalidad presencial es la forma más eficiente en la que el programa de capacitación debería ser desarrollado.

Ítems No. 5.

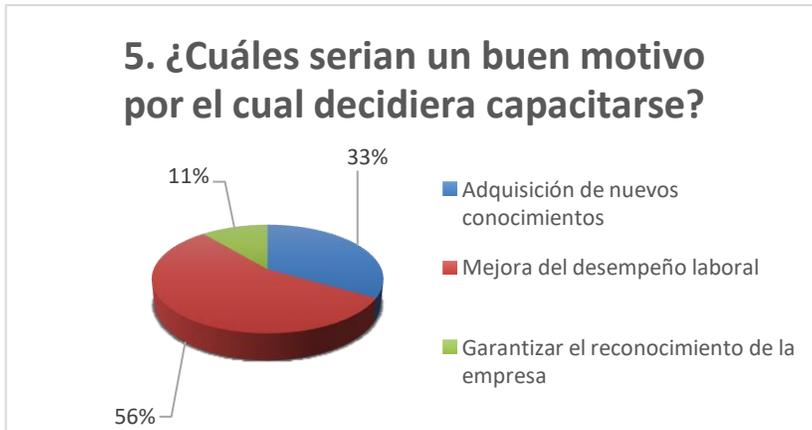


Figura 15. Motivo por el cual decidiera capacitarse

Análisis e interpretación

Más de la mitad de los encuestados, haciendo referencia al 56%, dio a conocer que una de las razones por las cuales decidiera capacitarse sería por motivos de mejorar su desempeño laboral, el 33%, siendo otra cifra que destaca en la pregunta asignada, presentaba como selección de motivo relevante la adquisición de nuevos conocimientos.

Ítems No. 6.

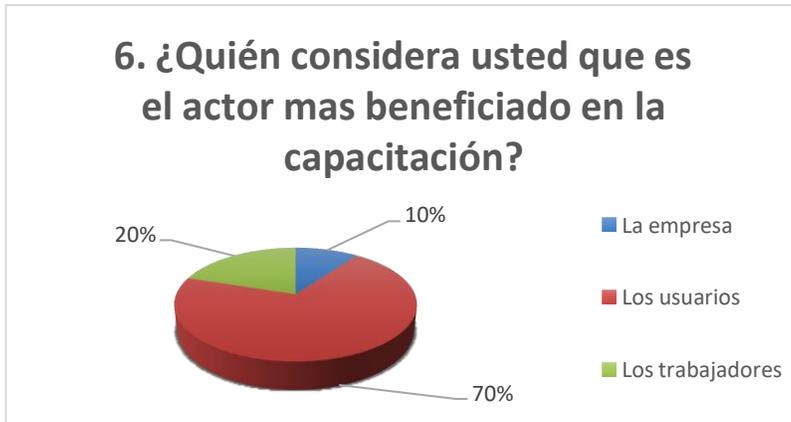


Figura 16. Actor más beneficiado en la capacitación

Análisis e interpretación

Los datos afirman que la mayor parte de los encuestados concuerdan en determinar a los usuarios como el actor más beneficiado tras un proceso de capacitación.

Ítems No. 7.

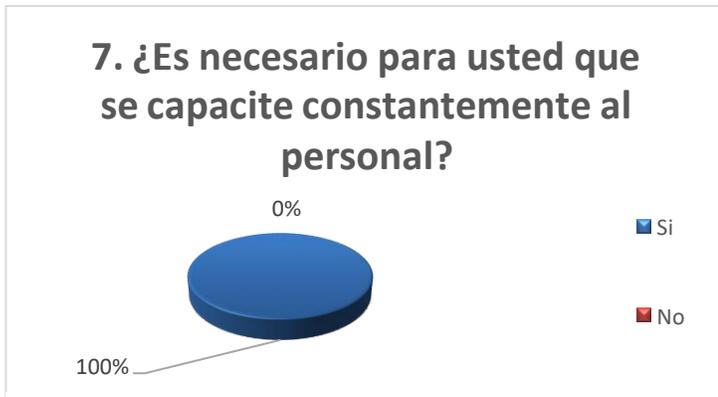


Figura 17. Necesidad de capacitar constantemente al personal

Análisis e interpretación

En cuanto a si es necesario capacitar constantemente al personal de trabajo en este ámbito, como es atención al cliente, los encuestados en su totalidad estuvieron de acuerdo en que si es oportuno llevar a cabo esta acción.

Ítems No. 8

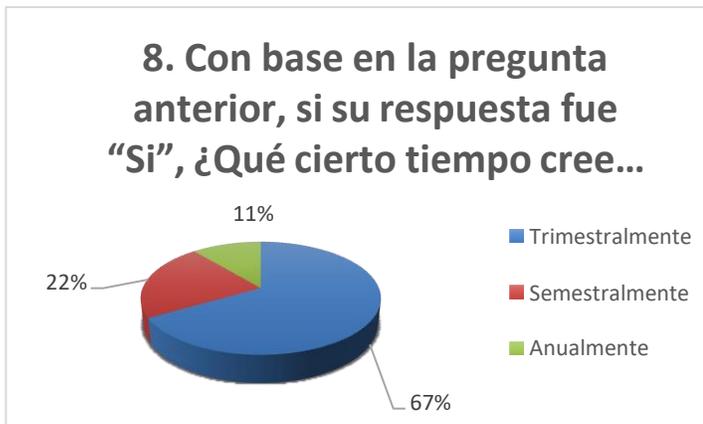


Figura 18. Tiempo conveniente para capacitar al personal

Análisis e interpretación

Conociendo que para los empleados es adecuado que se realice capacitaciones en la institución constantemente, el 67% de estos propone que se lleve a cabo de forma trimestral (cada 3 meses).

Ítems No. 9

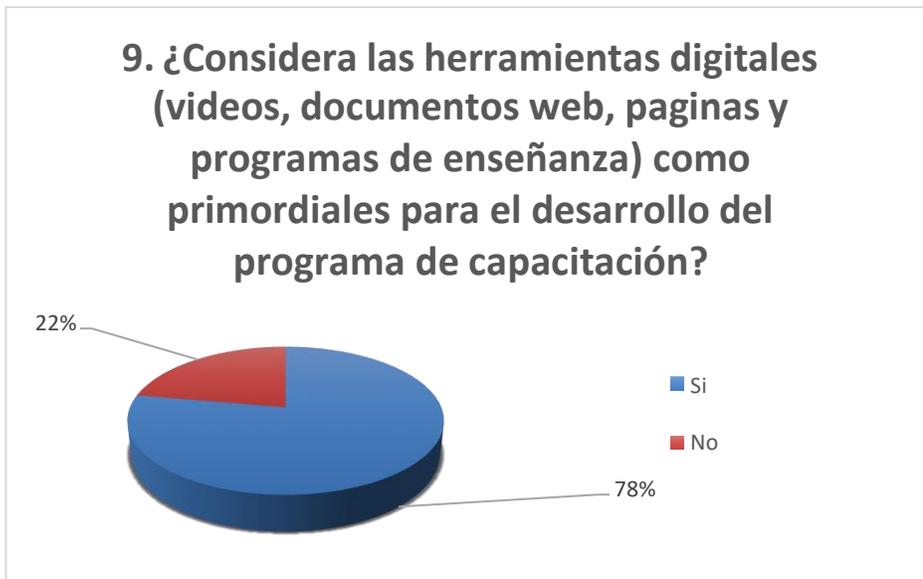


Figura 19. Herramientas digitales para la capacitación

Análisis e interpretación

Para la mayor parte de los empleados (67%), es primordial el uso de herramientas digitales para agilizar el proceso de enseñanza en los temas a tratar en los programas de capacitación.

Ítems No. 10



Figura 20. Los capacitadores miembros de la institución

Análisis e interpretación

El 67% de los encuestados concuerda en que no es necesario que quienes impartan la enseñanza en el programa de capacitación sean explícitamente miembros de la institución en la cual ejercen su labor.

Ítems No. 11.



Figura 21. Temas apropiados

Análisis e interpretación

Un 45% de los trabajadores respondieron que uno de los temas que más considerarían tratar en el programa de capacitación es la comunicación efectiva, además, un porcentaje similar, hablando del 44% propuso el trabajo en equipo como otro tema que debería tomarse en consideración.

4.2 Análisis de la entrevista

Entrevista para empleados

Instituto Superior Universitario Bolivariano de Tecnología

Propuesta de un plan de capacitación para el servicio al cliente para el personal del Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del Cantón Playas

Objetivo: Determinar las distintas aptitudes a fortalecer y percepciones sobre capacitación que tienen los encargados del área de atención al usuario del Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del Cantón Playas.

1. ¿Cómo usted evalúa el desempeño laboral de los trabajadores respecto a la actividad que realizan?

El desempeño laboral de los empleados del área de atención al usuario es medido con base en la satisfacción que el cliente demuestra, puesto que, en varias ocasiones, el usuario a través de críticas y comentarios demuestra los aspectos relevantes y los nada favorables de la atención proporcionada.

2. ¿Cree usted que los programas de capacitación son efectivos para mejorar el desempeño laboral de los trabajadores?

Si, debido a que una buena capacitación ayuda a mejorar las habilidades que poseen los empleados para efectuar con más efectividad sus funciones dentro de la institución.

3. ¿Considera usted que la capacitación podría aumentar la productividad del personal de la institución, si se realizara con más frecuencia?

Si, puesto que el capacitar a los empleados de manera frecuente los hará mantenerse a la par con los nuevos procesos integrados a la institución, además de ampliar sus conocimientos en distintos ámbitos, tanto en el social como en el laboral.

4. ¿Considera que el capacitarse constantemente contribuye a un progreso personal y profesional?, ¿Por qué?

Si, porque tiene beneficios a largo plazo, una vez que los empleados comprendan eficazmente los temas a tratar dentro de la capacitación, ejecutarlos se volverá más fácil y traerá consigo la satisfacción plena de los usuarios que hacen uso de los servicios de la institución.

5. ¿Qué problemas usted cree que suelen presentarse con más frecuencia en el área del servicio al cliente?

El descontento de los usuarios por demora en documentación solicitada, las quejas por no recibir un trato adecuado de quienes imparten la atención hacia ellos, entro otros casos como la pérdida del seguimiento de determinados procesos.

6. ¿Cuáles serían las áreas del conocimiento que deberían tenerse en cuenta para la capacitación?

- Técnicas de comunicación

- Gestión de satisfacción al usuario
- Generación de confianza y fidelidad
- Proactividad

Nombre del entrevistador: Génesis Hermenejildo Méndez

Nombre de la empresa: Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del Cantón Playas

Área: Registraduría

Nombre del entrevistado: Abg. Jorge Martinetti Pita

Cargo que desempeña: Registrador

4.3 Plan de mejoras

Programa de capacitación

1. Identificación y análisis de las necesidades de la empresa

Luego de los resultados de las encuestas y entrevistas, y su debido análisis e interpretación, fue posible determinar que quienes imparten la atención al cliente en el Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del Cantón Playas necesitan reforzar temas tales como el servicio y la atención al cliente, el trabajo en equipo y técnicas de comunicación, puesto que la ejecución no adecuada de diversas actividades que integra la institución con relación a los aspectos antes mencionados, da como consecuencia la insatisfacción de los usuarios que frecuentan la prestación de sus servicios.

2. Definición de los objetivos

Objetivo general

Proveer capacitaciones constantes integradas por la implementación de nuevos conocimientos, orientación en temas de suma importancia y el refuerzo de distintas habilidades laborales a los encargados de la atención al usuario en el Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del Cantón Playas para lograr la mejora continua en el desarrollo de sus actividades y la satisfacción

de los usuarios y de los potenciales clientes de la institución, además de promover el posicionamiento de la empresa por su calidad en servicio.

Objetivos específicos

- Enseñar y aplicar estrategias y técnicas de atención al cliente para garantizar en ellos la generación de confianza en las actividades de la institución.
- Brindar conocimientos que ayuden a reforzar las habilidades comunicativas del personal a través de una buena comprensión expresiva y oral con otros miembros de la institución y los clientes.
- Proveer información que permita generar un ambiente laboral eficiente a través del desarrollo de buenas prácticas para optimizar la productividad de los empleados.

3. Dirección del programa de capacitación

El presente plan de capacitación está destinado para los seis empleados que se encargan de atender y brindarles información oportuna a los usuarios del Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del Cantón Playas.

Detección de necesidades		Día: 29	Mes: OCT Año: 2021
No.	Empleado	Puesto	Necesidad detectada
1	Jorge Alberto Martinetti Pita	Registrador	Comunicación efectiva
2	Pedro Geovanny Mite Jacome	Jefe administrativo	Trabajo en equipo
3	Betty Jesenia Palma Diaz	Jefe financiero	Comunicación efectiva
4	Stefanie Marlene Crespín Vera	Liquidadora	Trabajo en equipo
5	Yamileth Odalys Sabando Vaca	Recaudadora	Atención y servicio al cliente
6	Luis Andrés Tapia Tomalá	Entrega de documentos	Comunicación efectiva
7	Stefanie Marlene Crespín Vera	Liquidadora	Trabajo en equipo
8	Yamileth Odalys Sabando Vaca	Recaudadora	Atención y servicio al cliente
9	Luis Andrés Tapia Tomalá	Entrega de documentos	Comunicación efectiva

Cuadro 2. Detección de necesidades

4. Diseño del programa de capacitación

Tipo de capacitación

Este plan de capacitación es de tipo correctivo puesto que busca sistemáticamente erradicar los malos hábitos y tratos inadecuados hacia los clientes para proporcionar una mejora en la situación principal a la que se enfrenta el Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del Cantón Playas la cual tiene que ver con la insatisfacción de sus clientes.

Orientación de la capacitación

Esta capacitación se ve orientada en la especialización del tema “Servicio y atención al cliente”, además de orientarse también en el perfeccionamiento de las funciones de los empleados el cual propone ampliar los conocimientos y reforzar las habilidades del personal de trabajo para cumplir con las expectativas del usuario.

Nivel de la capacitación

El nivel de esta capacitación es de tipo intermedio enfocado en orientar a los trabajadores en sus actividades laborales recurrentes para incrementar su desempeño y el mejoramiento de sus aptitudes y habilidades.

Capacitadores:

- Expertos en atención al cliente.
- Psicólogos comunicacionales.
- Expertos en trabajo en equipo y RRHH.

Elaboración del presupuesto

Por día

Cuadro 3. Presupuesto diario

Artículo	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Refrigerios a capacitados	9	2,00	18,00
Viáticos a capacitadores	3	6,00	18,00
Total			36,00

Por mes

Cuadro 4. Presupuesto mensual

Artículo	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Resma de hojas de papel A4	2	3,00	6,00
Carpetas archivadoras	12	0,50	6,00
Lápices	12	0,30	3,60
Tinta de impresoras	1	24,00	24,00
Pago a capacitadores	3	80,00	240,00
Total			279,60

Al finalizar el curso

Cuadro 5. Presupuesto al finalizar el curso

Artículo	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Certificados	9	45,00	405,00
Total			405,00

Formato de la capacitación: Modalidad

Con base en los datos proporcionados por las encuestas, fue posible determinar el tipo de modalidad de la capacitación, siendo esta presencial, caracterizada por la interacción directa que tiene el capacitado con los miembros del equipo capacitador.

La capacitación en esta modalidad será llevada a cabo tomando en cuenta las respectivas medidas de bioseguridad haciendo énfasis en el resguardo de la salud de todos los individuos involucrados en la actividad.

Infraestructura

El lugar donde se realizará la capacitación será en la sala destinada únicamente para esta actividad que forma parte del Registro Municipal de la Propiedad y mercantil del Cantón Playas, la cual cuenta con ciertas herramientas que facilitaran el proceso de aprendizaje como proyectores, escritorios, mesas, sillas y demás.

Contenido temático del curso

Modulo	Tema	Objetivo	Subtemas	Facilitador	Horas	Autónomas	Metodología	Lugar
1	Servicio y atención al cliente	Contribuir en la implementación de nuevas estrategias y técnicas de atención al cliente que garanticen la satisfacción de los usuarios de la institución y el buen aprovechamiento de las actividades el personal	Conceptos básicos del servicio al cliente	Experto en servicio al cliente	2	2	Teórico Interactivo	Sala de capacitación del Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del Cantón Playas
			Beneficios tangibles de una excelente atención al usuario		2	2	Teórico Interactivo	
			Funciones y responsabilidades del personal de atención al cliente		3	2	Teórico Interactivo Taller	
			Técnicas de atención al cliente		4	2	Teórico Interactivo Práctico	
2	Técnicas de comunicación efectiva	Desarrollar habilidades comunicativas que le permitan al personal realizar sus actividades de la forma más oportuna posible a través del buen entendimiento con sus colegas y clientes	¿Qué es la comunicación efectiva?	Psicólogo comunicacional	2	2	Teórico Interactivo	Sala de capacitación del Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del Cantón Playas
			Temperamento y axiomas de la comunicación		4	2	Teórico Interactivo Taller	
			El lenguaje corporal		2	2	Teórico Interactivo	
			Manejo de las emociones		4	2	Teórico Interactivo Práctico	
3	Trabajo en equipo	Promover el desarrollo de la institución a través de un progreso interno basado en el fortalecimiento de las relaciones sociales entre los distintos empleados	¿Qué es el trabajo en equipo y cuál es su importancia?	Experto en trabajo en equipo y RRHH	2	2	Teórico Interactivo	Sala de capacitación del Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del Cantón Playas
			Valores que promueven el fortalecimiento del trabajo en equipo		3	2	Teórico Interactivo Taller	
			Pasos para formar un equipo de trabajo eficiente		4	2	Teórico Interactivo Práctico	
			Ventajas del trabajo en equipo en el ambiente laboral		3	3	Teórico Interactivo	

Cuadro 6. Contenido temático del curso

Duración

El programa de capacitación tendrá una duración de 15 semanas, 1 día por semana que comprende de 2 a 3 horas por día de clase, y en la misma cantidad el aprendizaje autónomo de los capacitados con un total de 60 horas que le permitirán al capacitado en 3 meses y medio aprender no tan solo la teoría y ejemplos de los temas a reforzar sino también ponerlos en práctica con la respectiva evaluación de sus conocimientos.

CRONOGRAMA

Meses	Mes 1			Mes 2			Mes 3			Mes 4					
	Semanas														
Actividades	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Explicación del curso	-														
Módulo I: introducción al servicio y atención al cliente															
Clase: beneficios intangibles de la excelente atención al cliente		-													
Clase: funciones y responsabilidades del personal de atención al usuario (Taller)			-												
Técnicas de atención al cliente (evaluación práctica)				-											
Evaluación teórica-práctica del módulo 1					-										
Módulo II: Introducción a la comunicación efectiva						-									
Taller del temperamento y axiomas de la comunicación							-								
Clase: lenguaje corporal (Taller)								-							
Clase: Manejo de las emociones									-						
Evaluación teórica-práctica del módulo II										-					
Módulo III: Trabajo en equipo											-				
Clase: trabajo en equipo y su importancia												-			
Clase: valores que promueven el fortalecimiento del trabajo en equipo (Taller)													-		
Clase: pasos para formar un equipo de trabajo (evaluación práctica)														-	
Clase: Ventajas del trabajo en equipo															-
Evaluación teórica-práctica del módulo III															-

Cuadro 7. Cronograma

CONCLUSIONES

El reconocimiento de la necesidad de un plan de capacitación fue dado por los empleados involucrados en el estudio, además, el identificar cada una de estas necesidades contribuyó a que se facilite la comprensión de estos temas en su totalidad y permitirse que se integren en el programa debido a la importancia que se demostró en promover su fortalecimiento.

La metodología utilizada y sus herramientas respectivas fueron de gran utilidad para reconocer las necesidades de forma inmediata.

Es así como, a través de la puesta en práctica de los conocimientos que se irán aprendiendo a través del programa de capacitación en las actividades que son realizadas por el personal del Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del Cantón Playas sea posible el alcance los objetivos previamente propuestos, evaluando su efectividad por medio de la satisfacción de los usuarios que prestan los distintos servicios de la institución.

RECOMENDACIONES

- Proporcionar información previa al programa de capacitación sobre la utilidad, los beneficios y el motivo por el cual se va a ejecutar tal actividad dentro de la institución.
- Considerar la identificación de necesidades para la comprensión de los temas a reforzar en cada uno de los empleados.
- Facilitar el proceso de aprendizaje.
- Tomar en cuenta los valores obtenidos en las evaluaciones de cada módulo del programa de capacitación para tener conocimiento del nivel de desempeño de los capacitados.
- Una vez finalizado el programa, darles seguimiento a las actividades del personal para identificar las mejoras propuestas.

BIBLIOGRAFIA

- Alcalá, E. M. (2011). *El clima organizacional en una institución pública de educación superior*. (U. d. Papaloapan, Ed.) San Juan Bautista.
- Amparo, S. (1998). *Introducción al Turismo*. (O. M. Turismo, Ed.) Madrid, España.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación* (6ta ed.). Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/301894369_EL_PROYECTO_DE_INVESTIGACION_6a_EDICION
- Ávila Ortiz, J. D. (2016). *Diagnóstico de necesidades de capacitación para la empresa "Importadora Tomebamba S.A." en el periodo 2015-2016*.
- Avnedaño. (2006). *Las encuestas como técnicas de investigación*.
- Bendaanane, M. (2018). *El proceso de capacitar*.
- Casadiegos, M. R. (2015). *Todo Sobre Comunicación*. Obtenido de <https://todosobrecomunicacion.com/comunicacion-assertiva/>
- Casas. (2007). *Imagen empresarial*.
- Castro Márquez, F. (2003). *El proyecto de investigación y su esquema de elaboración* (2da ed.). Caracas: Uyapar.
- Chiavenato. (2007). *Desempeño*.
- Chiavenato, I. (2001). *Avances y desafíos en la gestión de recursos humanos en el nuevo milenio*.

Constitución de la Republica Del Ecuador. (2008).

Del toro Cabrera, A. (2015). Gestión de las relaciones interpersonales para lograr el éxito en las empresas de servicios. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 11(1), 75-83.

Del toro Cabrera, A. (2016). Técnicas de servicio en el restaurante. Guayaquil, Ecuador: EDITOGRAN "El Telégrafo".

Del toro Cabrera, A. (2019). La concepción de cliente y su repercusión en la calidad del Servicio en el restaurante. RES NON VERBA.

Del toro Cabrera, A., Salinas, S., & Villavicencio, N. (2016). *Calidad en servicio al cliente factor Preponderante para el crecimiento de Emprendedores de negocios de restaurantes del Sector norte de la ciudad de Guayaquil- Ecuador*. Mar del Plata, Argentina: XVII ENCUENTRO RED MOTIVA.

Diaz, L. (2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico*.

Evans, & Lindsay. (2000). *Aprendizaje*.

Fuentes, T. (2014). *Capacitación laboral en las empresas*.

Gallwey. (2013). *Expectativa*.

Gómez, P. (1988). *Concepto de educación*.

Hayes. (2004). *Actitud de usuario*.

- Infante Becerra, V. (2017). *Mirada histórica al proceso de capacitación en el mundo* (Vol. 15). Obtenido de <https://mendive.upr.edu.cu/index.php/MendiveUPR/article/view/972>
- Jamaica González, F. M. (2015). *Los beneficios de la capacitación en el desarrollo personal de las pequeñas empresas.*
- Lara, P. (2013). *Generando rentabilidad con el servicio al cliente.* Obtenido de <https://pedrolarav.com/2013/02/10/generando-rentabilidad-con-el-servicio-al-cliente/>
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. (2000).
- Ley Orgánica del Servicio Público, LOSEP. (2010).
- Lira Mejía, M. (2009). *¿Cómo puedo mejorar el servicio al cliente?*
- Lopez, P. (2004). *Poblacion, muestra y muestreo.*
- Martinez. (2007). *Atención al cliente.*
- Mata, M. (1994). *Cómo conocer la audiencia de una emisora.*
- Mitnik, F., & Coria, A. (2006). *Una perspectiva histórica de la capacitación laboral.*
- Norma Técnica del Subsistema de Formación y capacitación. (2014).
- Oliver, R. (1980). *A conceptual model of service quality and service satisfaction* (Vol. 2). *Advances in services marketing and management: Research and practice.*

- Pineda, B., De Alvarado, E., & De Canales, F. (1994). *Metodología de la investigación, manual para el desarrollo de personal de salud.*
- Pineda, B., De Alvarado, E., & De Canales, F. (1994). *Metodología de la investigación, manual para el desarrollo de personal de salud.*
- Puñelas, R. (2008). *Técnicas de investigación.*
- Quintero, P. (2013). *Capacidades de innovación, desempeño innovador y desempeño organizacional en empresas del sector servicios.* Colombia.
- Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del Canton Playas. (2015). *Mision.*
- Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del Cantón Playas. (2015). *Visión.*
- Reglamento General a la Ley Orgánica del Servicio Público. (2011).
- Romero, G. (2008). *Historia de la capacitacion .*
- Santos, P. (2018).
- Schiffman. (2010). Comportamiento del consumidor. Obtenido de <https://repositorio.unan.edu.ni/3924/1/3084.pdf>
- Serna. (2006). *Servicio al cliente.*
- Sesame. (2021). *Definición de capacitación.*
- Sleight. (1993). *Una historia de desarrollo de la formación en los Estados Unidos y Europa.*

Sosa, M. (2016). *Desarrollo industrial y educación técnica* .

Taylor. (1911). *Eficiencia de la organizacion*.

Thompson, Peteraf, Gamble, & Strickland. (2012). *Lo que es la estrategia*.

Villalobos Monroy, G. (2009). *Perspectiva de la teoría del capital humano acerca de la relación entre educación y desarrollo económico*.

ANEXOS



Entrevista para empleados

Instituto Superior Universitario Boliviano de Tecnología

Propuesta de un plan de capacitación para el servicio al cliente para el personal del Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del Cantón Playas

Objetivo: Determinar las distintas aptitudes a fortalecer y percepciones sobre capacitación que tienen los encargados del área de atención al usuario del Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del Cantón Playas.

1. ¿Cómo usted evalúa el desempeño laboral de los trabajadores respecto a la actividad que realizan?
2. ¿Cree usted que los programas de capacitación son efectivos para mejorar el desempeño laboral de los trabajadores?
3. ¿Considera usted que la capacitación podría aumentar la productividad del personal de la institución, si se realizara con más frecuencia?
4. ¿Considera que el capacitarse constantemente contribuye a un progreso personal y profesional?, ¿Por qué?
5. ¿Qué problemas usted cree que suelen presentarse con más frecuencia en el área del servicio al cliente?
6. ¿Cuáles serían las áreas del conocimiento que deberían tenerse en cuenta para la capacitación?

Nombre del entrevistador: Génesis Hermenejildo Méndez

Nombre de la empresa:

Área:

Nombre del entrevistado:

Cargo que desempeña:

Figura 22. Guía de entrevista

Encuesta para el personal

Instituto Superior Universitario Boliviano de Tecnología

Propuesta de un plan de capacitación para el servicio al cliente para el personal del Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del Cantón Playas

Objetivo: Conocer los aspectos importantes para la capacitación prevista de los empleados del área de atención al cliente del Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del Cantón Playas.

Marque con un "O" en su respuesta con base en las siguientes preguntas:

	Aspectos
1.	¿Cuántas horas destinaria usted a la semana para una capacitación laboral? <input type="checkbox"/> 2 a 4 horas <input type="checkbox"/> 5 a 7 horas <input type="checkbox"/> más de 7 horas
2.	¿Qué temas serian de su interés? <input type="checkbox"/> Atención y servicio al cliente <input type="checkbox"/> Conocimiento asertivo <input type="checkbox"/> Manejo de emociones
3.	¿Qué días estaría dispuesto para cumplir con su capacitación? <input type="checkbox"/> Días entre semana <input type="checkbox"/> Fines de semana
4.	¿En que modalidad seria mas conveniente para usted que se realice la capacitación? <input type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> E-learning (virtual) <input type="checkbox"/> Semipresencial
5.	¿Cuáles serian un buen motivo por el cual decidiera capacitarse? <input type="checkbox"/> Adquisición de nuevos conocimientos <input type="checkbox"/> Mejora del desempeño laboral <input type="checkbox"/> Garantizar el reconocimiento de la empresa

Figura 23. Guía de encuesta

6.	<p>¿Quién considera usted que es el actor mas beneficiado en la capacitación?</p> <p><input type="checkbox"/> La empresa</p> <p><input type="checkbox"/> El usuario</p> <p><input type="checkbox"/> Los trabajadores</p>
7.	<p>¿Es necesario para usted que se capacite constantemente al personal?</p> <p><input type="checkbox"/> Si</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>
8.	<p>Con base en la pregunta anterior, si su respuesta fue "Si", ¿Qué cierto tiempo cree mas conveniente capacitar al personal?</p> <p><input type="checkbox"/> Trimestralmente</p> <p><input type="checkbox"/> Semestralmente</p> <p><input type="checkbox"/> De forma anual</p>
9.	<p>¿Considera las herramientas digitales (videos, documentos web, paginas y programas de enseñanza) como primordiales para el desarrollo del programa de capacitación?</p> <p><input type="checkbox"/> Si</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>
10.	<p>¿Es ideal para usted que los capacitadores seas miembros de la institución en la cual usted trabaja?</p> <p><input type="checkbox"/> Si</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p><input type="checkbox"/> Neutral</p>
11	<p>¿Consideraría apropiado tratar temas como?</p> <p><input type="checkbox"/> Comunicación efectiva</p> <p><input type="checkbox"/> Trabajo en equipo</p> <p><input type="checkbox"/> Manejo de conflicto</p>



Figura 24. Indicaciones de llenado de encuesta



Figura 25. Indicaciones de llenado de encuesta



Figura 27. Indicaciones de llenado de encuesta

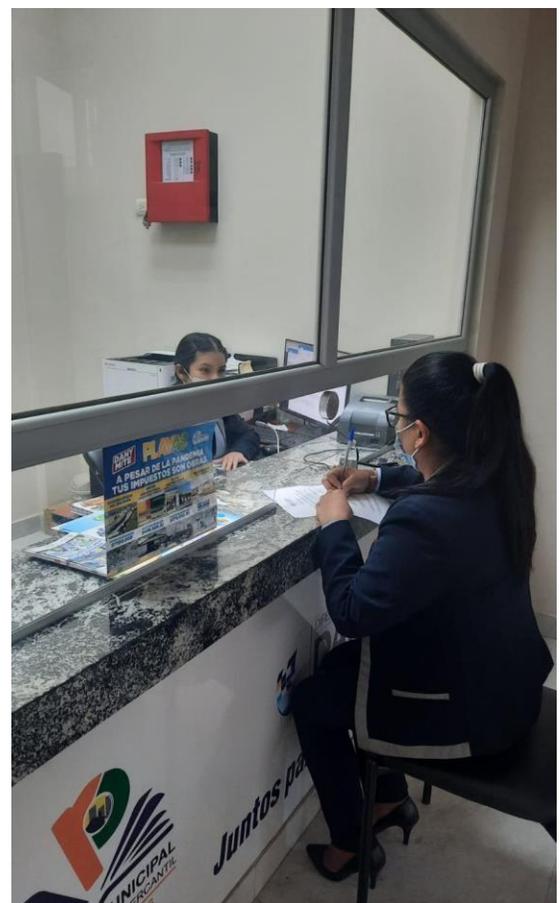


Figura 26. Indicaciones de llenado de encuesta



Figura 28. Entrevista



Figura 29. Entrevista