



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

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

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

Propuesta de cursos de capacitación continua, en la mejora del servicio al usuario que brinda la Policía Nacional del Ecuador.

Autor: Nivicela Calero Víctor Fernando

Tutor: Ing. Javier Jiménez Peralta, Mgtr.

Guayaquil – Ecuador

2018

DEDICATORIA

He podido constatar que para conseguir el éxito se necesita de la constancia, de un apoyo y de una razón pero principalmente se necesita de Dios.

Gracias a Dios por la oportunidad que se me dio de estudiar, gracias a mi esposa Arianna y mi hija Emily que me apoyaron siempre en cada decisión y proyecto.

Este logro es para ustedes que son mi razón; mi familia. Ustedes son mi inspiración para ser cada día mejor. Gracias por creer en mí y gracias a Dios por permitirme vivir y disfrutar de cada día. No fue fácil, pero con el apoyo de todos ustedes la carga se hizo más ligera y hoy puedo decir lo logre.

Nivicela Calero Víctor Fernando

AGRADECIMIENTO

Mi más sentido agradecimiento a mi familia, padres y hermanos por orientar día a día a que este trabajo para que llegue a una final de culminación. A mis compañeros de estudio que han formado parte de mi vida profesional, les agradezco su apoyo incondicional. A todos los docentes del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, por su calidad académica.

Nivicela Calero Víctor Fernando



CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

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

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **Propuesta de cursos de capacitación continua, en la mejora del servicio al usuario que brinda la Policía Nacional del Ecuador**, y su problema de investigación : **¿Qué incidencia tienen los cursos de capacitación continua que brinda la Escuela de Formación de Oficiales de la Policía Nacional del Ecuador en el servicio al usuario ubicado en el Distrito los Esteros del Cantón Guayaquil Provincia del Guayas en el año 2018?**, presentado por como requisito previo **Nivicela Calero Víctor** para optar por el título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

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

Presentado por el Egresado: **Nivicela Calero Víctor Fernando**

Tutor: **Ing. Javier Jiménez Peralta, Mgtr.**



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y
CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE: TECNÓLOGO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

TEMA:

Propuesta de cursos de capacitación continua, en la mejora del servicio al usuario que brinda la Policía Nacional del Ecuador

Autor: Nivicela Calero Víctor Fernando

Tutor: Ing. Javier Jiménez Peralta, Mgtr.

RESUMEN

El presente proyecto de investigación tiene la finalidad de promover los cursos de capacitación continua a todos los uniformados de la Policía Nacional para tener una autoridad de orden con conocimientos teóricos y prácticos para implementarlos en el campo profesional.

Por ende, los miembros de la policía nacional deben capacitarse de manera continua podrá cumplir con todos los requisitos en el proceso de ascenso de grado policial, todo esto se dará con el área especializada en educación continua que deberá programar las capacitaciones pertinentes para el personal.

Servicio al
Cliente

Capacitación
Continua

Usuario



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

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

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE: TECNÓLOGO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

TEMA:

Propuesta de cursos de capacitación continua, en la mejora del servicio al usuario que brinda la Policía Nacional del Ecuador

Autor: Nivicela Calero Víctor Fernando

Tutor: Ing. Javier Jiménez Peralta, Mgtr.

ABSTRACT

The present research project has the purpose of promoting the continuous training courses to all the uniformed of the National Police to have an order authority with theoretical and practical knowledge to implement them in the professional field.

Therefore, the members of the national police must be trained in a continuous manner, they will be able to meet all the requirements in the process of promotion of the police degree, all this will be done with the specialized area in continuing education that will have to schedule the pertinent trainings for the personnel.

Customer
Service

Continuous
Training

User

INDICE GENERAL

Contenido	Páginas.
DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR	iii
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
CAPITULO I	1
1. EL PROBLEMA	1
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1.1. Ubicación del problema en un contexto	1
1.2. SITUACIÓN CONFLICTO	2
1.3. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	2
1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	3
1.5. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.6. OBJETIVO	3
1.6.1. OBJETIVO GENERAL	3
1.6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
1.7. TEMA	3
1.8. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	4
2. MARCO TEORICO	5
2.1. FUNDAMENTACION TEORICA	5
2.1.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS	5
2.1.2. ANTECEDENTES REFERENCIALES	8
2.2. FUNDAMENTACION LEGAL	13
2.3. VARIABLES DE LA INVESTIGACION	17
2.4. GLOSARIO DE TERMINOS	18
3. METODOLOGÍA	19
3.1. INFORMACIÓN DE LA EMPRESA	19
CAPÍTULO IV	38
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	38
4.1. CONCLUSIONES	44
4.2. RECOMENDACIONES	45
4.3. PLAN DE MEJORA	46
Bibliografía	53

INDICE TABLA

TABLA 1. 1 SITUACIÓN CONFLICTO	2
--------------------------------------	---

INDICE GRAFICO

GRAFICO 2. 1: PROCESO DE COMUNICACIÓN	12
GRÁFICO 3. 1: SERVICIOS POLICÍA NACIONAL	21
GRÁFICO 3. 2: PLANTILLA DE MIEMBROS DE LA POLICÍA GENERAL EN EL DISTRITO 9 DE OCTUBRE	30
GRÁFICO 3. 3: ORGANIGRAMA FUNCIONAL EN DISTRITO POLICIAL	31
GRÁFICO 4. 1: ASPECTOS DEMOGRÁFICOS.....	38
GRÁFICO 4. 2: CONOCIMIENTO DEL PROGRAMA DE ASCENSO POLICÍA NACIONAL.....	39
GRÁFICO 4. 3: SERVICIO ESCUELA FORMACIÓN.....	40
GRÁFICO 4. 4: ASESORAMIENTO EDUCATIVO	40
GRÁFICO 4. 5: MATERIAS PROGRAMA EDUCATIVO	41
GRÁFICO 4. 6: MATERIAS PROGRAMA EDUCATIVO	41
GRÁFICO 4. 7: CONOCIMIENTOS ADQUIRIDOS.....	42
GRÁFICO 4. 8: CAPACITACIÓN CONTINUA	42
GRÁFICO 4. 9: COMUNICACIÓN DE CAPACITACIÓN CONTINUA	43

CAPITULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1.Ubicación del problema en un contexto

Las instituciones dedicadas a brindar un servicio de capacitación continua en la formación de personas deben otorgar una alta calidad en sus capacitaciones indistintas de la modalidad de estudio ya sea presencial, semipresencial o virtual.

Este es uno de los factores más importante que incursionan las instituciones de educación o empresas dedicadas a la preparación continua de efectuar programas acordes a la situación del usuario o cliente para otorgarle los conocimientos en el campo profesional, empresarial, sociales entre otras actividades adherentes a cada individuo.

Lo antes detallado es un componente sustancial para toda estructura organizacional de la Escuela de Formación de oficiales de la Policía Nacional del Ecuador ya que busca otorgar capacitación continuas a sus uniformados para alcanzar la mejorar en los procesos de capacitación en derechos Humanos, educación financiera, vocación de servicio a la comunidad, seguridad turística, es importante que el uniformado tenga cursos de preparación constante para mejorar los procesos y ocasionar cambios sustanciales en la cultura organizacional, mejorar el presente y ayudar a construir un futuro mejor y dar un cambio radical a la noble institución.

En la actualidad las empresas gubernamentales necesitan capacitar a su personal para crear un ambiente sano, sin embargo, lo suelen olvidarlo y es precisamente en ese momento que surgen los problemas de comunicación y bajo rendimiento en el desempeño de los uniformados.

1.2. SITUACIÓN CONFLICTO

En los actuales momentos el uniformado de la Policía Nacional para participar en un proceso de capacitación debe solicitar permiso a su inmediato superior en la Comandancia y ese proceso tiene un tiempo de retraso de mayor de 72 Horas. Un proceso que debe seguir para respetar la jerarquía de mandos superiores que existe y se fundamenta como disciplina en la institución Policial.

TABLA 1. 1 SITUACIÓN CONFLICTO

ANTECEDENTES	CONSECUENTES
Capacidad Continúa a los uniformados de la Policía Nacional	Procesos burocráticos para la capacitación continua del uniformado.
	Limitados recursos para invertir en capacitación
Cronograma de Capacitación	Inexistente área de atención al policía para la formación en temas de servicio al cliente, relaciones humanas entre otras.
Asignación Presupuestaria para docentes en la formación del uniformado.	Escasa asignación presupuestaria en la formación del Policía.

Elaborado por: Nivicela Calero Víctor Fernando

Con lo expuesto, se sugiere buscar solución al problema sustancial que tiene los uniformados en tener capacitación continua con un cronograma ideal para asistir y tener un mejor profesionalismo en su laboral ciudadana, social que tiene con los ciudadanos.

1.3. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

- Campo: Administración
- Área: Servicio al Cliente
- Aspecto: Capacitación continua, Servicio Comunitario

- Tema: Propuesta de cursos de capacitación continua, en la mejora del servicio al usuario que brinda la Policía Nacional del Ecuador.

1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué incidencia tienen los cursos de capacitación continua que brinda la Escuela de Formación de la Policía Nacional del Ecuador en el servicio al usuario ubicado en el Distrito 9 de octubre, del Cantón Guayaquil, Provincia del Guayas en el año 2018?

1.5. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

- Variable independiente: Capacitación continua
- Variable dependiente: Servicio al Usuario

1.6. OBJETIVO

1.6.1.OBJETIVO GENERAL

Desarrollar una estrategia de servicio para atender las solicitudes de capacitación continua en los uniformados de la Policía Nacional.

1.6.2.OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fundamentar teóricamente sobre cursos de capacitación continua en el servicio al usuario.
- Diagnosticar la situación actual del portafolio de servicios que posee la policía nacional del Ecuador.
- Proponer una estrategia de servicio dirigido a los uniformados de la Policía nacional en los procesos de capacitación continua dentro de su carrera profesional.

1.7. TEMA

Propuesta de cursos de capacitación continua, en la mejora del servicio al usuario que brinda la Policía Nacional del Ecuador

1.8. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

El tema de investigación tiene como objeto de estudio identificar la metodología de capacitación continua ideal para los uniformados de la policía nacional y así obtengan capacitación continua en las diferentes áreas de estudios para evitar la inadecuada capacitación y falta de atención al usuario en donde acarrearían una gran afectación no solamente a los usuarios sino también al personal que recibe la capacitación.

La reestructuración del sistema curricular de capacitación continua y atención al usuario, conlleva implícita una trascendental importancia académica al establecer una malla curricular óptima para los aspirantes al curso de Oficiales de la Policía teniendo ellos la opción de capacitarse de manera presencial, semipresencial o en línea. Cabe mencionar, que deberán seguir los lineamientos del plan de capacitación que publique la escuela de formación para adecuar los diferentes instrumentos pedagógicos necesarios para alcanzar la efectividad en la impartición de los conocimientos adquiridos por parte de los miembros policiales.

- **Relevancia Social:** La educación de una sociedad es trascendental para lograr cambios en un pueblo para beneficios de una nación.
- **Valor Teórico:** La información recopilada en el mercado nos ayudará a identificar las capacitaciones más demandadas por los clientes potenciales para cubrir esas necesidades prioritarias en su formación profesional.
- **Utilidad Metodológica:** Utilizar las técnicas de investigación correcta para la recolección de datos que nos ayuden a resolver nuestra problemática y determinar las acciones efectivas.

CAPITULO II

2. MARCO TEORICO

2.1. FUNDAMENTACION TEORICA

2.1.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Para poder hablar de formación continua hay que remontarse hasta el año 1992 (Olimpiadas de Barcelona en la exposición de Sevilla) en aquel tiempo el sistema de formación profesional considerada de dos subsistemas: La Formación Ocupacional (dirigida a desempleados y dependientes de la Administración Laboral) y la Formación Reglada (dependiente de la Administración educativa).

El nacimiento de FORCEM (Fundación para la Educación Continua) como consecuencia de la firma de los primeros acuerdos nacionales sobre formación continua, hasta ese entonces, la formación continua era prácticamente desconocida ya que el mejor de los casos la realizaban algunos trabajadores de grandes empresas.

Tanto es así que el gasto en capacitación continua en España no llegaba al 6 % del costo laboral cuando en los países de nuestro entorno solo se basa en 1,5% basado en esta información estadística de los países en vías de desarrollo no parece muy difícil pensar que las empresas no invierten en capacitar de forma continua a sus empleados para mejorar su productividad y ambiente laboral.

Origen de la Educación Continua: En los albores del Siglo XX específicamente en el año 1929 hasta 1949 en plena segunda guerra mundial, se realiza la primera conferencia internacional de Educación de Adultos, en Dinamarca auspiciada por la UNESCO en donde aporta con el principio de educación permanente y estable que es parte del quehacer de

las Instituciones de Educación Superior (IES). Los resultados obtenidos propiciaron que se extendiera a otras entidades académicas, buscando ofrecer opciones de actualización permanente y de desarrollo del conocimiento.

Servicio al Usuario: Desde la antigüedad, el hombre siempre ha buscado satisfacer sus necesidades mediante lo que estos producían. Al pasar el tiempo, la forma de obtener los productos cambio porque ahora tenían que desplazarse a grandes distancias.

Luego de esto fue reemplazado con la aparición de centros de abastecimiento, por ejemplo, los mercados, ya que en estos había más variedad de productos; y agricultores mejoraron sus productos debido a la alta competitividad que existió en los mercados, tanta era la competencia que la calidad del producto ya no era suficiente, es por ellos que surge un nuevo enfoque en la venta del producto, que en la actualidad recibe el nombre de servicio al cliente. Hoy en día, existen poderosas herramientas que nos permiten llegar de una manera más eficiente hacia nuestros clientes, de modo que permite fidelizarlos.

Según el autor Lovelock et al, (2009) especifica que el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externo. De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa.

Normalmente el concepto de educación continua y servicio está muy relacionado en la formación del estudiante que tiene un cierto nivel educativo o profesional y quiere mejorarlo u obtener el reconocimiento oficial a su capacitación permanente y profundizar en su educación.

Características de la Educación Continua

- La sociedad está en constante cambio e innovación tecnológica.

- Las estructuras empresariales y organización demandan a profesionales más especializados en conocimientos técnicos y prácticos.
- La globalización de los mercados y fuerte competencia empresarial.

Todo esto nos provoca que las organizaciones hagan constantemente un esfuerzo en adaptarse a los cambios para garantizar la competitividad y así cambiar el entorno de relación humana para que el factor humano obtenga competencia y productividad en su trabajo.

Evolución del servicio al cliente

Según el autor Albrecht et al, (1988) señala que el concepto tradicional que se tenía del servicio al cliente era la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente, fundamentalmente amabilidad, atención. En la actualidad, se tiene un nuevo concepto de servicio y dice que es una estrategia empresarial orientada anticipar de las necesidades y generando expectativas a los clientes, buscando asegurar la lealtad y permanencia tanto de los clientes actuales como la atracción de nuevos clientes, mediante la provisión de un servicio superior al de los competidores.

Por consiguiente, esta nueva visión genera una facilidad en el acceso a estudiar las conductas y comportamiento del consumidor al momento de tener un contacto con el cliente y exige mayor valor agregado en el servicio que otorgan las empresas ahora hacen esfuerzo por tener una facilidad, rapidez a conveniencia del cliente y empresa en la adquisición de sus productos. Pero el énfasis de generar una educación continua con el servicio al usuario de la Policía Nacional recae en la responsabilidad moral y profesional de establecer una relación a largo plazo y de servicio integral, en satisfacer la totalidad de las necesidades del usuario interno y generar programas continuos que eleven su nivel de conocimiento generando oportunidad soluciones individualización al personal para su proyección de ascenso profesional.

2.1.2.ANTECEDENTES REFERENCIALES

Según el autor Couso,(2005) detalla que el servicio al cliente es un factor relevante en el mundo empresarial porque permite posicionar en la mente de los clientes permisibles y generar una ventaja competitiva.

Los factores influyentes en los clientes son la satisfacción y la generación de valor determinan el éxito o fracaso de una empresa el factor más relevante es la satisfacción a los clientes. Esto se debe a las iniciativas para mejorar la calidad en servicio que se basa en resultados, en las cuales es la falta de indagación de los clientes. Estas iniciativas se frustran por inexperiencia de los requerimientos de los clientes y la necesidad de conectar la satisfacción y la medida de los avances internos.

Berry et al , (1992) algunos conceptos necesarios que expliquen con detenimientos que nos ayude a fundamentar nuestras bases teóricas en lo que respeta calidad de servicio que se debe entregar en cualquier producto intangible para el beneficio del cliente. A continuación, se menciona los siguientes:

- **Cliente:** Además de conocer su mercado, el vendedor ha de conocer al cliente al que se dirige, que es la razón de ser de la compañía. El cliente está cada vez más formado e informado, por lo que el asesor debe dar respuesta a sus crecientes demandas con el mismo grado de información y de una manera personalizada y con un compromiso formal.
- **Importancia del Cliente:** El servicio al cliente ha venido tomando fuerza acorde al aumento de la competencia, ya que mientras más exista, los clientes tienen mayor oportunidad de decidir en donde adquirir el producto o servicio que están requiriendo, es aquí donde radica dicha importancia de perfeccionar las tácticas de escuchar y entender a los clientes de acuerdo sus necesidades establecidas en la pirámide de Maslow.

- **Servicio:** Es un medio para entregar valor a los clientes, facilitando los resultados que los clientes quieren conseguir sin asumir costos por la relación e información que obtiene en los puntos de información.
- **Calidad en el servicio:** Es la tangibilidad en ofertar el servicio dando una confiabilidad que significa cumplir lo que promete la empresa a los clientes.
- **Satisfacción del cliente:** En la actualidad para lograr la plena satisfacción del cliente es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la mente de los clientes y por ende en el mercado meta. Por ello el objetivo de mantener satisfecho a cada cliente, ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos, etc.) de las empresas exitosas.

Relaciones entre capacitación, calidad de servicio y la calidad de vida.

La calidad de servicio es el nivel de excelencia que la organización debe elegir para lograr satisfacer a sus clientes, que son características que se muestra en el producto.

El significado del vocablo calidad pasa a ser equivalente al significado de excelencia, perfecciona, visto de otra manera se puede señalar que la calidad es el grado en que un producto tangible o intangible se lograr satisfacer una necesidad al cliente.

En tal sentido, la importancia de la calidad radica en que la actualización de los procesos e integrar nuevas tecnologías a los mismos; vale la pena resaltar que como beneficio de la aplicación de la calidad y la transmisión del conocimiento en el trabajo incidirá en la productividad de la empresa. A través del mejoramiento continuo se logra ser más productivo y competitivo en el mercado al cual pertenece la organización es allí que se deben analizar los procesos utilizados, de manera tal que si existe alguna modificación se proporcionen a los trabajadores, conocimientos

actualizados que puedan perfeccionar o corregir tales transformaciones y cuyos resultados conllevará a las empresas a crecer dentro del mercado hasta llegar a ser líderes.

Calidad de Servicio

La calidad de vida personal, es ideal de la forma de vida que los individuos desean si se lo propone y que consiste en un desarrollo integral de las dimensiones física, mental, social, económica y espiritual, lo cual dotará de un equilibrio consigo mismo y con su sociedad.

Berry (1996) reconoce dos campos de aprendizaje en el hombre

uno, es el de las aptitudes o habilidades donde el hombre incorpora los conocimientos que aplican su saber haber. El otro de los campos, es el de las actitudes o conductas, donde el hombre incorpora los mensajes que el contexto vuelva sobre él, y que cuando alcanza la contundencia suficiente, se asimilan y producen así una modificación de conducta (p.36)

En la actualidad las organizaciones se han vuelto competitivas y exigentes en lo que respecta a calidad y eficiencia, en todo ellos los trabajadores juegan un rol valiosísimo por lo que la calidad de vida laboral, juega el papel más importante para tener éxito. La calidad de vida en el trabajo es una filosofía de gestión que mejora la dignidad del trabajador, realiza cambios culturales y brinda oportunidad al progreso personal.

El desarrollo del trabajador puede resultar beneficioso tanto para la organización como para el trabajador ya que se refleja la motivación y mayor eficiencia en la calidad de los servicios en el modelo de atención.

El talento, factor clave para una mejor atención y servicio al cliente

Atraer y retener individuos altamente preparados académicamente y con experiencia en sus actividades laborales en el mercado constituye el principal desafío para las empresas, entes gubernamentales. Pero no es un tema nuevo, existe variaciones que ahora demanda jefes que buscan

que los trabajadores deben reunir características especiales en su ámbito profesional y adaptarse a la filosofía de la empresa, a los movimientos del mercado y poseer capacidad decidir y no dependa de la empresa para realizar su trabajo.

Por lo tanto, la gestión del capital humano es un factor crítico a la hora de mantener una ventaja competitiva y tener éxito en mercado. En la mayoría de las empresas, esto consigue mediante recursos intangibles: la inversión en investigación y desarrollo, la innovación, los conocimientos, habilidades, aptitudes del personal. Muchos estudiosos en el campo de la gestión de recursos humanos, consideran que la forma de dirección del capital humano ha ido evolucionando en los últimos años, producto de la globalización del mercado y los cambios abruptos que producen inestabilidad en el entorno.

En este contexto la alta competitividad que tienen las empresas por mantenerse en el mercado. Esto obliga a las empresas a aumentar la exigencia a los trabajadores con el cumplimiento de tareas, funciones y responsabilidades propias a su cargo que asume. Por lo tanto, la gestión de capacitación al talento humano es indispensable en el proceso de generar un comportamiento activo, creativo, satisfecho, motivado y comprometido con la misión y estrategia de la organización.

Hoy optimizar el capital humano significa expandir los conocimientos, habilidades y capacidades de cada trabajador y hacerlo en línea con los objetivos de la organización dando una calidad en el servicio al cliente interno generarán una alta competitividad en el trabajo (Godoy, 2011).

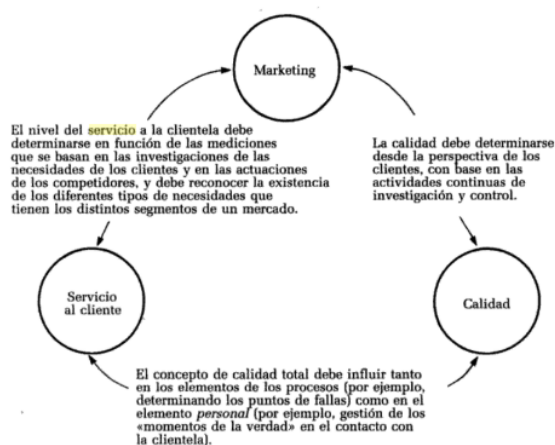
El proceso de comunicación

El servicio al cliente está formado por todas características, actos e información que materializan los cuatros dimensiones vistas del producto y que tratan que el cliente perciba un constante producto potencial. Debe ser un servicio al cliente proactivo, que se anticipa al cliente, frente al servicio reactivo, que soluciona problemas una vez producidos.

La comunicación tiene un papel fundamental en el servicio al cliente, considerando que los clientes constituyen la razón de ser de la empresa y si desean permanecer en el mercado. La vía más importante que la empresa utiliza para comunicarse con sus clientes es a través de su personal, aunque estamos en una era de telecomunicación, la mayor parte de los contactos se siguen dando en persona o a través de teléfonos si bien es cierto que cada vez hay más empresas que añaden a estos canales para tener un contacto permanente con su cliente.

El objeto de la comunicación o contenido de la comunicación es lo que denominamos mensaje. Hay otros elementos como el vehículo a través del cual se transmite el mensaje y el canal que es la comunicación oral directa, el vehículo es la palabra hablada mientras que el canal que llega el sonido es el aire; en comunicación telefónico, el canal es el teléfono; WhatsApp, Facebook, chat; canal es oral, escrito; tal transmisión de información generalmente esta en ambos sentidos es decir se produce un intercambio de mensajes alternándose los papeles de emisor y receptor es lo que llamamos retroalimentación o feedback que es importante tener con el cliente para garantizar la calidad del servicio con información veraz y oportuna. (Couso, R, 2005)

GRAFICO 2. 1: PROCESO DE COMUNICACIÓN



Autor: (Christopher, Payne, & Ballantyne, 1994)

2.2. FUNDAMENTACION LEGAL

Como se establece en la Constitución de la República del Ecuador, (2008) en sus incisos más importante que estan relacionados al proyecto de investigación tales como:

Artículo 52: Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Artículo 53: Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

Artículo 54: Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad 25 defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

Artículo 55: Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus

derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas.

Artículo 163: La Policía Nacional es una institución estatal de carácter civil, armada, técnica, jerarquizada, disciplinada, profesional y altamente especializada, cuya misión es atender la seguridad ciudadana y el orden público, y proteger el libre ejercicio de los derechos y la seguridad de las personas dentro del territorio nacional.

Para el ejercicio de este u otros derechos, nadie será obligado a asociarse.

Artículo 338: El Estado promoverá y protegerá el ahorro interno como fuente de inversión productiva en el país. Asimismo, generará incentivos al retorno del ahorro y de los bienes de las personas migrantes, y para que el ahorro de las personas y de las diferentes unidades económicas se oriente hacia la inversión productiva de calidad.

Artículo 339: El Estado promoverá las inversiones nacionales y extranjeras, y establecerá regulaciones específicas de acuerdo a sus tipos, otorgando prioridad a la inversión nacional. Las inversiones se orientarán con criterios de diversificación productiva, innovación tecnológica, y generación de equilibrios regionales y sectoriales.

Por disposición contenida en la Ley de Personal Policía Nacional, (2018) y su reformativa, han dificultado regular adecuado para la carrera policial, siendo necesario una nueva norma legal que permita alcanzar los objetivos de la institución policial respecto a la profesión de sus miembros y las atribuciones constitucionales y legales que se expide:

CAPITULO VI DE LA ESPECIALIZACIÓN

Artículo 41: La comandancia general especializará al personal policial, para alcanzar su mejor capacitación científica y técnica. Para la destinación a cargos, comisiones, cursos y demás actividades profesionales, se atenderá a los merecimientos y títulos del destinatario.

Artículo 42: La especialización como objetivo institucional se inicia en las escuelas de formación y especialización de oficiales, clases y policías. Se

acredita mediante los títulos otorgados y se equiparán a los obtenidos en el exterior.

Artículo 43: La institución Policial reconocerá para efectos de la especialización los títulos otorgados por las universidades, escuelas politécnicas e institutos de educación superior del país, del exterior o de la policía nacional, legalmente reconocidos, previa calificación y resolución de los respectivos consejos.

SECCION 3ª
DE LOS REQUISITOS ESPECÍFICOS PARA EL ASCENSO EN CADA
GRADO
PARAGRAFO 1º.
DE LOS REQUISITOS PARA EL ASCENSO DE OFICIALES

Artículo 89: A más de los requisitos comunes para el ascenso, los oficiales deberán cumplir los siguientes:

- a) Para el ascenso a teniente, Capitán, Mayor y teniente coronel;
 - Haber cumplido funciones en Unidades operativas; y
 - No constar en listas 4 de clasificación anual.
- b) Para ascender a coronel:
 - No haber sido reprobado en ningún curso policial, técnico, científico o académico;
 - No haber sido negado, definitivamente, por tiempo de servicio;
 - No haber sido sancionado por un Tribunal de Disciplina durante su carrera policial; y,
 - No haber constado en listas 4 de clasificación anual en ningún grado.
- c) Para ascender a General de Distrito:
 - Haber sido aprobado mediante resolución del Consejo de Generales, conforme al reglamento;
 - Constar en listas 1 de clasificación anual al tiempo de permanencia en el grado de coronel; y

- Presentar un trabajo de investigación de interés institucional.
- d) Para ascender a General Inspector:
- Haber cumplido sus funciones en el grado anterior con calificada eficiencia profesional, con Resolución favorable del consejo de generales, de conformidad con el Reglamento correspondiente.
- e) Para ascender a general Superior:

Se requiere estar ejerciendo el cargo de Comandante General y haber cumplido con el tiempo de permanencia en el grado de General Inspector.

Para el caso del general que desempeñe la Comandancia General de Policía no se tomará en cuenta el tiempo máximo establecido en el artículo 85; y sus funciones durarán dos años.

Artículo 90: Los Generales Inspectores, una vez cumplido el tiempo de permanencia en el grado establecido en el artículo 85, presentarán de inmediato su solicitud de transitoria ante el Ministro de Gobierno, pasando por el respectivo Órgano Regular. Los oficiales que hayan cumplido el tiempo máximo de permanencia en el grado y hayan sido calificados no aptos para el ascenso, se regirán por el dispuesto en esta Ley y el Reglamento.

PARAGRAFO 2º.

DE LOS REQUISITOS DE ASCENSO PARA LOS CLASES Y POLICIAS

Artículo 91: El personal de Clases y Policías a más de los requisitos comunes para el ascenso deberá cumplir los siguientes, según su grado:

- a. Para el ascenso a Cabo Segundo hasta Sargento Primero, no constar en listas 4 de clasificación anual;
- b. Para el ascenso a Suboficial Segundo, haber aprobado un curso de perfeccionamiento policial; y, no haber sido sancionado por un Tribunal de Disciplina durante su carrera policial;
- c. Para el ascenso a suboficial primero, hacer cumplido sus funciones en el grado anterior con calificación eficiencia profesional, previa

resolución favorable del consejo de clases y policías de conformidad con el respectivo reglamento; y

- d. Para el ascenso a suboficial Mayor, contar por lo menos en listas 2 de clasificación, los clases y policías que hayan cumplido el tiempo máximo de permanencia en el frado y que hayan sido calificados no aptos para el ascenso, se registrarán por lo dispuesto en esta ley y el Reglamento.

2.3. VARIABLES DE LA INVESTIGACION

VARIABLE INDEPENDIENTE: Capacitación continua

La formación continua es una modalidad formativa compuesta por actividades y programas de aprendizaje de forma teórica y práctica que se suele realizar por medio de cursos especializados en aquello que se debe aprender. Pero no es solo eso.

En las empresas, consiste en un conjunto de acciones formativas desarrolladas para mejorar las cualificaciones, conocimientos y competencias de los trabajadores. Pero también se puede extender a personas que se forman para buscar empleo o cualquier actividad de aprendizaje realizada para mejorar conocimientos, competencias y aptitudes de todo tipo.

VARIABLE DEPENDIENTE: Servicio al usuario

El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos.

De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de la empresa.

2.4. GLOSARIO DE TERMINOS

- **Atención:** La atención modifica la estructura de los procesos psicológicos, haciendo que estos aparezcan como actividades orientadas a ciertos objetos, lo que se produce de acuerdo al contenido de las actividades planteadas que guían el desarrollo de los procesos psíquicos, siendo la atención una faceta de los procesos psicológicos.
- **Servicio:** Es cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra, son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico.
- **Capacitación:** Es un proceso intermedio que en la forma más o menos directa apunta a lograr a que quienes trabajan con la excelencia que el sistema requiere; es un servicio interno de la organización que se cumplirá bajo cualquier forma cada vez que alguien deba conocer una tarea, desarrollar una habilidad o asumir una actitud.
- **Usuario:** Se define el concepto de usuario con simpleza y precisión, un usuario es quien usa ordinariamente algo. El termino, que procede del latín usuarios hace mención a la persona que utiliza algún tipo de objeto o que es destinataria de un servicio ya sea privado o público.
- **Entrenamiento:** Se entienden los dos conceptos de preparación y entrenamiento como uno solo, en realidad el entrenamiento es un elemento clave dentro de la preparación. La cual es un concepto más amplio.
- **Calidad:** Se define que es desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el útil y siempre satisfactorio para el consumidor.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. INFORMACIÓN DE LA EMPRESA

Ser policía ante todo es una vocación de servicio público en el marco de un Estado de Derecho; es un compromiso con el bien en común, con el desarrollo de nuestro país, con el bienestar de la sociedad y sobre todo con la existencia misma del Estado ecuatoriano en el contexto regional y mundial.

La identidad Policial es más que un reglamento de conducta, un manual de ética con una doctrina esencial en la práctica permanente acogida entre sus miembros que refleja en su vida diaria. La profesión de ser policía es un honor de servir a la ciudadanía desde anonimato cotidiano, sentir dolor los uniformados que caen en el cumplimiento de su deber, pero también evitar la cadena de impunidad ante la labor de los miembros policiales que traicionan sus principios y distorsionan su misión.

MISIÓN

La Policía Nacional es una institución de carácter civil, armada técnica, jerarquizada, disciplinada profesional y altamente especializada, cuya misión es atender la seguridad ciudadana y el orden público, proteger el libre ejercicio de los derechos y la seguridad de las personas dentro del territorio nacional.

VISIÓN

Para el 2017, seremos la institución más confiable y efectiva a nivel nacional y regional en seguridad ciudadana, brindando servicios policiales de calidad orientados al buen vivir, en irrestricto respecto a los derechos humanos y libertades democráticas.

VALORES

Debido a la responsabilidad ética y social que implica nuestra misión profesional a más de los principios que guían a la institución, requerimos de un conjunto de valores personales que conduzcan a dar lo mejor de nosotros durante el desempeño profesional y en nuestra vida privada.

Estos valores se aprenden en la familia y en la escuela, son reforzados en el proceso de enseñanza y formación que recibimos, no solo en las aulas sino con la palabra y el buen ejemplo de nuestros superiores.

Por ello, debemos preguntarnos si en verdad somos la clase de persona íntegra, honesta, transparente, valiente y sacrificada que la sociedad necesita y espera

- Integridad
- Transparencia
- Calidez
- Solidaridad
- Colaboración
- Efectividad
- Respeto
- Responsabilidad
- Lealtad

Programas / Servicios

La Policía Nacional del Ecuador, como Institución que brinda servicios de manera permanente y constante a la ciudadanía, y en virtud de los avances de tecnología y manejos de información, que permiten la integración de todos los servicios policiales en un único portal web para la Policía Nacional del Ecuador, permitirá alcanzar niveles de progreso y de maduración dentro de este ámbito, por lo que el grado de aceptación será primordial para alcanzar los objetivos planteados.

GRÁFICO 3. 1: SERVICIOS POLICÍA NACIONAL



Autor: Policía Nacional (2018)

DESCRIPCION DEL PORTAFOLIO DE SERVICIOS

El acuerdo ministerio al 1573 expide la norma técnica de prestación de servicios y administración de procesos, de la secretaria nacional de administración pública, establece que portafolio de servicios es la documentación de todos los servicios, sean públicos o interinstitucionales, que presta la institución encaminados a cubrir las necesidades de sus clientes. Permite gestionar el ciclo de vida completo de todos los servicios que ofrece una institución desde que estos se encuentran en diseño y rediseño, su etapa de operación hasta el retiro.

El servicio policial ofertado a nivel de subcircuitos es el conjunto de actividades, procesos, procedimientos y actitudes orientadas a satisfacer las necesidades de seguridad y convivencia pacífica ciudadana, desde la perspectiva de la policía comunitaria ha agrupado prestación de servicios en tres:

- Servicios Estratégicos

- Servicios Operativos
- Servicios Ocasionales

Servicios con lo que permitirán satisfacer los requerimientos y las necesidades ciudadanas y de un sector o un grupo de interés identificados.

1. SERVICIO ESTRATÉGICO

Para la policía comunitaria los servicios estratégicos es el conjunto de recursos y actividades que buscan responder a las necesidades de la ciudadanía y /o sector o un grupo de interés identificados. Para la cual el servidor policial establece una planificación a corto mediano y largo plazo para desplegar los planes y programas de seguridad ciudadana (ejes transversales) y que terminan en producto.

- **Asamblea Comunitaria.** - Reunión sin fines políticos ni económicos, en la que la ciudadanía y la policía comunitaria, de modo participativo, se identifica problemas de inseguridad y de convivencia en la comunidad, se establece un plan de acción incluyendo propuestas de soluciones con las autoridades locales (actos de compromisos). Esto bajo dirección y liderazgo del Ministerio del Interior y la Policía Comunitaria.



- **Barrió Seguro.**- Es la estrategia conjunta en la que la policía comunitaria dentro de una jurisdicción territorial legamente establecida, junto con la ciudadanía, interactúa ejecutando iniciativas y propuestas para coadyuvar a la seguridad y convivencia ciudadana, fortaleciendo los sentimientos de solidaridad entre vecinos.



los

- **Botón de Seguridad.-** Dispositivo de seguridad, que se instala en el teléfono móvil del ciudadano, para que lo active en situaciones de emergencia, obteniendo como respuesta la presencia inmediata de la policía comunitaria en el lugar de residencia del ciudadano.



- **Capacitación a la ciudadanía.-** Reunión comunitaria en la que la ciudadanía y la policía comunitaria, de modo participativo identifican problemas de inseguridad y convivencia direccionada a la capacitación en temas de seguridad ciudadana, prevención de delito y la violencia.



- **Contacto Ciudadano.-** Interacción entre el policía comunitario y la persona víctima de un hecho delictivo, tiene como objetivo identificar perfiles y validar la información de los partes policiales, las denuncias presentadas y registradas en el CMI.



- **Escuela Segura.-** Actividad orientada al involucramiento de las autoridades, docentes, equipo de apoyo profesional, padres de familia, servidores policiales, estudiantes. Tiene como finalidad incentivar que en los estudiantes se desarrolle una cultura de seguridad y autoprotección; de modo que se pueda transmitir este

conocimiento a los demás compañeros y compañeras a través de brigadas estudiantiles.



- **Espacio público recuperado.-** Restaurar dentro del territorio de responsabilidad los espacios públicos abandonados y/o deteriorados en los que los factores de riesgo social e inseguridad situacional propician el cometimiento de actos violentos y delictivos. Esto se logra mediante la intervención oportuna y efectiva de los diferentes actores ciudadanos. Luego de esta intervención, el espacio público es entregado a la comunidad.



- **Local Seguro.-** Actividad orientada a la protección focalizada de la comunidad inmersa en actividades económicos/ comerciales. Este servicio se encamina a las acciones mancomunadas entre la policía comunitaria y los propietarios o administradores de los establecimientos comerciales existentes en cada barrio. Tiene como finalidad fortalecer las medidas de seguridad, tanto del espacio físico como del comportamiento de las personas. Tiene como finalidad, reducir las vulnerabilidades del establecimiento comercial, mejorando la seguridad.



2. SERVICIOS OPERATIVOS

Para la policía comunitaria los servicios operativos es el conjunto de recursos y actividades continuas y permanentes que buscan responder a las necesidades de la ciudadanía a corto plazo. Para lo cual el servidor policial establece los procesos de atención, vigilancia y patrullaje comunitario para la prevención, disuasión, reacción y terminan en un producto.

Los servicios operativos son:

- **Atención Ciudadana.** - Servicio permanente en el UPC, se da atención al público donde se tramita oportunamente los problemas, reclamos y sugerencias que afecten la convivencia, interpuestas por la comunidad en general u otras instituciones tendientes a entregar servicios de calidad



- **Video Vigilancia.** - Sistemas tecnológicos incorporados en UPC que por medios de espejos (SIS ECU 911) se da vigilancia en el subcircuito.



- **Recepción de Denuncias.** - Si un ciudadano es víctima de delito o de una contravención deberá acudir a la Unidad de Policía Comunitaria (UPC) más cercana a presentar la respectiva denuncia.



- **Auxilio y Respuesta.** - Patrullaje vehicular o motorizado con la finalidad de prevenir y evitar la materialización del delito y contravención a través de actividades preventivas, disuasivas y reactivas.



- **Patrullaje Vehicular.** - Patrullaje y permanente con el objetivo de lograr la prevención, disuasión y respuesta de infracciones en el área de vigilancia que corresponde a las unidades que prestan servicio a la comunidad.



- **Patrullaje Motorizado.** - Patrullaje en motocicleta tiene como objeto lograr la prevención, disuasión y respuesta de infracciones en el área

de vigilancia que corresponde a las unidades que prestan servicio a la comunidad.



- **Reacción y Disuasión.** - Conjunto de actividades planificadas y coordinadas, destinadas a realizar un patrullaje comunitario de acuerdo a la georreferenciación del delito de cada territorio.



3. SERVICIOS OPERATIVOS

Para la policía comunitaria los servicios ocasionales es el conjunto de recursos y actividades temporales que buscan responder a las necesidades de la ciudadanía a corto plazo y terminan en un producto.

- **Encargo de Domicilio.** - Encargar al Policía Comunitario el domicilio de residencia con el fin de evitar hechos delictivos durante la ausencia del propietario del inmueble.



- Guía de movilización de enseres. - Otorgar un salvoconducto para trasladar el menaje de domicilio de un lugar a otro,



- Traslado de Valores. - Custodiar a los ciudadanos que deseen trasladar su dinero, de un lugar a otro de una forma segura.



POLÍTICAS INSTITUCIONALES

1. Liderar el talento humano policial para alcanzar un alto rendimiento de forma continua, logrando ser efectivos en el cumplimiento de la misión institucional de “Atender la seguridad ciudadana y el orden público, y proteger el libre ejercicio de los derechos y la seguridad de las personas dentro del territorio nacional”.
2. Impulsar y generar confianza y credibilidad a través de un trabajo policial integral, profesional y de calidad, que demuestre una imagen de probidad, disciplina, orden, educación y trabajo en equipo sustentando en efectividad, transparencia, responsabilidad y rendición de cuentas que nos acerque permanentemente a la comunidad a cual servimos.
3. Desarrollar y mejorar las competencias en nuestro talento humano para crear y sostener programas de mejora en la actividad policial que aseguren la seguridad ciudadana y garanticen la sostenibilidad de los esfuerzos y las operaciones policiales.

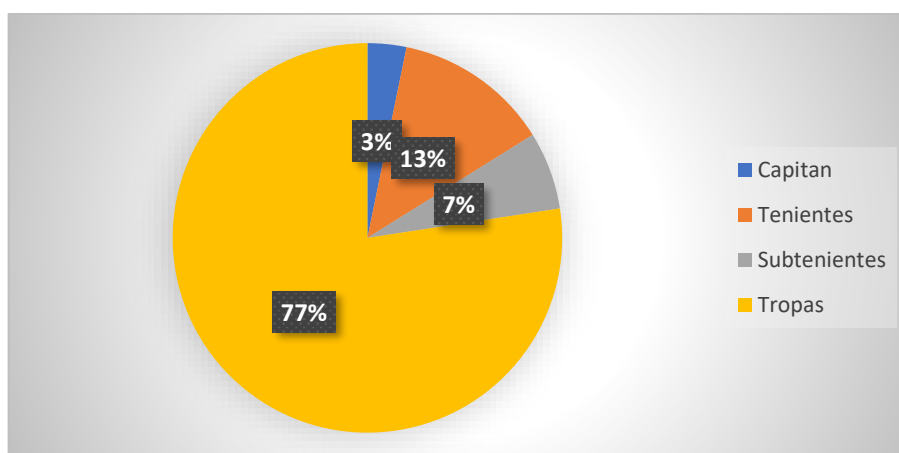
4. Desarrollar la actividad policial desde una visión humanista que garantice el respeto absoluto de los derechos, las libertades y la dignidad humana; buscando del talento humano policial la adhesión firme a un código de valores éticos; traducidos en una vida ejemplar y de honestidad en toda actividad que realice, procurando y cuidando por la forma en la que se interrelaciona con los ciudadanos y con los compañeros, hasta habituar los conceptos en las decisiones personales del día a día.
5. Velar por el cuidado y mantenimiento de los recursos del Estado entregados a la Institución para el cumplimiento de la misión; un miembro de la policía que desarrolla sentido de pertenencia y responsabilidad es una persona que ha interiorizado y clarificado las metas de la seguridad ciudadana y del servicio policial de calidad.
6. Mantener canales de comunicación con el talento humano policial con la comunidad a la cual servimos, para establecer compromisos que faciliten la construcción de espacios seguros en la jurisdicción bajo nuestra responsabilidad.
7. Aplicar un sistema coherente de apreciación de rendimiento individual y colectivo de talento humano de la unidad, así como el programa de evaluación de las estrategias operativas (Cuadro de Mando Integral) con fines de mejora continua hasta lograr revertir la tendencia creciente de los delitos en el ámbito nacional.
8. Difundir las acciones positivas desde la perspectiva del adecuado cumplimiento de los procedimientos, normas, doctrina, manuales, e instructivos policiales que ayuden y fomenten autoconfianza, tranquilidad y seguridad en la actuación del talento humano policial.
9. Actuar con total transparencia y responsabilidad en la función encargada, a través de una comprensión ética que parta del interés del bien común y no de la obligación y el deber.
10. Vigilar que los procedimientos policiales sean ajustados a los principios de legalidad, proporcionalidad, ponderación, eficacia, calidad de servicio y firmeza.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS 2018

Los Objetivos Estratégicos se enfocan directamente al cumplimiento, atendiendo una articulación lógica, y que se dé cumplimiento a la misión y visión compartida, lo que conllevará a la efectividad y calidad en el servicio, mediante los siguientes objetivos.

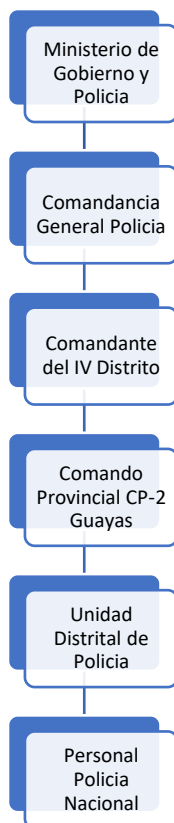
- Incrementar la seguridad ciudadana y el orden público.
Estrategias.
- Incrementar la efectividad operativa de los servicios policiales.
Estrategias.
- Incrementar la confianza de la ciudadanía en la Policía Nacional.
Estrategias
- Incrementar la efectividad de los sistemas de prevención y control interno contra la corrupción.
- Incrementar la eficiencia institucional.
- Incrementar el desarrollo integral del Talento Humano en la Institución.
- Incrementar el uso eficiente del presupuesto
Estrategia

GRÁFICO 3. 2: PLANTILLA DE MIEMBROS DE LA POLICÍA GENERAL EN EL DISTRITO 9 DE OCTUBRE



Elaborado por: Autor (2018)

GRÁFICO 3. 3: ORGANIGRAMA FUNCIONAL EN DISTRITO POLICIAL



Elaborado por: Autor (2018)

DISEÑO DE LA INVESTIGACION

El diseño de la investigación se ocupa precisamente del objetivo de proporcionar un modelo de verificación que permita contrastar hechos con teorías, y su forma es la estrategia de las operaciones necesarias para aproximarnos a comprobar las afirmaciones que queremos encontrar si es realidad o no.

Una parte del diseño de investigación es la correcta elección de las técnicas de recolección y análisis de datos para descubrir y descifrar los hechos que vamos investigar que nos llevan a un método científico, planificando una serie de actividades sucesivas y organizadas donde se encuentran las pruebas a efectuar y las técnicas a utilizar para recolectar y analizar los datos.

El diseño es, pues, una estrategia general que busca que el investigador determine una vez que haya alcanzado con suficiente claridad respecto a su problema y que orienta y esclarece las etapas que habrán de acometerse posteriormente para revisar los tipos básicos de diseños investigación que se utilizara en el presenta trabajo.

Tipos de Diseño

En función del tipo de datos a ser recogido para llevar a cabo la investigación es posible categorizar tipos básicos: diseños bibliográficos y diseños de campos.

En los **diseños de campo** los datos de interés se recogen en forma directa de la realidad, mediante el trabajo concreto del investigador y su equipo, estos datos obtenidos directamente de la experiencia empírica, son llamados primarios, denominación que alude el hecho de que son datos de primera mano, originales, producto de la investigación en curso sin intermediación de ninguna naturaleza.

Cuando los datos a emplear han sido empleados y ya recolectados en otras investigaciones y son conocimientos mediante los informes correspondientes nos referimos a datos secundarios porque han sido obtenidos por otros y nos llegan elaborados y procesados de acuerdo con los fines de quienes inicialmente los obtuvieron y manipularon. Algunos investigadores sostienen que la opinión es bastante discutible de que los **trabajos son bibliográfico** no pueden considerarse en un sentido como verdaderas investigaciones; se aduce que la falta de contacto directo entre el estudio y su mundo empírico lo único que podrá hacer es reelaborar conocimientos ya obtenidos sin efectuar mayores aportes.

Diseños Bibliográficos

El hecho de trabajar con materiales ya elaborados de tipo secundarios, determina lógicamente las principales ventajas e inconvenientes de este diseño, su principal beneficio que el investigador obtiene mediante una

indagación bibliografía es que puede incluir una amplia gama de fenómenos.

La elección de la muestra es parte fundamental si es probabilística o no probabilística esto se determina con base en los objetivos del estudio y el esquema de investigación y el alcance que deseamos tener.

PROCESO DE LA INVESTIGACION DE MERCADO

Es la sucesión de 6 etapas que se debe realizar para cumplir con el objetivo de investigación.

- **Definición del Problema**

En este proyecto de investigación definiremos el problema a investigar para la recolección de información relevante del mercado utilizando las técnicas de estudios para obtener información de primera mano y así tomar las decisiones pertinentes.

- **Elaboración de un método para resolver el problema**

Es el método que utilizaremos para resolver el problema de estudio a través de la formulación de un marco teórico que nos ayudará a buscar modelos analíticos y preguntas de investigación que nos ayude a determina que información necesita los directivos de la empresa a través del análisis de datos secundarios.

- **Elaboración del diseño de la investigación**

Un diseño de investigación es un marco general o plan a realizar en un proyecto de investigación de mercado donde se efectúa procedimientos para la obtención de la información necesaria y su propósito es el diseño del estudio en que se ponga a prueba en las posibles respuestas a obtener basadas en las preguntas de investigación.

- Definir la información que requerimos obtener.
- Análisis de datos secundarios
- Tipo de investigación

- Procedimiento de la investigación
 - Redacción del cuestionario
 - Muestreo y tamaño de la muestra
 - Resultados
 - Informe de la investigación
- **Preparación y análisis de datos**

Esta etapa consiste en la preparación de los datos para la revisión correspondiente de la información obtenida a través de cuestionarios, entrevistas o técnicas de observación que busca examinar, analizar y deducir la información relacionada a los componentes del problema de investigación.

- **Preparación y Presentación del Informe**

Es cuando todo el proyecto de investigación se debe comprobar con un informe escrito en el que se aborden las preguntas específicas de la investigación y describan el método y el diseño así como los posibles procedimientos de acopio para el análisis de datos que hayan adoptado los resultados basados en el descubrimiento.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Población Es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación. El universo o población puede estar constituido por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, entre otros, que constituyan nuestro campo de investigación.

Muestra Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevara a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de las muestras mediante fórmulas.

Muestreo: Es el método utilizado para seleccionar a los componentes de la muestra del total de la población en que consiste en un conjunto de reglas, procedimientos y criterios mediante los cuales se seleccionan un

conjunto de elementos de una población que representan lo que sucede en toda esa población.

Al realizar el diseño muestral es importante considerar:

- Efectuar el estudio en el menor tiempo.
- Incurrir en menores gastos al realizar la investigación de campo.
- Profundizar el estudio de las variables de investigación.
- Permitir tener el mayor control del mercado para la toma de decisiones.

TIPO DE MUESTREO

Hernández et al (1994) menciona que el tipo de muestreo se divide en dos grupos, el probabilístico y no probabilístico que a su vez tiene una clasificación:

Muestreo Probabilístico: Es el método más recomendable para realizar investigación cuantitativa porque todos los componentes de la población tienen la misma posibilidad de ser seleccionados para la muestra. Cada uno de los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados.

Se divide en:

Muestreo Probabilístico Aleatorio Simple: Este método es uno de los más sencillos de aplicar, se caracteriza porque cada unidad que compone la población tiene la misma posibilidad de ser seleccionada. Este método también se lo conoce como sorteo, rifa o la tómbola. Para proceder con la selección de los componentes de la muestra se siguen los siguientes pasos:

- Identificar y definir la población.
- Realizar el listado de cada una de la población.
- Proceder a calcular la muestra.
- Efectuar el proceso de investigación para lograr el número de unidades de la población.

Muestreo Probabilístico Sistemático: Este procedimiento se realiza a través del cálculo del intervalo que regirá la selección de los componentes de la muestra. Algunos investigadores lo consideran como técnica importante para realizar investigaciones sobre problemas sociales de gran magnitud.

Este tipo de muestreo se utiliza cuando el tamaño de la población es grande y la tabla de números aleatorios no es suficiente para contar la población.

El procedimiento es el siguiente:

- Identifique y defina la población
- Realice el cálculo de la muestra
- Asegúrese que cada elemento de la población este enumerada.
- Proceda al cálculo del intervalo número que servirá de base para la selección de la muestra.

Muestreo Probabilístico Estratificado: Este tipo de muestreo se caracteriza por la división de la población en subgrupos o estratos debido a que las variables que deben someterse a estudios en la población presentan cierta variabilidad o distribución conocida es necesario tomar en cuenta para extraer.

El muestreo estratificado busca respetar la muestra en distribución de la población y la ventaja de este procedimiento es que se reduce posibles. Es proceso que se sigue el siguiente:

- Identifique y defina población.
- Calcula la muestra.
- Determine los subgrupos o estratos que se dividirá en la población.
- Calcule el porcentaje de la muestra de la población.

MUESTREO NO PROBABILISTICO

Este tipo de muestreo se compone en la población no tiene la misma posibilidad de ser seleccionada es conocido como muestreo por conveniencia, no es aleatorio, la razón por la que se desconoce la probabilidad de selección de cada unidad o elemento de la población y se divide en tres grupos:

Muestreo no Probabilístico Intencional o deliberado: El investigador decide según los objetivos, los elementos que integraran la muestra considerando aquellas unidades supuestamente típicas de la población que desea conocer. El investigador decide que unidades integraran la muestra de acuerdo a su percepción.

Muestreo no Probabilístico accidental o por comodidad: El investigador acomoda su investigación de acuerdo a los criterios que tiene para su investigación, es decir, su objeto de estudio.

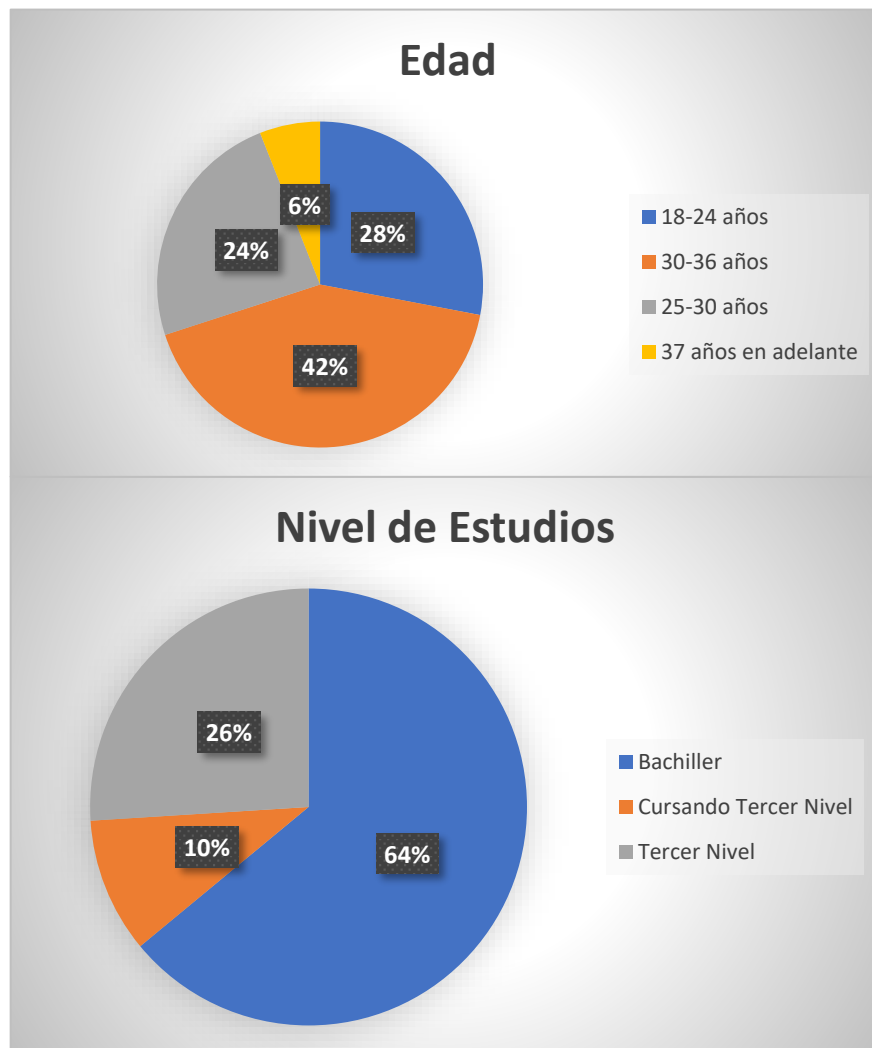
Muestreo no Probabilístico por cuotas: Consiste en que el investigador selecciona la muestra considerando algunos fenómenos o variables a estudiar como sexo, raza, religión, áreas de trabajo, etc. El paso inicial consiste en determinar la cantidad o cuotas de sujetos de estudio a incluirse y que poseen las características indicadas.

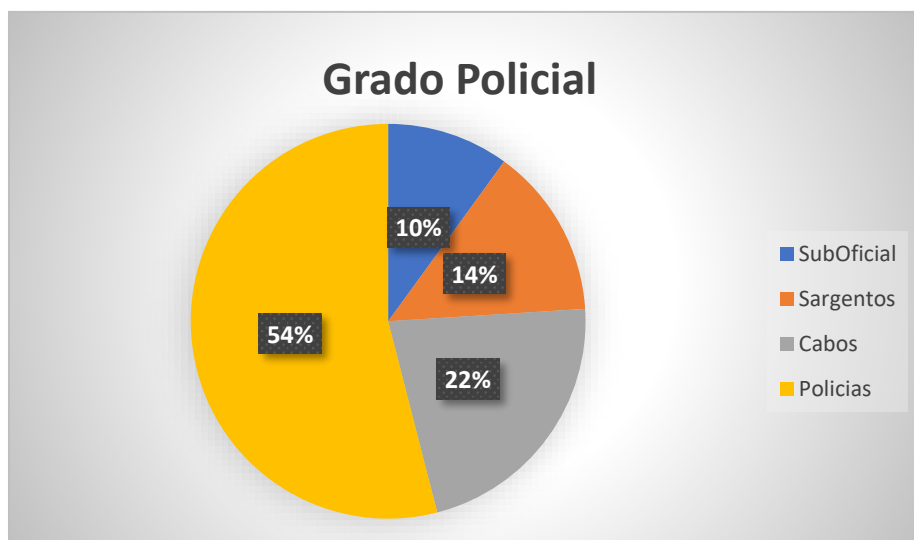
En la actual investigación de campo se aplicará el muestreo no probabilístico de forma intencional en donde se escogerá a 50 individuos de la población de policía nacional que no han tenido ascenso en las filas de la policía en el grado siguiente para el desempeño de su carrera profesional.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Gráfico 4. 1: Aspectos Demográficos





Elaborado por: Autor (2018)

1.- ¿Conoce usted del programa académico de ascenso de la policía Nacional?

Gráfico 4. 2: Conocimiento del Programa de Ascenso policía Nacional.



Elaborado por: Autor (2018)

Interpretación: La población de estudio tiene un desconocimiento del 46% de los programas académicos para el ascenso de su carrera profesional; lo que genera una falta de compromiso del uniformado en ascender en su grado policial para obtener mejores beneficios dentro de las filas policiales.

2.- ¿Cómo califica el servicio prestado por la Escuela de Formación de la policía Nacional en los cursos de capacitación continua?

Gráfico 4. 3: Servicio Escuela Formación

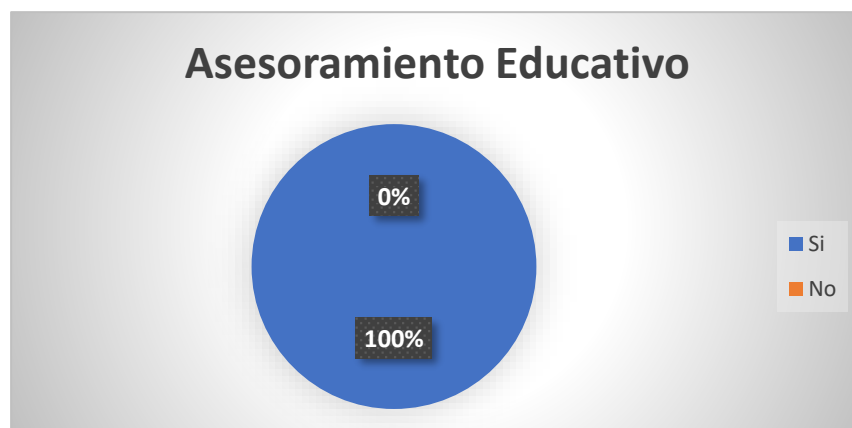


Elaborado por: Autor (2018)

Interpretación: Los encuestados manifiestan un 52% que tienen un desconocimiento de los cursos de capacitación continua que consta en el Departamento de Educación a distancia en la policía Nacional.

3.- ¿Le gustaría recibir un asesoramiento educativo de los cursos de ascenso en su carrera profesional de la policía Nacional?

Gráfico 4. 4: Asesoramiento Educativo

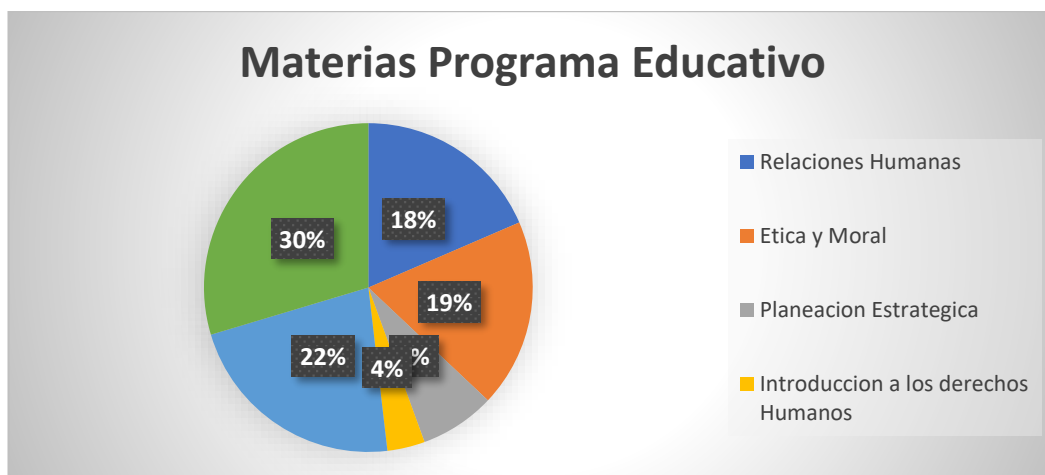


Elaborado por: Autor (2018)

Interpretación: El 100% de la población de estudio requiere recibir un asesoramiento educativo en su carrera policial.

4.- ¿Que materias de su programa educativo está dispuesto adelantar en su carrera de ascenso policial? Elegir una opción

Gráfico 4. 5: Materias Programa Educativo

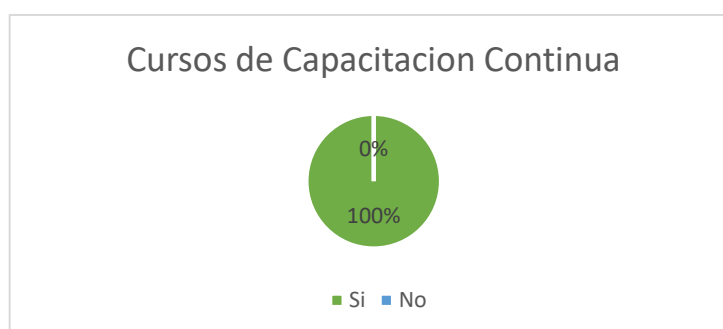


Elaborado por: Autor (2018)

Interpretación: Las 3 materias más demandas dentro del programa educativo es medicación y resolución de conflicto, Relaciones Humanas y Liderazgo que ocupa un 70% de interés por los uniformados de la policía nacional.

5.- ¿Le gustaría recibir curso de capacitación continua de manera mensual?

Gráfico 4. 6: Materias Programa Educativo

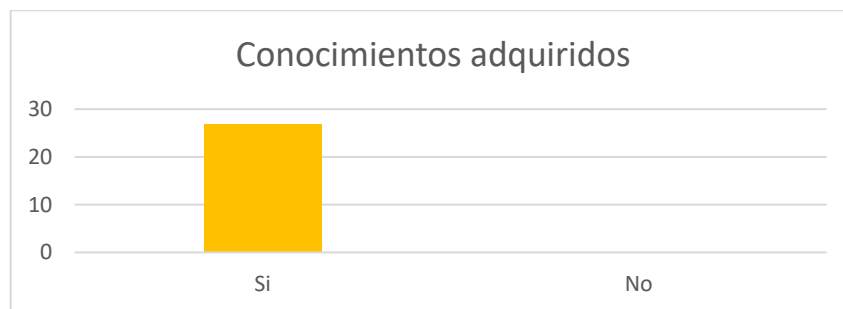


Elaborado por: Autor (2018)

Interpretación: El personal de la policía nacional tiene una alta demanda en recibir capacitación continua para mejorar sus destrezas profesionales con la ciudadanía de forma unánime lo expresaron en sus encuestas.

6.- ¿Estaría dispuesto a implementar los conocimientos adquiridos en su actividad laboral?

Gráfico 4. 7: Conocimientos Adquiridos

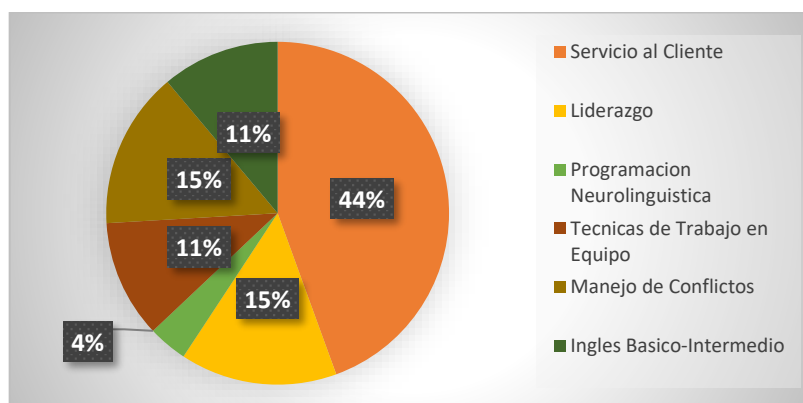


Elaborado por: Autor (2018)

Interpretación: Los miembros del cuerpo policial están dispuestos al 100% a implementar sus conocimientos adquiridos en el trabajo para servir a la ciudadanía.

7.- ¿Que cursos de capacitación continua quisiera recibir para fortalecer sus competencias profesionales?

Gráfico 4. 8: Capacitación Continua

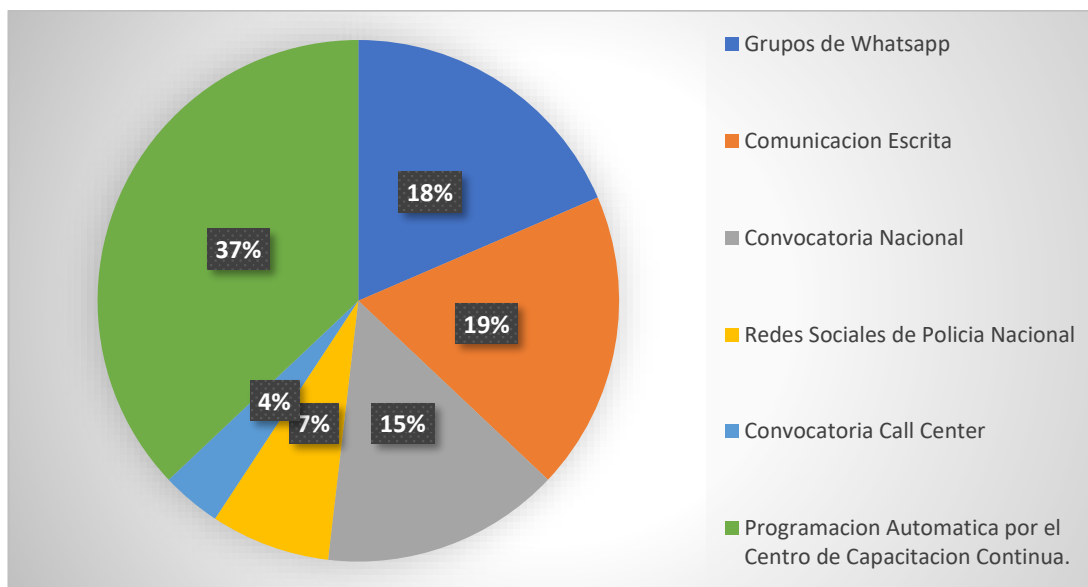


Elaborado por: Autor (2018)

Interpretación: La población de estudio está interesado en recibir cursos de servicio al cliente un 44% y un 11% Técnicas de trabajo en equipo y manejo de conflictos que son sustanciales para el trabajo diario que tiene que realizar el Policía Nacional.

8- ¿Qué medio de comunicación considera más efectivo para inscribirse en los programas de capacitación continua de la policía Nacional?

Gráfico 4. 9: Comunicación de capacitación Continua



Elaborado por: Autor (2018)

Interpretación: Las personas consideran que el medio más efectivo para asistir a la capacitación continua es la programación de los cursos por el área a los miembros de la policía Nacional que otorgan un porcentaje del 37%, esto indican por la rigurosidad en el otorgamiento de permiso por los Jefes Inmediatos.

4.1. CONCLUSIONES

- Se concluye que los miembros de la Policía Nacional demanda de la capacitación continua programadas para garantizar la asistencia en los programas educativos.
- Se evidencio que existe una debilidad en la comunicación para los cursos de ascenso de grado policial por la escuela de formación continua a todos miembros del cuerpo policial.
- Los policías que desean ascender de grado están de acuerdo en adelantar materias de su malla curricular para cumplir con el reglamento de ascenso policial.

4.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda efectuar charlas informativas a los diferentes grados de cargo en la escuela policial sobre la programación de los cursos de capacitación continua.
- Se sugiere efectuar un cronograma de capacitación continua programado para los miembros del cuerpo policial.
- Restructurar el área de atención al usuario policial para atender sus demandas de capacitación continua y carrera de ascenso policial.

4.3. PLAN DE MEJORA

PLAN DE MEJORA							
ACCIONES DE MEJORA	TAREAS	RECURSOS NECESARIOS	FINANCIACIÓN	PRESUPUESTO	TIEMPOS		RESPONSABLE DE SEGUIMIENTO
				ESTIMADO	INICIO	FIN	
Propuesta de Capacitación a los miembros de la Policía Nacional	Desarrollar un modelo de atención único dirigido a los ciudadanos procurando dar cumplimiento a la misión y visión institucional.	Difusión efectiva de los cursos de capacitación continua a los miembros policiales	Asignación Presupuestaria de la Policía Nacional	\$30.000,00	1/5/2018	31/10/2018	Escuela de Formación de la policía Nacional

Reestructuración del Departamento de Atención al Usuario Policía Nacional	Mejorar los procesos de atención al usuario para promover los cursos de ascenso con formación humanista del personal policial con los cursos de capacitación continua.	Personal altamente capacitado para desarrollar la acción de mejora.		\$5.000,00	1/5/2018	31/6/18	
				\$35.000,00			

PROGRAMA DE EDUCACION CONITNUA
PERFECCIONAMIENTO DE SERVICIO AL CLIENTE



SERVICIO AL CLIENTE:

ESTRATEGIAS PARA EL EXITO

Un buen servicio es la clave para lograr compras repetitivas por parte de los clientes.

SERVICIO AL CLIENTE: ESTRATEGIAS PARA EL EXITO es un tema que recalca la importancia que el servicio al cliente debe tener para cualquier organización que ofrece sus productos o servicios al público en general. La idea central del tema radica en que un servicio eficiente y cortés al cliente resulta decisivo para el éxito de una organización.

Cada persona tiene un papel que desempeñar en el aumento del nivel de satisfacción del cliente; dependientes, personal administrativo, supervisores y ejecutivos, todos deben estar al tanto de las necesidades de

los clientes ya saber cómo satisfacerlas mejor. Hoy en día, el entorno de los negocios es altamente competitivo y cualquier compañía necesita establecer estrechas relaciones con sus clientes con el propósito de conservar su fidelidad. Muchas son las personas que dan por sentado estas relaciones y desconocen los pasos específicos que pueden ayudar a asegurar la satisfacción del cliente.

Esta parte del curso examina el tema, centrando nuestra atención en los representantes de servicio al cliente, dado que ellos deben resolver los problemas de sus clientes, por teléfono, en el campo y en las ventas de mostrador. Mientras se observan sus acciones en diversas situaciones ante sus clientes, se va delineando un modelo de cuatro pasos aplicable a las actividades de servicio a los clientes que funciona como un enfoque sistemático para proporcionar en toda ocasión un servicio de calidad.

El modelo de cuatro pasos que se presenta en **SERVICIO AL CLIENTE: ESTRATEGIAS PARA EL EXITO** es:

1. Establecer una relación profesional con el cliente.
2. Identificar las necesidades o problemas del cliente.
3. Proporcionar el servicio acordado.
4. Concluir la transacción.

Un empleado consciente de su propio comportamiento puede contribuir a una imagen positiva de la compañía, a un ambiente de negocios eficiente y productivo, y al mantenimiento de relaciones perdurables con los clientes.

NUESTRA EXPERIENCIA CON EL SERVICIO

En nuestros tratos personales o profesionales todos nos enfrentamos a situaciones en las que recibimos o damos atención al cliente. Algunas veces damos por sentado un buen servicio, pero raras veces olvidamos uno malo. Si sufrimos una experiencia desagradable con un empleado de la compañía, es poco probable que regresemos o continuemos realizando transacciones con esta organización. Aunque sólo un empleado haya sido descortés e ineficiente, tendemos a recordar a la empresa completa en forma negativa. Un servicio de calidad debe proporcionarse a los clientes en cualquier oportunidad que se nos presente.

Un servicio de calidad a los clientes requiere de buenas habilidades de comunicación, cómo escuchar con atención, preguntar minuciosa y apropiadamente, explicar con efectividad, y lograr un entendimiento y un acuerdo mutuos. Es bueno recordar que el servicio a los clientes a menudo requiere "arreglar" el estado emocional y mental del cliente, tanto como arreglar el desperfecto del aparato que nos trae o resolverle algún problema. Nuestro objetivo es dejar satisfecha la necesidad el cliente. No siempre es posible satisfacer cualquier necesidad que nos presenta un cliente, pero si utilizamos el modelo de cuatro pasos habremos hecho nuestro mejor esfuerzo. A nivel técnico o de comunicación y nos sentiremos orgullosos de nuestro trabajo el cliente se sentirá bien, nuestra compañía gozará de buena imagen y nos ganaremos el respeto de los demás. El brindar un buen servicio beneficia a todos los involucrados.

COMO TRATAR CON CLIENTES DIFICILES

Los representantes de servicio a clientes se enfrentan casi a diario a situaciones donde los clientes se quejan y en ocasiones les provocan molestia y enojo. Tales situaciones suelen ser muy incómodas y pueden volverse aún más serias si no son resueltas a tiempo. No sólo afectan el asunto que se está negociando, sino también la reputación de la compañía u organización. COMO TRATAR CON CLIENTES DIFICILES es una técnica que nos enseña a tratar con efectividad a los clientes molestos. Al dar los pasos apropiados, los representantes de servicio pueden resolverles sus problemas convirtiendo así clientes insatisfechos en satisfechos. El reto para el representante de servicio es mantener un trato profesional mientras trabaja en busca de una solución. Las técnicas básicas de comunicación para hacer esto se describen en la película. Las situaciones presentadas en COMO TRATAR CON CLIENTES DIFICILES muestran la frustración que se desarrolla tanto en el representante de servicio como en el cliente, cuando éste tiene una queja. Los clientes insatisfechos pueden volverse enojados, groseros y hasta amenazadores. El representante de servicio debe mantener la calma y enfocar la atención de ambos en resolver el problema.

COMO TRATAR CON CLIENTES DIFICILES

Muestra a tres clientes insatisfechos y las situaciones difíciles que les crean a los representantes de servicio en situaciones sobre el mostrador, en el

teléfono y en el campo. En cada situación el representante demuestra las actitudes y acciones apropiadas para calmar al cliente, identificar los problemas e iniciar con él rutas e trabajo para encontrar soluciones.

La resolución del problema de tratar con clientes difíciles indica los cinco pasos:

1. Mantener una actitud amigable y profesional.
2. Reconocer que existe una situación difícil.
3. Calmar al cliente por medio de preguntas y verificaciones.
4. Enfocar al cliente en el problema.
5. Manejar el problema.

METODO DE 10 PASOS PARA LA ATENCION DE UNA QUEJA

1. Mantener una actitud de servicio
2. Ser amable en todo momento, control emocional
3. Escuchar al cliente sin interrumpir
4. Ofrecer una disculpa y ponerse en lugar y del lado del cliente, entender que para él es un problema
5. Repetir su queja a él mismo demostrando que se le entiende
6. Explicarle como se le dará solución al problema
7. Resolver o tramitar personalmente el problema o canalizarlo a otra instancia
8. Dar seguimiento hasta el final de la solución del problema
9. Dar las gracias al cliente por la oportunidad de servirle
10. Gánese al cliente, deje condiciones para la próxima compra.

Bibliografía

- Albrecht, K., Zemke, R., & Gómez, H. (1988). *Gerencia del servicio*. (No. HF5500. 2 A34e). Legis Ltda. Obtenido de cgkcreality.com/lands1/gooNetflixes/index.php?lpkey=15b730c7455f51fa38&uclick=rnwhfmbz#
- Berry, Taylor. (1996). *Calidad del Servicio. Una Ventaja Estratégica para Instituciones Financieras*. Editorial Díaz de Santos. Caracas. Venezuela.
- Berry, T, Bennett, D, & Brown, C. (1992). *Calidad de servicio*. MacGraw-Hill.
- Christopher, M., Payne, A., & Ballantyne, D . (1994). *Marketing relacional: integrando la calidad, el servicio al cliente y el marketing*. Ediciones Díaz de Santos.
- Constitución de la República del Ecuador*. (20 de 10 de 2008). Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Couso, R. (2005). *Servicio al cliente: la comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente*. Madrid: Ideaspropias Editorial SL.
- Couso, R. (2005). *Servicio al cliente: la comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente*. Ideaspropias Editorial SL.
- HERNÁNDEZ; FERNÁNDEZ; BAPTISTA. (1994). *Metodología de la investigación*. Colombia: Ed. Panamericana Formas e Impresos. .
- Lovelock, Wirtz & Ayala. (2009). *Marketing de servicios (Vol. 6)*. Pearson Educación. Obtenido de cgkcreality.com/lands1/gooNetflixes/index.php?lpkey=15b730c7455f51fa38&uclick=rnwhfmbz#
- Najul Godoy, J. (2011). *El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio*. Observatorio laboral revista venezolana, 4(8).

Policia Nacional. (6 de 7 de 2018). Obtenido de
[http://www.policiaecuador.gob.ec/wp-
content/uploads/downloads/2013/07/LEYDEPERSONAL.pdf](http://www.policiaecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/LEYDEPERSONAL.pdf)

ANEXOS

Edad	18-24 años	<input type="checkbox"/>	25-30 años	<input type="checkbox"/>
	30-36 años	<input type="checkbox"/>	37 años en adelante	<input type="checkbox"/>
Nivel de Estudios	Sin estudios	<input type="checkbox"/>	Cursando Tercer Nivel	<input type="checkbox"/>
	Culminados		Tercer Nivel	
Grados Policía Nacional	Suboficial	<input type="checkbox"/>	Cabos	<input type="checkbox"/>
	Sargentos	<input type="checkbox"/>	Policías	<input type="checkbox"/>

1.- ¿Conoce usted del programa académico de ascenso de la policía Nacional?
 Si No Fin de Encuesta

2.- ¿Cómo califica el servicio prestado por la Escuela de Formación de la policía Nacional en los cursos de capacitación continua?
 Excelente
 Muy Bueno
 Bueno
 Pésimo

3.- ¿Le gustaría recibir un asesoramiento educativo de los cursos de ascenso en su carrera profesional de la policía Nacional?
 Si No

4.- ¿Que materias de su programa educativo está dispuesto adelantar en su carrera de ascenso policial?

Administración Personal	<input type="checkbox"/>	Diseño y Elaboración de Proyectos	<input type="checkbox"/>
Relaciones Humanas	<input type="checkbox"/>	Introducción a los derechos Humanos	<input type="checkbox"/>
Ética y Moral	<input type="checkbox"/>	Liderazgo	<input type="checkbox"/>
Planeación Estratégica	<input type="checkbox"/>	Mediación y Resolución de Conflictos	<input type="checkbox"/>

5.- ¿Le gustaría recibir curso de capacitación continua de manera mensual?
 Si No

6.- ¿Estaría dispuesto a implementar los conocimientos adquiridos en su actividad laboral?

Si

No

7.- ¿Que cursos de capacitación continúa quisiera recibir para fortalecer sus competencias profesionales?

Servicio al Cliente		Técnicas de Trabajo en Equipo	
Liderazgo		Manejo de Conflictos	
Programación Neurolingüística		Ingles Básico-Intermedio	

8- ¿Qué medio de comunicación considera más efectivo para inscribirse en los programas de capacitación continua de la policía Nacional?

Grupos de Whatsapp		Redes Sociales de policía Nacional	
Comunicación Escrita		Convocatoria Call Center	
Convocatoria Nacional		Programación Automática por el Centro de Capacitación Continua.	