



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

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

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**ESTABLECER PLAN DE MEJORA PARA LA  
ADMINISTRACIÓN DEL PERSONAL, EN LA  
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA  
EMPRESA AGUAPEN-EP,  
PROVINCIA SANTA  
ELENA.**

Autor:

**Cevallos Suárez José Andrés**

Tutor:

**Ph.D. Simón Alberto Illescas Prieto**

Guayaquil – Ecuador  
**2018**



## DEDICATORIA

Quiero dedicarles todos estos años de estudio y este proyecto a mis padres que gracias a su apoyo he podido llegar hasta finalizar la carrera y especialmente a mi esposa e hijas que son mi inspiración y fortaleza para seguir superándome todos los días.

Cevallos Suárez José Andrés



## **AGRADECIMIENTO**

Un agradecimiento especial a Dios y a todas las personas que me ayudaron con su granito de arena para poder culminar la carrera con éxito. Al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, personal docente y administrativo por las enseñanzas de calidad y las orientaciones profesionales que me brindaron todo este tiempo de estudios.

Cevallos Suárez José Andrés



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

**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: **Establecer plan de mejora para la administración del personal, en la satisfacción del cliente de la empresa Aguapen-EP, provincia Santa Elena**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de investigación para optar por el título de:

**TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo incide la administración del personal, en la satisfacción del cliente en la empresa Aguapen-EP, de la provincia de Santa Elena, en el periodo 2018?**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por el Egresado:

**Cevallos Suarez José Andrés**

Tutor:

**Ph.D. Simón Alberto Illescas Prieto**



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL  
ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

ESTABLECER PLAN DE MEJORA PARA LA ADMINISTRACIÓN DEL PERSONAL, EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA AGUAPEN-EP, PROVINCIA SANTA ELENA.

Autor: **Cevallos Suárez José Andrés**

Tutor: **Ph.D. Simón Alberto Illescas Prieto**

**Resumen**

La Empresa Pública Municipal Mancomunada de Agua Potable, Alcantarillado Sanitario, Pluvial, Depuración y Aprovechamiento de Aguas Residuales y Saneamiento Aguapen-EP, es una empresa que se dedica a la prestación de servicios públicos de alcantarillado sanitario, alcantarillado pluvial, tratamiento de aguas servidas y de agua potable en la península de Santa Elena. Su mayor problema actualmente es la falta de capacitación del personal de atención al cliente, ya que los usuarios al momento de acercarse a buscar solución a algún inconveniente con el servicio que se brinda, no tienen la suficiente capacidad de respuesta que se necesita en esta área muy importante para cualquier empresa en el mundo. Es por eso que mi proyecto es crear un plan de mejora que permita solucionar este déficit de conocimiento y de capacitación dentro del personal para que puedan cumplir con uno de nuestros objetivos que es brindar un servicio de calidad a nuestra provincia. Actualmente La Empresa Pública Municipal Mancomunada de Agua Potable, Alcantarillado Sanitario, Pluvial, Depuración y Aprovechamiento de Aguas Residuales y Saneamiento Aguapen-EP se encuentra ubicada en la vía a Salinas, sector Costa de Oro en el edificio Dianita, atendiendo en horario de 08H30 hasta las 17H00 donde los usuarios podrán realizar pago de planillas, reclamos, reportar fugas de agua y colapsos de AA.SS. además solicitar inspecciones a sus predios si en algún momento se presenta un problema con el medidor de agua.

Problema

Capacitación

Atención

Clientes



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL  
ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

ESTABLECER PLAN DE MEJORA PARA LA ADMINISTRACIÓN DEL PERSONAL, EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA AGUAPEN-EP, PROVINCIA SANTA ELENA.

Autor: **Cevallos Suárez José Andrés**

Tutor: **Ph.D. Simón Alberto Illescas Prieto**

Abstract

The Joint Public Company of Drinking Water, Sanitary Sewer, Stormwater, Wastewater Treatment and Sanitation and Sanitation Aguapen-EP, is a company dedicated to the provision of public services of sanitary sewer, storm sewer, sewage treatment and of drinking water in the Santa Elena peninsula. Its biggest problem now is the lack of training of customer service staff, since users when approaching to find a solution to any problem with the service provided, do not have sufficient response capacity that is needed in this area very important for any company in the world. That is why my project is to create an improvement plan that allows us to solve this deficit of knowledge and training within the staff so that they can meet one of our objectives, which is to provide a quality service to our province. Currently, the Joint Public Company of Drinking Water, Sanitary Sewer, Stormwater, Wastewater Treatment and Treatment and Sanitation Aguapen-EP is located on the road to Salinas, Costa de Oro sector in the Dianita building, serving from 08h30 to at 5:00 pm where users can pay payroll, claims, report water leaks and collapses of AA.SS. also request inspections of your premises if at any time there is a problem with the water meter.

Problem

Training

Attention

Customer

## ÍNDICE GENERAL

<b>Contenidos:</b>	<b>Páginas:</b>
Carátula .....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Certificación de la aceptación del tutor .....	iv
Clausula.....	v
Certificación.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
Índice General.....	ix
Índice de gráficos.....	xii
Índice de cuadros.....	xiii

### CAPÍTULO I

#### EL PROBLEMA

##### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto.....	1
Situación conflicto.....	3
Delimitación del problema.....	3

Formulación del problema.....	4
Variables.....	4
Evaluación del problema.....	4
Objetivos de la investigación.....	7
Justificación e importancia.....	8

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

Antecedentes Históricos.....	12
Antecedentes Referenciales.....	17
Fundamentación Legal.....	19
Variables de la Investigación.....	20
Independiente.....	20
Dependiente.....	20
Definiciones conceptuales.....	21

### **CAPÍTULO III**

#### **METODOLOGÍA**

##### **PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA**

Datos de la Empresa.....	24
Diseño de la investigación.....	27
Tipos de investigación.....	28
Población y muestra.....	29
Métodos y técnicas de investigación.....	31
Procedimiento de la Investigación.....	32

### **CAPÍTULO IV**

#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

Aplicación a las técnicas e instrumentos.....	35
Plan de mejoras.....	43
Conclusiones.....	49
Recomendaciones.....	50
<b>Bibliografía.....</b>	<b>51</b>

#### **Anexos**

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Títulos</b>	<b>Páginas</b>
Cuadro 1	
Conflicto: Antecedentes y Consecuencias.....	3
Cuadro 2	
Aspectos.....	15
Cuadro 3	
Diferencias: Percepción y Expectativa.....	15
Cuadro 4	
La percepción global.....	16
Cuadro 5	
Tipos de investigación.....	28
Cuadro 6	
Métodos y técnicas de investigación.....	31
Cuadro 7	
Procedimientos.....	32
Cuadro 8	
Resultados encuesta (Preg. 1).....	36
Cuadro 9	
Resultados encuesta (Preg. 2).....	37

Cuadro 10	
Resultados encuesta (Preg. 3).....	38
Cuadro 11	
Resultados encuesta (Preg. 4).....	39
Cuadro 12	
Resultados encuesta (Preg. 5).....	40
Cuadro 13	
Resultados encuesta (Preg. 6).....	41
Cuadro 14	
Resultados encuesta (Preg. 7).....	42
Cuadro 15	
Plan de mejoras.....	43
Cuadro 16	
Cronograma de capacitaciones.....	47
Cuadro 17	
Financiamiento.....	48

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Títulos</b>	<b>Páginas</b>
Gráfico 1	
Orgánico Estructural de Aguapen-EP.....	25
Gráfico 2	
Plantilla.....	26
Gráfico 3	
Población y muestra.....	29
Gráfico 4	
Población.....	31
Gráfico 5	
Resultados encuesta (Preg. 1).....	36
Gráfico 6	
Resultados encuesta (Preg. 2).....	37
Gráfico 7	
Resultados encuesta (Preg. 3).....	38
Gráfico 8	
Resultados encuesta (Preg. 4).....	39
Gráfico 9	
Resultados encuesta (Preg. 5).....	40



Gráfico 10

Resultados encuesta (Preg. 6).....41

Gráfico 11

Resultados encuesta (Preg. 7).....42

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **Ubicación del Problema en un Contexto**

Dentro de la empresa pública Aguapen-EP existe una deficiencia en cuanto a preparación y capacitación del personal de atención al cliente debido a que algunos de los colaboradores fueron movidos a esta área importantísima para la empresa con otros conocimientos, es decir son profesionales en otras ramas o recibieron capacitaciones en otras aéreas ajenas al trabajo que desempeñan dentro de la empresa.

Sin embargo, se han realizado cambios de personal para poder en algo ayudar a este problema que cada vez se hace un poco complejo por cuanto los usuarios cada vez presentan más quejas contra los colaboradores que los atienden manifestando que no se cumplen con las soluciones, trabajos o seguimientos que estos les indican dentro de un plazo determinado.

Se han propuesto diferentes modelos de proyectos de aquellas empresas que han solucionado este problema en un área importantísima como la atención al cliente, pero puede ser que no se aplicó bien dicho proyecto o tal vez el error es que no tenemos personal altamente y suficientemente capacitado como para que los esfuerzos que se hacen por cambiar totalmente la imagen empresarial comience a dar resultados que nos demuestren que el nivel de atención, agilidad y solución de nuestro personal es el más óptimo y sobresaliente. Es decir, necesitamos un plan de mejora que permita solucionar este problema a corto plazo, programando las capacitaciones del personal de todas las áreas que

Tienen contacto directo con los usuarios, que comience a incluir a todos los departamentos o jefaturas que manejan la atención al cliente.

Debemos recalcar que el problema de la atención al cliente no es solo en la empresa Aguapen-EP, sino en todo el mundo empresarial, ya sean públicos o privados, por supuesto que en el ámbito privado muchas de las atenciones o tal vez muchos detalles son mejores o diferentes que el sector público y que la gente común sin importar la clase social o el poder económico que tengan prefiere mil veces el sector privado.

Entonces el plan de mejora que queremos ejecutar en la empresa Aguapen-EP es para ayudar un poco a resolver el problema en la ineficiencia del servicio o atención a los clientes que día a día acuden hasta las oficinas en busca de dar solución a algún trámite o simplemente a solicitar información sobre el servicio que brindamos pero que lamentablemente muchas veces no llegamos a las expectativas que el cliente espera de nosotros como empresa pública y que es necesario corregir inmediatamente.

Las capacitaciones en toda empresa son muy importantes, la actualización al personal debe ser constante, solo ahí podremos tener la eficiencia que aspiramos y debemos tener con los usuarios o clientes los cuales quedarán satisfechos por el trabajo que realizamos. Cuando por fin realicemos una buena labor en nuestro trabajo, una atención excelente de muy buena calidad, podremos decir que en la Península de Santa Elena, en la empresa Aguapen-EP, el servicio o atención al cliente, es la mejor.

Espero que mi proyecto de grado sea de mucha utilidad para solucionar este problema dentro de la empresa Aguapen-EP, en la provincia de Santa Elena, el cual plantea un plan de mejora a esta situación un tanto compleja pero que necesita una pronta solución para evitar que se convierta en un problema mayor, como si ha sucedido en empresas mucho más grandes que se fueron a la quiebra por esta situación, por no saber cuidar a sus clientes.

## Situación Conflicto

Este problema surge particularmente por la falta de capacitación del personal de atención al cliente, lo que da lugar que se genere un conflicto dentro de la empresa, el cual estamos buscando una pronta solución para evitar que se forme un problema mayor y tardemos más tiempo en buscar soluciones, es por eso que tanto los antecedentes y las consecuencias del mismo se detallan a continuación:

Cuadro 1 **Conflicto**

<b>Antecedentes</b>	<b>Consecuencias</b>
Se registran antecedentes con algunos de los clientes de la empresa.	Se recibieron quejas y denuncias por parte de los clientes insatisfechos con la atención brindada.
Falta de capacitación	Ninguna capacitación en materia de atención al cliente.

Elaborado por: Andrés Cevallos Suárez.

## Delimitación del problema

La delimitación del problema se la realizó usando los términos campo, área, aspectos y tema, detallando cada uno de ellos para un mejor estudio y orientación sobre nuestro proyecto.

- **Campo:** Administración
- **Área:** Clientes
- **Aspectos:** Plan, mejora administración, personal
- **Tema:** Establecer plan de mejora para la administración del personal, en la satisfacción del cliente de la empresa Aguapen-EP, provincia Santa Elena

## **Formulación del problema**

¿Cómo incide la administración del personal, en la satisfacción del cliente en la empresa Aguapen-EP, de la provincia de Santa Elena, en el periodo 2018?

## **Variables de Investigación**

Como en todo problema investigativo, nuestras variables dependientes e independientes son:

**Variable Independiente:** Administración del personal

**Variable Dependiente:** Satisfacción del cliente

## **Evaluación del problema**

Para evaluar el problema tendremos en cuenta algunos aspectos que nos permiten saber si nuestro problema está muy bien planteado, los aspectos son los siguientes:

### **Delimitado:**

Desde la óptica de Sabino (1986), la delimitación habrá de efectuarse en cuanto al tiempo y el espacio, para situar nuestro problema en un contexto definido y homogéneo. Nuestro problema está situado en la empresa Aguapen-EP en la provincia de Santa Elena, estamos realizando una investigación la cual nos permita buscar una solución de manera rápida, a corto plazo, para poder resolver este problema un poco complejo, para esto los involucrados son todo el personal de campo, administrativo y de servicios que trabajan en la empresa en mención y lo más importante están incluidos todos los habitantes de la provincia de Santa Elena quienes son nuestros usuarios y para quienes estamos buscando una pronta solución a nuestro problema en la atención al cliente.

**Claro:**

Es entendible, está redactado de una forma precisa fácil de comprender, se pueden identificar las ideas concisas y precisas de cada párrafo, sobre todo la idea principal que es donde se quiere llegar, tomando en cuenta también los objetivos tanto general como específicos. No está difícil de entender tampoco de interpretar, todo está totalmente detallado y se definen muy bien cada situación o adversidad que se puedan presentar. Cada cuadro o gráfico está con su respectiva descripción, título, numeración para poder visualizar y no perder algún detalle de la información que estamos recolectando para nuestro proyecto investigativo, tal y como se especifica en el índice el cual está estructurado de tal forma que sea imposible no encontrar la información de un tema específico en la página indicada dentro de nuestro proyecto de grado previo a la obtención del título de tecnólogo en Administración de Empresas en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología (ITB).

**Relevante:**

Los beneficiados de este proyecto investigativo serán como dije antes todo el personal que labora en la empresa de agua potable de la península Aguapen-EP, por que podrán atender también resolver las inquietudes y necesidades de los usuarios de la empresa con relación al servicio que brindamos y sobre todo lo más importante que se benefician también todos los habitantes de la provincia de Santa Elena que son nuestros usuarios que cada mes cancelan sus planillas de consumo de agua potable ya que ellos recibirán y notaran el cambio en la atención que se les brinda con un personal más idóneo, preparado y capacitado para esta tarea relevante en un área muy importante para cualquier empresa en el mundo. La atención al cliente aunque para muchos es algo insignificante tiene mucho que ver con el éxito o la quiebra de cualquier organización empresarial en el mundo.

**Concreto:**

Contiene textos cortos pero precisos, que señalan el problema o situación a resolver con un lenguaje directo y adecuado para evitar que no se puedan entender algunas ideas que hemos citado. Una investigación totalmente específica y clara que no presenta resultados improvisados sino un trabajo hecho con responsabilidad, ética, esfuerzo y dedicación, un proyecto que a mi parecer será de mucha ayuda para solucionar este problema empresarial en la atención al cliente que nos aqueja desde hace mucho tiempo dentro de la empresa donde trabajo. Es un proyecto que propone la actualización y capacitación constante del personal de atención al cliente y áreas afines.

**Original:**

Totalmente original, hay muchos estudios y proyectos sobre atención al cliente, pero que traten sobre cómo solucionar un problema o hablen específicamente de la atención al cliente en alguna empresa no hay trabajos realizados sobre este tema, por eso digo categóricamente mi proyecto es original, se han hecho algunos estudios sobre este trabajo pero no han sido investigados totalmente, que es lo que estoy haciendo con este proyecto, investigando todo lo relacionado sobre este tema, tanto así que es un poco novedoso y diría yo que presenta un nuevo enfoque sobre el tema que estoy tratando de investigar y el problema que quiero solucionar.

**Variables:**

Están muy bien especificadas y estructuradas tanto las variables dependientes como las variables independientes con las que vamos a trabajar en nuestro proyecto, tratando siempre de buscar todo lo relacionado concretamente al problema planteado basándonos en nuestras variables y objetivos propuestos para tratar de llegar a soluciones e ideas que sirvan de ayuda para encontrar la solución correcta y después ejecutar este plan de mejora que planteo como solución al problema propuesto y que estoy seguro será de mucha ayuda para solucionar muchos aspectos empresariales que estarían fallando dentro de la empresa en la que trabajo

y que más que buscando soluciones concretas y reales al problema que se necesita investigar y que escogí como proyecto de grado.

## **Objetivos**

### **Objetivo General:**

Identificar las debilidades del departamento de atención al cliente, para desarrollar un plan de mejora que permita una buena administración, capacitación, orientación y organización del personal con relación a la atención o servicio al cliente.

### **Objetivos Específicos:**

- Fundamentar teóricamente la administración del personal y satisfacción al cliente.
- Diagnosticar las debilidades del personal de atención al cliente.
- Ejecutar un plan de mejora para la capacitación y mejoramiento del área de atención al cliente.

### **Interrogantes de la investigación:**

- 1.- ¿Que se pretende con este proyecto?
- 2.- ¿Cómo se realizará el diagnostico de debilidades del personal?
- 3.- ¿Cómo se ejecutará el plan de mejora?

## **Justificación e Importancia**

La atención al cliente dentro de empresas que dependen de sus usuarios para seguir en el mercado es muy importante pero aún más importante si estas empresas son públicas, pertenecen al estado y se deben al servicio de la ciudadanía.

Es por este motivo que este proyecto es muy valioso e importante para el desarrollo de un plan que permita manejar, capacitar, administrar al personal a cargo y mejorar la atención hacia nuestros usuarios o clientes. Los beneficiados serán todos los habitantes de la provincia de Santa Elena, porque ellos notaran la diferencia y el cambio que tiene nuestro personal al momento de atender cualquier inquietud o inconveniente que presenten con el servicio de agua potable.

Es un proyecto que ayudará mucho a la empresa en general, porque mientras más capacitación y actualización reciban mejor respuesta se tendrá en la eficiencia del personal al momento de dar solución a un problema o desarrollar un trabajo encomendado o planificado por los mandos superiores.

Está dirigido especialmente a todo el personal de la empresa Aguapen-EP que labora en los diferentes departamentos que tienen conexión directa con los clientes o usuarios que llegan hasta las oficinas de la empresa ya sea para cancelar las planillas por el servicio de agua potable, realizar un reclamo, una queja o solicitar la instalación del servicio que brindamos.

Espero y aspiro poder continuar con este proyecto que solo busca la satisfacción, el progreso de toda la organización empresarial de la colectividad de la provincia de Santa Elena y tal vez en su momento del Ecuador entero para que ayude a mejorar o reforzar ciertos métodos de atención al cliente que son usados todavía por casi todas las empresas del mundo ya sean públicas o privadas.

Es decir cada quien cumple su función hasta donde le dicen que lo haga, pero nadie busca hacer algo más por la persona que está atendiendo, por aprender alguna cosa nueva o por la satisfacción del deber cumplido a cabalidad y poder decir después hice algo más de lo que estoy acostumbrado a hacer diariamente. Esa es una satisfacción inexplicable, ir más allá de donde has ido siempre, hacer algo más de lo que siempre has hecho.

Para poder justificar nuestro proyecto de grado previo a la obtención del título de Tecnólogo en Administración de Empresas voy a explicar cada uno de los siguientes pasos:

**Conveniencia:** Este proyecto que se está desarrollando tiene muy buena intención de ayudar al personal de atención al cliente de la empresa Aguapen-EP a desarrollar toda su capacidad de respuesta en cuanto al trabajo que realizan dentro de esta área importante para la empresa. Por lo tanto la conveniencia será mutua, es decir, tanto para los ejecutivos de atención al cliente como para los usuarios que notarán que la atención brindada en la empresa Aguapen-EP es muy diferente a la anterior, las capacitaciones mejorarán las destrezas de los ejecutivos de atención al cliente y con ello mejorará la atención brindada a nuestros usuarios o clientes, es decir este proyecto tiene un alto grado de conveniencia.

**Relevancia Social:** En cuanto a lo social tiene un alcance muy alto, porque también ayudará a que los clientes tengan la confianza y total seguridad de que sus dudas e inquietudes serán muy bien atendidas por nuestro personal que está siempre presto para desempeñar su labor diaria al servicio de la comunidad peninsular. Este proyecto tiene un alto valor social por cuanto beneficiará a toda la provincia de Santa Elena, turistas nacionales y extranjeros. ¿Pero cómo se beneficiaran la ciudadanía en general?, mediante las capacitaciones y actualizaciones a nuestro personal de atención al cliente mediante el plan de mejoras que deseamos implementar en la empresa y que serán de beneficio tanto para la imagen empresarial como para los clientes y usuarios.

**Implicaciones Prácticas:** El plan de mejoras que se construye en este proyecto de grado ayudará mucho a resolver un problema real y muy común en cualquier empresa del mundo que es la falta de capacitación y actualización al área de atención al cliente, muchas veces por falta de presupuesto en la empresa o simplemente los mandos superiores no sienten la necesidad de capacitar a su personal y es mejor ahorrarse ese dinero que tal vez les pueda servir para otra inversión. El mayor problema

en toda empresa es el mal trato, la mala atención a los clientes y la falta de capacitaciones con nuevos modelos, técnicas y métodos al personal de atención al cliente han hecho que muchas empresas de todo el mundo automáticamente quiebren y no vuelvan a existir nunca más.

**Valor Teórico:** dentro de esta investigación se han descubierto muchos problemas no tan grandes como el que estamos planteando pero si presentan su grado de interés tanto de estudios investigativos como personal. Empleando todas las herramientas necesarias haremos de esta investigación una exploración fructífera que nos permitirá encontrar aún más soluciones a nuestro problema planteado que por supuesto no es una teoría por que sí existe tampoco un fenómeno porque no es algo sobrenatural tan solo es un parasito que hay que exterminarlo lo más pronto posible y que mediante un profundo estudio y análisis del problema llegaremos a encontrar todas las respuestas posibles para nuestro proyecto. Una vez terminado nuestro plan de mejoras podremos sugerir ideas, recomendaciones o hipótesis a futuros estudios.

**Utilidad Metodológica:** Desde el punto de vista metodológico este plan de mejoras planteado en nuestro proyecto será una fuente de mucha ayuda para recolectar o analizar datos debido a la gran cantidad de información obtenida mediante investigaciones y trabajos de campo que ayudaran a futuras generaciones a enriquecer la búsqueda de conocimiento, a la definición de un concepto, ambiente, contexto variable o simplemente una relación entre variables que pueden lograr mejoras en la forma de experimentar un problema con una o más variables dependiendo de la cantidad de información que se obtiene mediante las investigaciones teóricas o de campo que se realicen y que servirá para dar solución o mejorar todo problema, proyecto o algo que en relación se presente, en este caso, el plan de mejoras busca solucionar el problema de la administración del personal y atención al cliente mediante capacitaciones y actualizaciones que mejoren la calidad del servicio brindado por los ejecutivos de este departamento de la empresa.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

##### **Antecedentes Históricos**

La organización internacional de normalización (ISO, por sus siglas en inglés) se formó en Ginebra, Suiza, en 1946. La organización fijó estándares para el servicio al cliente. La primera reunión en Londres ese mismo año atrajo a un total de 65 asistentes de 25 países.

La década de 1980 incluyó a los aparatos electrónicos en la discusión. Las agencias como el Instituto de Calidad de Servicio, que ha proporcionado capacitación en el servicio al cliente desde 1971, desarrollaron seminarios, libros y videos de capacitación adicionales. El seguimiento de los dispositivos y las encuestas en línea en sitios web también ganaron popularidad.

Por años, el popular adagio "El cliente siempre tiene la razón" ha dominado los mercados minoristas. Sin embargo, desde la década de 1990, una nueva tendencia ha aparecido que coloca al cliente y sus necesidades como el centro de todas las decisiones de negocios.

Durante la década de 1990, las compañías se enfocaron más en retribuir a sus clientes proporcionando regalos por la lealtad de los clientes. Puntos de bonificación en las tarjetas de crédito, ofertas de dinero en efectivo de los bancos por abrir cuentas y millas de viajero frecuente fueron sólo algunas de las ofertas que las empresas utilizaron para incrementar las ventas.

Proporcionó incluso más opciones para dar seguimiento y mejores oportunidades para que las compañías mejoraran su servicio al cliente.

Independientemente de que la empresa sea pública, privada, multinacional, gran empresa, mediana o pequeña, con actividades industriales o de servicio y sea cual sea la tarea que desarrollamos en ella, todos los miembros de la empresa estamos implicados en el servicio al cliente. El servicio al cliente no es una decisión optativa sino un elemento imprescindible para el éxito de la empresa y constituye el centro de interés fundamental y la clave del éxito o fracaso. Es algo que podemos cambiar si queremos hacerlo.

Como dijo Leppard, J. (1998) **“Cómo mejorar su servicio al cliente”**, (p. 166).

Mediante la ejecución del plan de mejoramiento en la atención al cliente en la empresa Aguapen-EP, mejoraremos no solo nuestro servicio y atención sino también la imagen como empresa pública que trabaja mancomunadamente con los municipios de los tres cantones peninsulares buscando el bienestar de los habitantes de toda la provincia sin olvidar que pertenecemos a una comunidad que confía en nuestro trabajo, profesionalismo y sobre todo responsabilidad.

Analizaremos las virtudes y debilidades de cada colaborador del área de atención al cliente para que por medio de este plan mejorar, corregir y desarrollar actitudes que quizás ellos no saben que poseen para ejecutar una buena atención y servicio a nuestros clientes que sin duda notaran el cambio en cada una de las veces que acudan a nuestra empresa a resolver un problema o alguna situación que los esté afectando. Ellos mismos notaran el cambio cuando nuestro personal totalmente capacitado busque una rápida solución que favorezca tanto a la empresa como al cliente y esperemos que ese cambio se note lo más pronto posible. Todo aquello que apliquemos a un área de la empresa es aplicable a las demás, estén directa o indirectamente implicadas en el servicio al cliente.

En el libro “La comunicación y la calidad del servicio al cliente” de la autora Renata Paz Couso dice **“Todas las actividades que ligan a la empresa**

**con sus clientes constituyen el servicio al cliente”** (p. 1). Definitivamente todas las actividades que realizamos para dar un buen servicio a nuestros clientes, las que tienen que ver o tienen una relación directa con ellos nos relacionan directamente a la atención al cliente, las actividades pueden ser:

- Las actividades necesarias para asegurar que el servicio o producto se entregue a tiempo, con las unidades necesarias y buena presentación hacia nuestros clientes.
- Relaciones interpersonales entre la empresa y el cliente.
- Servicios de reparación, asistencia y mantenimiento.
- Servicio de atención, información y reclamaciones de clientes.

Como dijo Brown, A. (1989) **“La gestión de atención al cliente consiste simplemente en eso: en gestionar la forma de atender al cliente “**, (p.119).

Mediante el plan de mejora que queremos implementar en la empresa lograremos llegar a los objetivos planteados. Tal como dijo Andrew Brown, estamos buscando gestionar la forma de atender al cliente y que más que incentivar a las capacitaciones, actualizaciones que permitirán al personal de atención al cliente estar totalmente seguros de su trabajo, brindando una atención de calidad.

Con este contexto, el servicio al cliente puede convertirse en una herramienta estratégica no solo para conseguir que los errores sean mínimos y se pierda el menor número de clientes posible, sino para establecer un sistema de mejora continua en la empresa que permita encontrar un modelo de gestión que sea práctico y sencillo buscando siempre la satisfacción de nuestros clientes gestionando y brindando una atención de calidad y primer orden dejando siempre la imagen empresarial por el nivel más alto.

Cuadro 2

**Aspectos**

Servicio	Orientar la empresa al cliente como objetivo general y prioritario dirigido a obtener su satisfacción.
Relaciones	Conseguir la preferencia de clientes.
Valor añadido	Generará una diferencia de nuestra empresa con otras.

Fuente: Libro “La comunicación y la calidad del servicio al cliente” (p. 3)

La satisfacción del cliente o falta de ella es la diferencia entre lo que espera recibir el cliente y lo que en realidad está recibiendo.

Cuadro 3

**Diferencias**

<b>Percepción</b>	<b>Expectativa</b>
Es el proceso mental por el que se selecciona, organiza e interpreta la información a fin de darle significado. Es la visión de la realidad que una persona tiene, que variará en función de sus circunstancias.	Es aquello que una persona cree que puede o debe ocurrir y está condicionada por las referencias externas y las experiencias anteriores.

Fuente: Libro “La comunicación y la calidad del servicio al cliente” (p. 3)

La percepción global del cliente es la valoración que hace con respecto a nuestra empresa en comparación con otras. Pero además tienen significados en función del significado que le atribuyamos y la imagen que queremos proyectar de la empresa a nivel social ya sea local, regional, nacional o mundial. Ese es el significado más importante para la empresa, el que sus empleados le atribuyen o le designan.

Cuadro 4

**La Percepción Global**

<b>LA PERCEPCION GLOBAL</b>	
<b>Elementos tangibles</b>	<b>Elementos intangibles</b>
Es todo lo que se percibe a través de la logística, es decir, en las instalaciones, medios técnicos, equipos, servicio que oferta y el recurso humano disponible.	Son los que brindan fiabilidad o confiabilidad, capacidad de respuesta de la empresa en las condiciones prometidas, cultura y nivel de compromiso con el cliente.

Fuente: Libro “La comunicación y la calidad del servicio al cliente” (p. 3)

**El Servicio al Cliente en el Ecuador**

En el Ecuador casi no hay cultura de servicio al cliente, la cual va desde la atención al cliente hasta el servicio postventa. Sin esta cultura, en algunas empresas los vendedores creen que le están haciendo un favor al cliente. Sin embargo se nota un cambio en empresas privadas y sector público.

Los servicios al cliente, ofrecidos por empresas públicas y privadas se han posicionado por muchos años en el Ecuador como calidad ineficiente, salvo las honrosas excepciones que existen en todos los sectores, que son la minoría.

El servicio al cliente es toda una ingeniería en detalles, que nace en ventas eficientes, productos y servicios de calidad, tiempos de respuesta cortos e inmediatos y el cumplimiento de lo prometido, las quejas y reclamos se originan por el incumplimiento.

¿Qué se necesita para ofrecer un eficiente servicio a los clientes?, mencionaremos algunas de las recomendaciones claves para ser calificadas cuando los ciudadanos acudimos al mercado y podamos ser los veedores de este proceso que, a través de la Ley de Defensa al Consumidor, debería ser monitoreado.

Infraestructura física externa: Contar con el acceso de líneas de transporte público, cerca de paraderos, servicios de vigilancia y Policía, adecuada señalética. Vendedores ambulantes y de alimentos debidamente organizados, limpieza exterior, áreas de parqueo de vehículos, infraestructura para protección de lluvia o excesivo calor, eliminación de tramitadores.

Ambiente de confort interno: Anfitriones que aclaran y resuelven inquietudes, organizan las filas, publicación de los horarios de atención, red de oficinas, números de teléfono del Call Center y direcciones electrónicas, de información, reclamos, sugerencias y prestación de servicios en línea, impresión escrita de requisitos, sillas cómodas, bebederos de agua, aire acondicionado central, limpieza permanente, servicios higiénicos limpios, accesos para personas especiales y de la tercera edad, música ambiental, señalética interna y murales informativos.

Talento humano debidamente entrenado: Personal joven, estudiantes o profesionales, con los conocimientos de los procesos, requisitos y excepciones, con capacidad de decidir y resolver en casos estándares y excepción de bajo riesgo en tiempo real para entregar las soluciones por vía personal, telefónica o correo electrónico.

Fuente: Diario El Telégrafo (20 de Agosto del 2012)

### **Antecedentes Referenciales**

Bernardo Carpio. (2013), Universidad José Antonio Páez, Proyecto de Graduación, Estrategias de Atención al Cliente.

Para cualquier empresa el cliente es el activo más importante, ya que de este depende el crecimiento económico, por lo tanto, las políticas que se implementen en su atención influirán de manera significativa en la satisfacción y por consiguiente en los índices de fidelidad y de ventas de cualquier producto o servicio. (p.234)

La diferencia de este proyecto es que habla de estrategias de mejoramiento, es decir, una serie de pasos a seguir para mejorar la atención a los clientes, mientras el plan que estamos por realizar es completamente diferente, abarca todo lo relacionado a la atención al cliente.

Botia Fonseca O. y Rivera Moreno D. (2008), Universidad de la Salle, Bogotá propuesta de mejoramiento para el servicio al cliente del grupo Unipharm Bogotá.

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.  
(p.145)

Este proyecto es similar porque busca mejorar la atención al cliente tal cual nosotros en este proyecto que estamos resolviendo y estudiando para poder dar una solución rápida, efectiva que nos permita resolver y mejorar cada situación adversa que se nos presente.

González Fernando. (1999). En su proyecto de grado para optar al título de Licenciado en Administración Mención Gerencia en la Universidad Fermín Toro, dice:

La Gerencia debe inducir a los empleados en los instrumentos financieros más idóneos para satisfacer las necesidades de los clientes, así como también motivar a los empleados de modo que ellos se sientan satisfechos con ellos mismos y puedan mejorar el servicio que prestan a los clientes de la organización. (p.121)

Este proyecto de grado tiene una similitud, que también busca capacitar al personal o permitir que el personal se capacite contando con el apoyo de la máxima autoridad de la empresa, en este caso el señor gerente, quien deberá autorizar y disponer que se realicen las capacitaciones,

actualizaciones, seminarios, etc., de acuerdo a un horario y cronograma establecido previamente.

## **Fundamentación Legal**

### **Constitución de la República del Ecuador (2008)**

#### **Derechos del Buen Vivir**

En el Título II de Derechos, Capítulo segundo de Derechos del Buen Vivir, se establecen los derechos de que gozan las personas en general.

**Art. 12.-** El derecho humano al agua es fundamental e irrenunciable. El agua constituye patrimonio nacional estratégico de uso público, inalienable, imprescriptible, inembargable y esencial para la vida

#### **Ley orgánica de Defensa del Consumidor**

**Art. 69.-**Capacitación.- El Instituto Ecuatoriano de Normalización –INEN- realizará programas permanentes de difusión sobre normas de calidad a los proveedores y consumidores, utilizando, entre otros medios, los de comunicación social en los espacios que corresponden al Estado, según la Ley.

**Art. 93.-** Intereses por Mora.- Cuando fuere procedente el cobro de intereses por mora en el pago atrasado de facturas y planillas de servicios, el consumidor pagará el interés legal por el tiempo efectivo de mora. Caso contrario, el afectado podrá acudir ante la autoridad competente para la tutela de su derecho

#### **Ley orgánica de Empresas Públicas**

**Art. 4.-** Definiciones.- Las empresas públicas son entidades que pertenecen al Estado en los términos que establece la Constitución de la

República, personas jurídicas de derecho público, con patrimonio propio, dotadas de autonomía presupuestaria, financiera, económica, administrativa y de gestión. Estarán destinadas a la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y en general al desarrollo de actividades económicas que corresponden al Estado.

**Art. 315.-** El Estado constituirá empresas públicas para la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y el desarrollo de otras actividades económicas.

### **Ley Orgánica del Sector Público**

**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.

## **Variables de la Investigación**

**Variable Independiente:** Administración del personal

Esta variable como se la nombra es independiente por qué no espera resultados de ninguna otra variable, es decir, depende de sí misma, por el contrario la variable dependiente sí espera resultados de esta variable para poder funcionar y dar los resultados esperados cuando el problema poco a poco valla tomando fuerza a medida que vamos avanzando.

**Variable Dependiente:** Satisfacción del cliente

Esta variable se maneja en base a nuestra variable independiente por que depende de cómo se administre el personal dentro de nuestra empresa y permita la satisfacción completa de nuestros clientes en torno a la atención

que reciben, es decir, una administración de personal capacitado distribuido correctamente dará como resultado una atención de calidad para nuestros usuarios o clientes.

## **Definiciones Conceptuales**

- Cliente:** Es la persona que adquiere nuestros productos o servicios, con la finalidad de suplir una necesidad que para él es básica e impórtate en ese momento. Ellos son los más importantes de nuestra empresa gracias a ellos es la productividad.
- Organización:** Es actividad relacionada a cumplir un mismo objeto con una actividad destinada para cada una de las personas que la conforman estableciéndoles tareas, roles o labores definidas para el área asignada.
- Disposición:** Es tener el espacio y tiempo suficiente para realizar una actividad o brindando un servicio al cliente eficiente, solucionando cualquier problema o inquietud que puede tener este sobre nuestro producto o servicio.
- Insatisfacción:** Es cuando un cliente no se siente satisfecho con el servicio o producto que le está brindando la empresa, ya sea por su mala intención o el desempeño del producto no alcanza a sus expectativas frente a su necesidad.
- Asertividad:** Es la capacidad de solucionar problemas estratégicos y poder diferenciar la agresividad y pasividad, debemos ser consistentes tener las ideas claras, equilibradas para poder llegar a ser asertivos dando a conocer nuestro punto de vista.

**Buzón de Sugerencias:** Está diseñado para que los consumidores sin necesidad de escribir su nombre o sepan quien les da la opinión de cómo crece el servicio a la atención prestada en el establecimiento.

**Cadena de Satisfacción:** Es utilizada en las empresas como medio de medir las capacidades de sus colaboradores, el sentido de pertenencia con la organización para así poder brindarles a los clientes lealtad a la marca.

**Competitividad:** Es la capacidad de un negocio o empresa para crear estrategias que ayuden a adquirir una posición vanguardista en el mercado.

**Cultura Organizacional:** Es el conjunto de normas que se tengan en una organización en todas sus áreas basadas en respeto, valores, ética, integridad, actitudes, hábitos todo esto genera una persona íntegra y un ambiente laboral bueno.

**Estándares:** Permiten controlar las operaciones o procesos que se realizan en la organización, teniendo el conocimiento cada una de las personas que trabajan en ella de sus actividades.

**Encuesta:** Son un tipo de preguntas verbal o escrita que se relaciona a un grupo de personas determinado para obtener información sobre un tema específico para investigación.

**Estrategia:** Es la técnica que tiene una organización para desarrollar ciertas actividades que mejoren el proceso de servicio con un objetivo fijo a la satisfacción del cliente.

<b>Ética:</b>	Ser correcto y actuar bajo normas o principios individuales Y sociales que cada uno de nosotros vamos creando porque en el ambiente interno y externo de la organización se va creando.
<b>Garantía de calidad:</b>	Comprende todas aquellas actividades de una empresa u organismo para conseguir y demostrar la calidad de ésta.
<b>Gestión:</b>	Es la dirección o administración de un negocio, que lo guía hacia un mismo camino lo cual lo puede llevar a la excelencia.
<b>Quejas:</b>	Es la forma que tiene el cliente de mostrar su inconformidad con un servicio o producto que este adquiriendo.
<b>Misión:</b>	Compromiso moral que tiene una organización o persona para poder llevar a cabo la función o deber moral que una persona o colectividad consideran necesario.
<b>Servicio:</b>	Es la combinación de varias cualidades (intangibles) como desempeño, esfuerzo, atención y otros tangibles como trato amable, etc.
<b>Sistema:</b>	Es la forma de manejar las normas o procedimientos con un orden lógico para la empresa.
<b>Valor Agregado:</b>	Son las características que le dan a un producto o servicio que lo hace ser diferente a la competencia.

Fuente: Glosario de servicio al cliente.

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

#### PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

##### Datos de la Empresa

**Nombre completo de la empresa:** Empresa Pública Municipal Mancomunada de Agua Potable, Alcantarillado Sanitario, Pluvial, Depuración y Aprovechamiento de Aguas Residuales y Saneamiento Aguapen-E.P.

**Fecha de aprobación:** 16 de octubre del 2012 en el Registro oficial No. 810.

**Objeto social:** Es una empresa que se dedica a la prestación de servicios públicos de alcantarillado sanitario, alcantarillado pluvial, tratamiento de aguas servidas y de agua potable en la península de Santa Elena.

**Misión:** Proveer un eficiente servicio de agua potable en cantidad, continuidad y calidad, además de proporcionar los servicios de alcantarillado sanitario y pluvial a la población de la provincia de Santa Elena, cumpliendo las necesidades básicas del ser humano y contribuyendo al cuidado del medio ambiente.

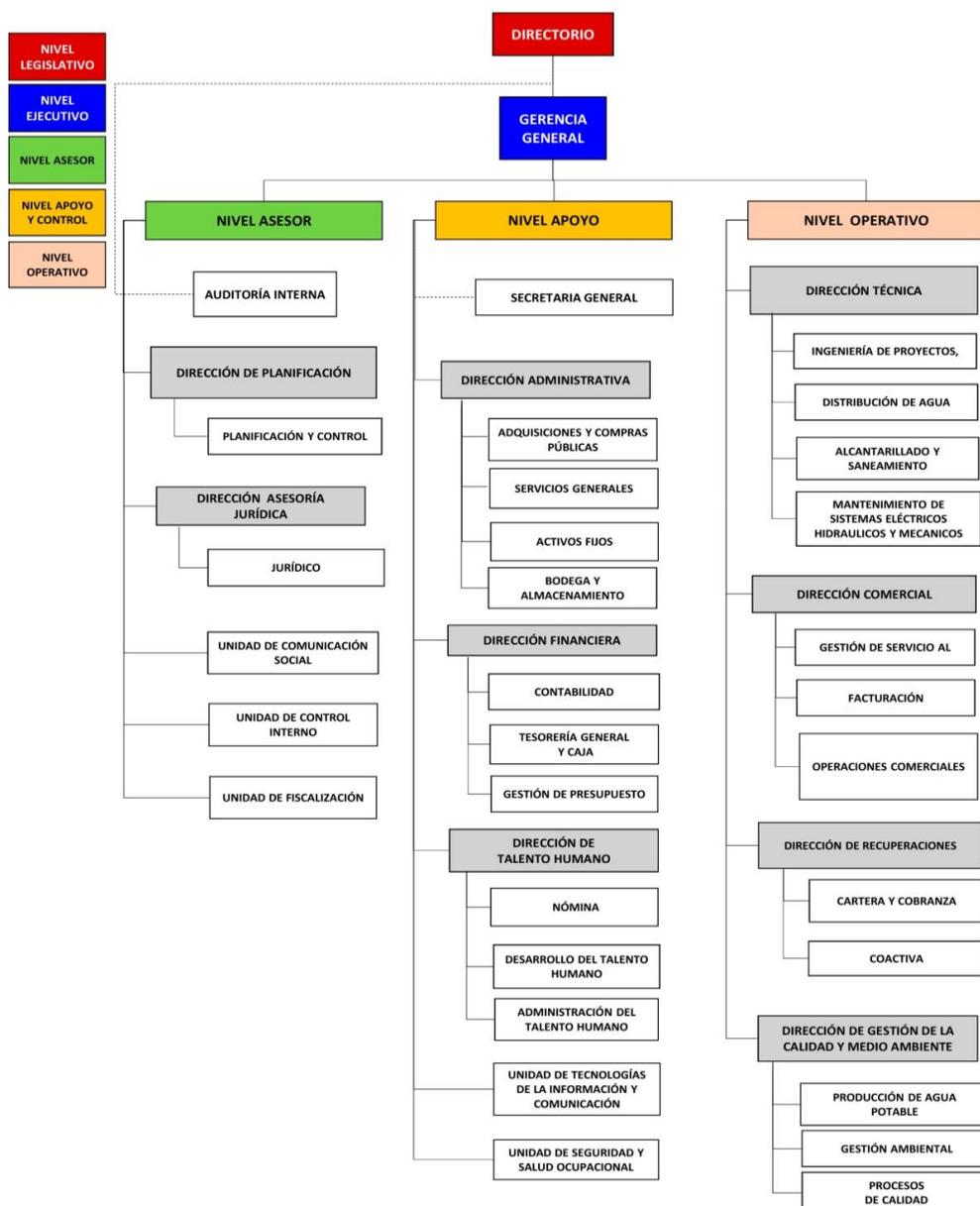
**Visión:** Ser una empresa pública peninsular, de servicio social moderna, con reconocimiento a nivel nacional, prestando los servicios públicos de agua potable y alcantarillado con un elevado grado de responsabilidad social, comprometida con la mejora continua y sustentable de su talento humano y los recursos que administra, asegurando la calidad de vida de las familias de la provincia de Santa Elena y la población turística.

**Principales productos o servicios:** Los servicios que se ofrecen son los siguientes: Brindar agua potable, instalación de guía y medidor, actualización de datos, beneficios a los usuarios, reaperturas de servicios, convenios de pago. Limpieza y mantenimiento, inspecciones sanitarias, planillas de agua, actualización de datos.

**Estructura organizativa:**

Gráfico 1

**Orgánico Estructural**  
EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL MANCOMUNADA AGUAPEN - EP  
ORGANICO ESTRUCTURAL



Fuente: Página web Aguapen-EP

**Plantilla total de trabajadores:** En la empresa Aguapen-EP el total de los trabajadores están de la siguiente manera:

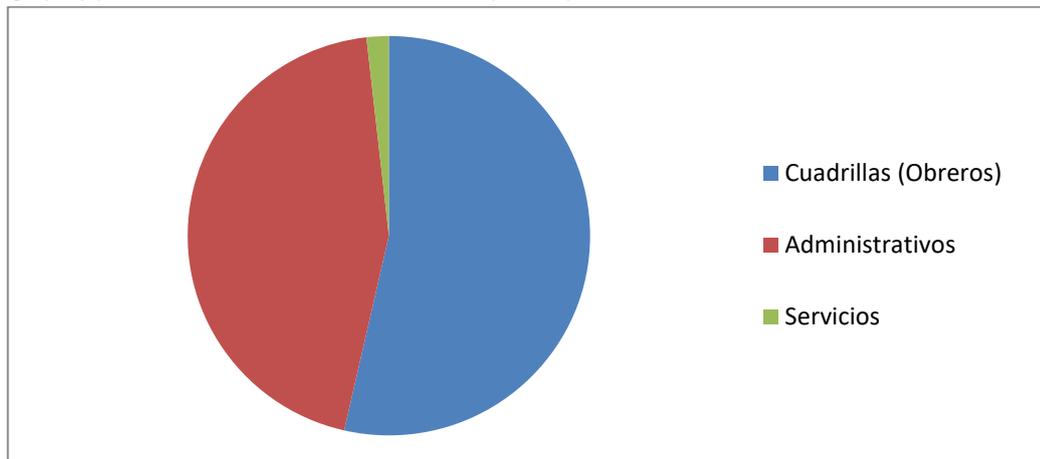
Cuadrillas: 300 personas

Administrativos: 250

Servicios: 10

Gráfico 2

**Plantilla**



Elaborado por: Andrés Cevallos Suárez

**Principales productos o servicios:** El principal producto y servicio que ofrece es la distribución de agua potable a toda la provincia de Santa Elena.

**Descripción del proceso objeto de estudio o puesto de trabajo:** El área de atención al cliente como su nombre lo indica consiste en el servicio y la atención que el cliente necesita para poder resolver algún problema con el servicio de agua potable o tal vez para solicitar información alguna que el usuario necesite con relación al servicio que brindamos. Pero el objeto de estudio es la falta de capacitaciones o actualizaciones que el personal de atención al cliente no posee y que limita su capacidad de respuesta al momento de atender a los usuarios que por su puesto esperan una atención de calidad que permita resolver sus inquietudes y dar solución a los problemas que presenten al momento de acudir al área de atención al cliente y que están en su legítimo derecho de recibir.

## Diseño de la Investigación

Sampieri, Collado y Lucio, (2003). Libro Metodología de la Investigación, dice **“el diseño de la investigación es un plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación”** (p.185).

La investigación bibliográfica es la primera etapa del proceso investigativo que proporciona el conocimiento de las investigaciones ya existentes, de un modo sistemático, a través de una amplia búsqueda de información, conocimientos y técnicas sobre una cuestión determinada.

Para comenzar este plan de mejoras o proyecto de titulación es necesario conocer todos los trabajos, proyectos, tesis, libros, etc., que existen con el único fin de que sean útiles para elaborar nuestro proyecto de una manera adecuada, para elaborarlo detalladamente y permita solucionar nuestro problema en la empresa, es por eso que la investigación bibliográfica será nuestra primera parte.

Después el diseño de investigación que utilizaremos será la investigación de campo, porque al ser un problema de atención al cliente nos enfocaremos en la gente, nuestros usuarios que a diario reciben la atención que necesitan en la empresa y para tener una mejor orientación del problema que queremos solucionar.

Sampieri, Collado y Lucio, (2003). Libro Metodología de la Investigación, dice **“se traza un plan de acción en el campo para recolectar información y se concibe una estrategia de acercamiento al fenómeno, evento, comunidad o situación a estudiar”** (p.184).

Nuestro propósito para este proyecto de titulación es establecer un análisis de cómo los clientes desearían ser atendidos, más que eso de saber que debemos mejorar y porque debemos mejorar, buscando siempre un modelo de gestión que nos guíe y nos ayude a sobrellevar todos los procesos que existen en un plan de mejoras.

## Tipos de Investigación

Para este proyecto los tipos de investigación que vamos a utilizar son los siguientes:

Cuadro 5 Tipos de Investigación

Tipos	Descripción
Investigación Explicativa	La investigación de tipo explicativa busca establecer las causas en distintos tipos de estudio, estableciendo conclusiones y explicaciones para enriquecer o esclarecer las teorías, confirmando o no la tesis inicial.
Investigación Descriptiva	La investigación descriptiva es la que se utiliza, tal como el nombre lo dice, para describir la realidad de situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades que se estén abordando y que se pretenda analizar.

Elaborado por: Andrés Cevallos Suárez

**Investigación Explicativa:** La investigación explicativa busca en este proyecto de grado encontrar las causas a los distintos tipos de estudio que se utilizaran para llegar a una conclusión que permita esclarecer, verificar, constatar cada teoría o cada cosa que tenga una explicación cierta y verdadera. Es decir en nuestro proyecto buscará constatar si es necesario la capacitación y actualización del personal de atención al cliente cuando los resultados de las encuestas realizadas a nuestros usuarios sean negativos en cuanto a la atención brindada por estos y recibida por ellos, ahí será verificada la teoría inicial del problema, porque se notará que el problema o la causa existe y la teoría nos dio resultados que permiten verificarlo y comprobarlo mediante las encuestas realizadas.

**Investigación Descriptiva:** Esta investigación solo busca describir todo lo relacionado al problema que estamos tratando o estudiando, las situaciones que se nos presentan, los eventos, las causas, la población que está involucrada y todo aquello que se va a analizar. En nuestro proyecto se utilizara mucho por cuanto tendremos varios aspectos que describir para

poder dar a entender ciertas cosas que no queden claras y que mediante los estudios que se realicen poder llevar a cabo cada cosa o evento que se nos presente, la utilizaremos especialmente al momento de presentar el tipo de población a utilizar mediante el cual daremos nuestra muestra y población que será objeto de estudio en nuestro proyecto.

## Población y Muestra

Gráfico 3



Fuente: Libro Metodología de la investigación

### Población

Es el conjunto total de individuos, objetos o cosas que poseen alguna medida o particularidad comunes observables en algún lugar y momento determinado.

La población que utilizaremos en nuestro proyecto es específicamente a nuestros usuarios que son aproximadamente 15.000, a ellos estamos enfocados en realizar estudios como por ejemplo encuestas para poder saber que opinan ellos sobre la atención que le brindan en la empresa y si llegan a cumplir con sus expectativas en torno a la agilidad con la que fue atendido y si le ayudaron a resolver un problema en el servicio de agua o a despejar cualquier inquietud.

Para esto utilizaremos la muestra aleatoria, es decir, seleccionaremos al azar a cualquier usuario o cliente que se encuentre en nuestra empresa, le entregaremos la encuesta y le pediremos que responda las preguntas y califique del 1 al 5 la atención que le brindaron para así después de tener algunas encuestas realizadas constatar cuales fueron los resultados obtenidos para después hacer los correctivos necesarios.

Como nos damos cuenta no utilicé ninguna fórmula para la obtención de la muestra, por lo cual el tipo de muestra no probabilística que utilizaremos es muestreo casual o accidental.

### **Muestra**

Es una parte de la población, escogida específicamente para trabajar en ella sobre el estudio de la investigación.

El tipo de muestreo que vamos a utilizar en este proyecto es la muestra no probabilística:

### **Muestra No Probabilística**

Es aquel muestreo donde los elementos son escogidos a juicio del investigador, se desconoce la probabilidad con la que se pueda seleccionar a cada individuo.

Este muestreo se utiliza cuando es imposible o muy difícil obtener la muestra por métodos de muestreo probabilístico.

Aquellas muestras que son seleccionadas por métodos de muestreo no probabilístico intentan ser representativas bajo los criterios del investigador, pero en ningún caso se garantiza su representatividad.

Gráfico 4



Fuente: Libro Universo Formulas (internet)

### **Muestreo Casual o Accidental**

Los individuos se los elige de manera casual, sin ningún aviso previo, las personas que se encargan del estudio eligen un lugar o un medio y desde ahí se realiza el estudio a los individuos de la población que accidentalmente se encuentran a su disposición.

Kinnear y Taylor, 1998 Libro Metodología de la Investigación dice “**la selección de un elemento de la población que va a formar parte de la muestra se basa hasta cierto punto en el criterio del investigador**” (p.405).

## **Métodos y Técnicas de investigación**

Cuadro 6

### **Métodos y Técnicas de Investigación**

<b>Método Deductivo</b>	Es una estrategia de razonamiento empleada para deducir conclusiones lógicas a partir de una serie de premisas o principios. En este sentido, es un proceso de pensamiento que va de lo general (leyes o principios) a lo particular (fenómenos o hechos concretos).
-----------------------------	--

<b>Método Inductivo</b>	Es un método científico que elabora conclusiones generales a partir de enunciados observacionales particulares y parte de lo particular a lo general, esta derivación de hipótesis se hace siguiendo un razonamiento inductivo.
<b>Método Científico</b>	Es un conjunto de pasos ordenados, que se emplea principalmente en el hallazgo de nuevos conocimientos en las ciencias.

Elaborado por: Andrés Cevallos Suárez

Las técnicas a utilizar en el proyecto serán dos: Las encuestas a nuestros clientes mediante cuestionarios y la observación hacia el personal de atención al cliente para analizar de qué manera están realizando o ejecutan su trabajo.

Cuadro 7 **Procedimientos**

<b>TÉCNICAS</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>
Observación	Guía
Encuesta	Cuestionario

Elaborado por: Andrés Cevallos Suárez

### **Procedimientos de la Investigación**

Para desarrollar este trabajo de titulación, seguí unos pasos sencillos que me permitieron llegar hacia los resultados que quería obtener aplicando una encuesta que utilicé para preguntar a los usuarios de la empresa Aguapen-EP, saber que opinan ellos sobre la atención brindada por el personal de atención al cliente, cuáles son sus propuestas sobre en qué debemos mejorar, para eso seguí los siguientes pasos:

1.- Averiguar las principales debilidades del servicio:

Cuando comencé este proyecto, inmediatamente comencé también a ponerlo en práctica para saber si es que puede ser de ayuda no solo para

mí sino para la empresa también. Es así que comencé a desarrollar una encuesta general, escoger al azar a cualquier cliente y pedirle que conteste algunas preguntas cortas sobre la atención o como fue atendido y que calificación le otorgaba al servidor que le atendió. La idea de esta primera parte era de identificar la principal debilidad que existe dentro de esta área importantísima para la empresa, dentro de todas estas debilidades que pude conocer, hay una que es de mucha importancia: La falta de conocimiento por parte del trabajador hacia la función que realiza dentro del área de atención al cliente, el no saber qué acción seguir o hacer para solucionar algún problema o inquietud del usuario, es decir, una falta de capacitación total.

Como dije al principio de este proyecto, hay funcionarios públicos de esta empresa, que tienen títulos profesionales muy ajenos al trabajo que realizan dentro de la misma, o recibieron capacitaciones de acuerdo a su perfil profesional que no tienen nada que ver con relación al servicio al cliente, un manejo o administración del personal insuficiente.

2.- Evaluar la satisfacción de los clientes en este problema o aspecto:

El segundo paso fue un poco complicado porque tuve que enfocarme directamente en ese tema específico que es la falta de capacitaciones del personal de atención al cliente y desarrollar una encuesta enfocada totalmente con el tema en mención.

Comencé explicando brevemente al cliente que estaba evaluando ese aspecto del servicio para mejorar su satisfacción en un futuro. Después realice algunas preguntas con calificación del 1 al 5 como evaluación general, además de preguntar también sobre qué opinan ellos o que debe cambiar según ellos para mejorar aún más el servicio en ese aspecto para finalmente hacer una pregunta opcional donde si estarían dispuestos a pagar un valor adicional por las mejoras que se van a realizar. Este segundo paso se tiene que realizar en momentos oportunos y en lugares

estratégicos para obtener el mayor índice de participación de los usuarios o clientes al momento de contestar la encuesta.

### 3.- Implementar mejoras inmediatamente:

Pero aparte que la debilidad principal es la falta de capacitación comenzó a surgir otra debilidad que comenzó a repetirse constantemente en las encuestas que era el trato hacia nuestros clientes y también el tiempo que tenían que esperar hasta ser atendidos.

Es así que hablé con el supervisor de atención al cliente, manifesté los resultados obtenidos e inmediatamente formó una reunión con todo el personal a su cargo en el cual intervine solo como oyente porque quería escuchar opiniones de ellos también, saber cuáles eran sus puntos de vista, que motivos tienen, sus propuestas de mejoras tanto personal, grupal y empresarial. Ellos estuvieron muy de acuerdo con mejorar la atención en ese aspecto y se les manifestó que iban a ser capacitados para su mejor desempeño en el área pero tenemos que esperar respuesta de la gerencia general.

Entonces en este tercer paso se corrigieron temas o debilidades que comenzaron a salir a medida que avanzaban las encuestas y que se las corrigieron a tiempo muy aparte de la debilidad mayor que ya hemos mencionado.

### 4.- Evaluar el proceso y consolidar:

Una vez que tuve la mayor cantidad de encuestas, las consultas llegaron a su fin, evalué resultados, pase todos los datos necesarios a la dirección administrativa mediante un informe que elaboré donde también se hace la petición sobre las capacitaciones, las cuales conllevan costos, tiempo, horario, etc., la misma que deberá informar a la Gerencia General de la cual estoy seguro tendremos una respuesta favorable no solo para el bien de los servidores sino para el bien e imagen de la empresa Aguapen-EP.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### Aplicación a las Técnicas e Instrumentos

Para la aplicación a las técnicas e instrumentos utilizamos la encuesta para medir el grado de satisfacción que los clientes sienten con que fueron atendidos, como ellos pueden medir del 1 al 5 la calidad de la atención brindada por los ejecutivos de atención al cliente de la empresa Aguapen-EP.

#### Resultados:

De 100 usuarios encuestados y escogidos al azar procedieron a calificar como les pareció o como fue la atención que se les brindó por parte del ejecutivo de atención al cliente, los rangos de calificación se detallan a continuación:

1.- Malo      2.-Pésimo      3.- Regular      4.- Bueno      5.-Excelente

Esta encuesta se desarrolló antes que se realicen las capacitaciones al personal, puesto que estos resultados nos direccionaron a la raíz del problema que tenemos dentro de la empresa propiamente en el área de atención al cliente.

Los resultados que nos demostraron las encuestas no fueron tan alentadores, claro que se tiene que mejorar muchísimo en algunos aspectos importantes. Cabe recalcar que todo se desarrolló con el programa para tabulación de encuestas IBM SPSS. A continuación se muestran los resultados de cada pregunta hecha en la encuesta a nuestros usuarios.

## ENCUESTA

### Preguntas:

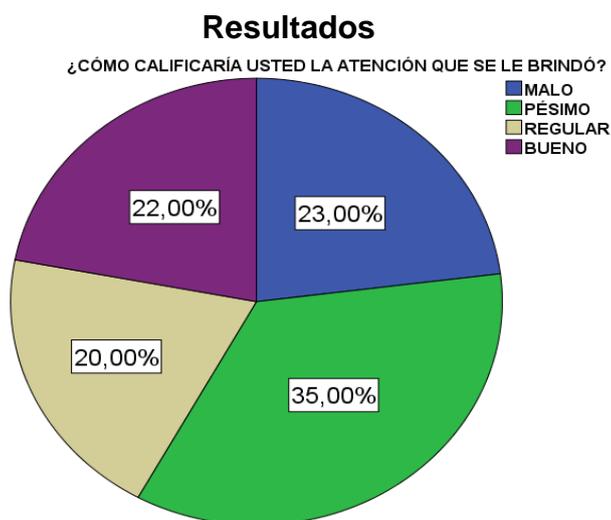
Pregunta 1: ¿Cómo calificaría usted la atención que se le brindó?

Cuadro 8 **Resultados**

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1.-MALO	23	23,0	23,0	23,0
2.-PÉSIMO	35	35,0	35,0	58,0
3.-REGULAR	20	20,0	20,0	78,0
4.-BUENO	22	22,0	22,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Elaborado por: Andrés Cevallos Suárez

Gráfico 5



Elaborado por: Andrés Cevallos Suárez

### Análisis:

Para comenzar, en la primera pregunta tuvimos respuestas pésimas sobre la atención que se les brinda a los usuarios y clientes de la empresa, es ahí donde entra en acción la primera capacitación para nuestro personal con el tema: Atención al cliente.

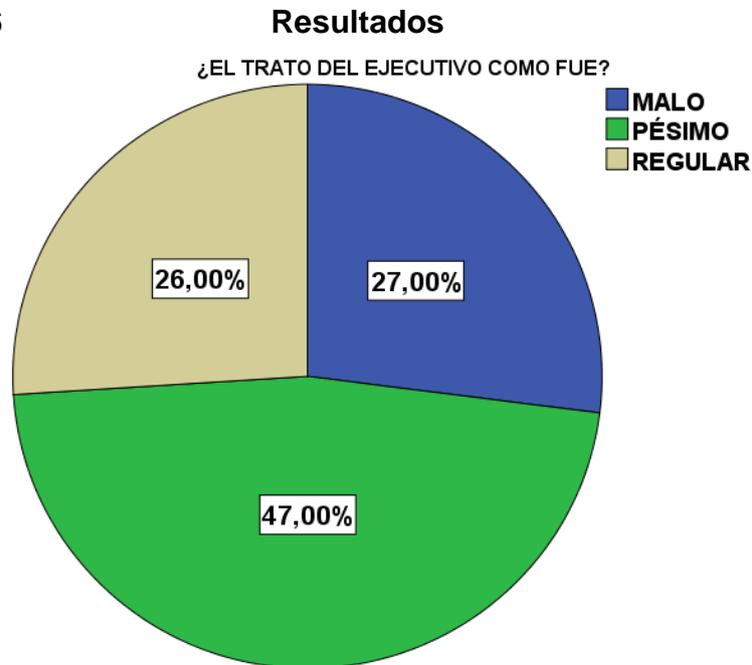
Pregunta 2: ¿El trato del ejecutivo cómo fue?

Cuadro 9 **Resultados**

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1.-MALO	27	27,0	27,0	27,0
2.-PÉSIMO	47	47,0	47,0	74,0
3.-REGULAR	26	26,0	26,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Elaborado por: Andrés Cevallos Suárez.

Gráfico 6



Elaborado por: Andrés Cevallos Suárez

Análisis:

Es muy duro saber que el personal de atención al cliente muchas veces no maneja un trato cordial con los usuarios al momento de atender los reclamos o ejecutar una acción para favorecer o solucionar algún y algunos problemas de estos, eso es lo que se debe solucionar lo más pronto, es aquí donde entra en acción la segunda capacitación para el personal con el tema: Ética, valores y responsabilidad social.

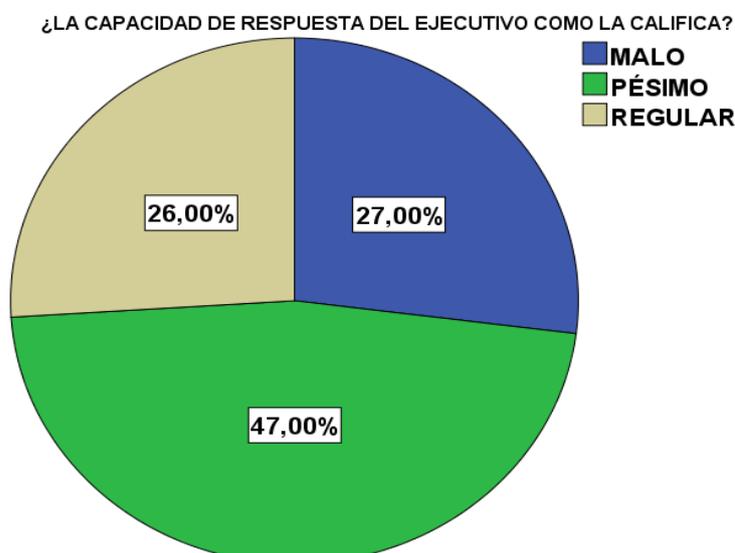
Pregunta 3: ¿La capacidad de respuesta del ejecutivo como la califica?

Cuadro 10 **Resultados**

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1.-MALO	27	27,0	27,0	27,0
2.-PÉSIMO	47	47,0	47,0	74,0
3.-REGULAR	26	26,0	26,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Elaborado por: Andrés Cevallos Suárez

Gráfico 7 **Resultados**



Elaborado por: Andrés Cevallos Suárez

Análisis:

Somos conscientes que debido a la falta de capacidades, actualizaciones y capacitaciones, el personal que labora en esta área no puede desarrollar sus habilidades en el trabajo o puesto que está desempeñando y para el cual fue contratado, no conoce que es lo que debe hacer y como lo debe hacer, es decir, no conoce ni el trabajo que va a realizar. Es aquí que entramos a la tercera capacitación para el personal con el tema: Estrategias para competir.

Pregunta 4: ¿La presentación de la empresa (estructura física) que tal le pareció?

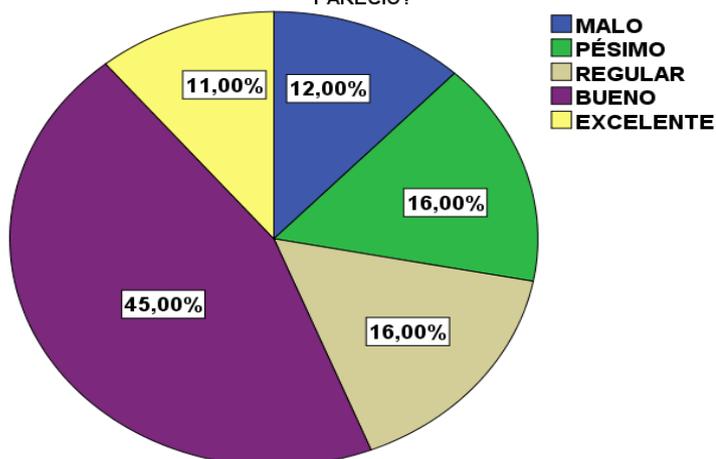
Cuadro 11 **Resultados**

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1.-MALO	12	12,0	12,0	12,0
2.-PÉSIMO	16	16,0	16,0	28,0
3.-REGULAR	16	16,0	16,0	44,0
4.-BUENO	45	45,0	45,0	89,0
5.EXCELENTE	11	11,0	11,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Elaborado por: Andrés Cevallos Suárez

Gráfico 8 **Resultados**

¿LA PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA (ESTRUCTURA FÍSICA) QUE TAL LE PARECIÓ?



Elaborado por: Andrés Cevallos Suárez

Análisis:

En algo estamos bien, en el espacio físico que usamos para brindar y hacer nuestro trabajo, el edificio Dianita de cuatro pisos, con más de 100 oficinas donde se ubica la empresa Aguapen-EP para que cada servidor público que labora aquí entregue todo el potencial máximo de sus capacidades para el bienestar de la población peninsular.

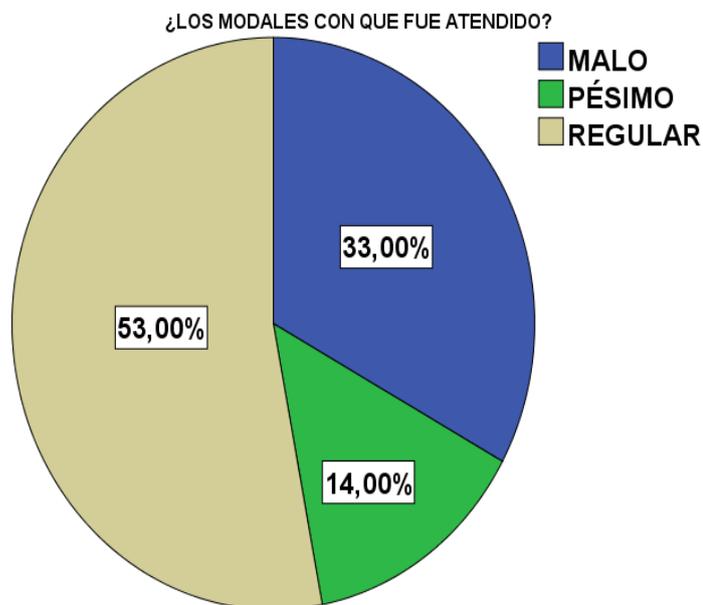
Pregunta 5: ¿Los modales con que fue atendido?

Cuadro 12 **Resultados**

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1.-MALO	33	33,0	33,0	33,0
2.-PÉSIMO	14	14,0	14,0	47,0
3.-REGULAR	53	53,0	53,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Elaborado por: Andrés Cevallos Suárez

Gráfico 9 **Resultados**



Elaborado por: Andrés Cevallos Suárez

Análisis:

No podemos tener empleados públicos con modales inapropiados, así no llegamos a ningún lado como empresa, eso se debe terminar lo más pronto, las capacitaciones que proponemos ayudaran a cambiar esa situación. Es aquí donde entra la cuarta capacitación al personal con el tema: Gestión de calidad y competitividad.

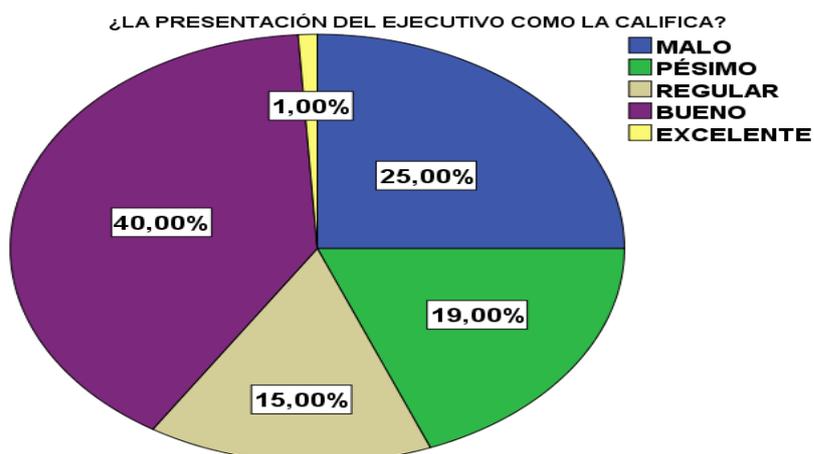
Pregunta 6: ¿La presentación del ejecutivo como la califica?

Cuadro 13 **Resultados**

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1.-MALO	25	25,0	25,0	25,0
2.-PÉSIMO	19	19,0	19,0	44,0
3.-REGULAR	15	15,0	15,0	59,0
4.-BUENO	40	40,0	40,0	99,0
5.-EXCELENTE	1	1,0	1,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Elaborado por: Andrés Cevallos Suárez

Gráfico 10 **Resultados**



Elaborado por: Andrés Cevallos Suárez

Análisis:

Desde que se entregaron uniformes a todo el personal administrativo, de servicios y de la planta potabilizadora de Atahualpa la presentación de la empresa cambió bastante y para bien. Todos bien vestidos y presentados, esa imagen queremos tener también en el trato y la atención hacia nuestros usuarios.

Pregunta 7: ¿Una capacitación para los ejecutivos de atención al cliente, le parecería...?

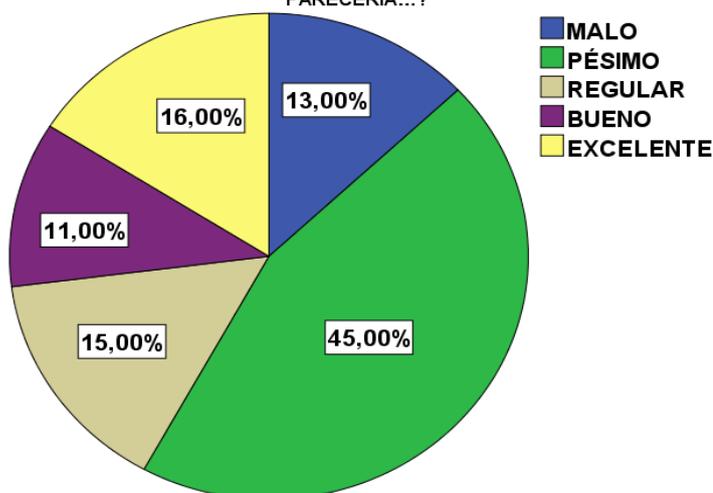
Cuadro 14 **Resultados**

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1.-MALO	11	11,0	11,0	13,0
2.-PÉSIMO	13	13,0	13,0	58,0
3.-REGULAR	15	15,0	15,0	73,0
4.-BUENO	16	16,0	16,0	84,0
5.-EXCELENTE	45	45,0	45,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Elaborado por: Andrés Cevallos Suárez

Gráfico 11 **Resultados**

¿UNA CAPACITACIÓN PARA LOS EJECUTIVOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE, LE PARECERÍA...?



Elaborado por: Andrés Cevallos Suárez

Análisis:

Los usuarios esperan una pronta mejora en la atención al cliente en la empresa pública Aguapen-EP y es por eso que solicitan mediante esta encuesta que se tomen las medidas necesarias para corregir este problema, ¿De qué manera?, mediante las capacitaciones que proponemos en el plan de mejora.

Cuadro 15

## Plan de Mejoras

PLAN DE MEJORAS				
Objetivo: Ejecutar el plan de mejora en el area de atención al cliente para brindar un servicio de excelencia y calidad.				
¿Qué vamos a realizar?	¿Cómo lo vamos a realizar?	¿Por qué lo vamos a realizar?	¿Dónde lo vamos a realizar?	Tiempo
Cuatro capacitaciones en el mes de Junio al Dpto. de atención al cliente con los temas: Servicio al cliente; etica, valores y responsabilidad social; estrategias para competir y gestion de calidad y competitividad.	Una capacitacion por semana con una duración de dos horas después de la jordana laboral, es decir, desde las 17H30 hasta las 19H30 todos los Miércoles de cada semana, estos serán los dias 6,13,20 y 27 de Junio del 2018.	Porque el personal del área de atención al cliente tiene muchas falencias al momento de ejercer su trabajo correctamente debido a la falta de capacitaciones y actualizaciones lo que provoca que exista una mala atención y pesima capacidad de respuesta.	En la sala de secciones de la Empresa Pública Municipal Mancomunada Aguapen-EP en los horarios y dias ya establecidos anteriormente.	1 mes, todos los Miércoles, 2 horas por semana, 8 horas al mes, en horarios de 17H30 a 19H30.
Cuatro capacitaciones en el mes de Julio al Dpto. Comercial y de cartera con los temas: recuperacion de cartera; cartera vencida; modelos y estrategias de mercadeo; agua no contabilizada en la cartera vencida.	Una capacitacion por semana con una duración de dos horas después de la jordana laboral, es decir, desde las 17H30 hasta las 19H30 todos los Miércoles de cada semana, estos serán los dias 4,11,18 y 25 de Julio del 2018.	Dentro de la empresa tambien existe un problema muy aparte de la atencion al cliente y es en el área comercial debido a que no controlan las deudas vencidas de los clientes o no tienen un modelo de cómo hacerlo y tambien tienen contacto directo con los usuarios.	En la sala de secciones de la Empresa Pública Municipal Mancomunada Aguapen-EP en los horarios y dias ya establecidos anteriormente.	1 mes, todos los Miércoles, 2 horas por semana, 8 horas al mes, en horarios de 17H30 a 19H30.
Cuatro capacitaciones en el mes de Agosto al Dpto. de Tesoreria y Recaudaciones con los temas: Métodos de cobranza; modelos en el manejo de caja; ¿Qué es sobrante, faltante y caja chica?; recursos tecnológicos.	Una capacitacion por semana con una duración de dos horas después de la jordana laboral, es decir, desde las 17H30 hasta las 19H30 todos los Miércoles de cada semana, estos serán los dias 8, 15, 22 y 29 de Agosto del 2018.	Tambien es necesario que este departamento sea capacitado por lo que las funciones del personal de Tesoreria y Recaudaciones es directamente con los usuarios y clientes de la empresa que diariamente acuden a las ventanillas a cancelar sus planillas y facturas de agua potable.	En la sala de secciones de la Empresa Pública Municipal Mancomunada Aguapen-EP en los horarios y dias ya establecidos anteriormente.	1 mes, todos los Miércoles, 2 horas por semana, 8 horas al mes, en horarios de 17H30 a 19H30.
			<b>Total</b>	<b>3 meses</b>

Elaborado por: Andrés Cevallos Suárez

## PLAN DE MEJORAS

Para el proceso de elaboración del plan de mejora realicé una serie de actividades específicas, que para poder entenderlas mejor las dividí en cinco fases, las cuales detallo a continuación:

### **Fase 1: Análisis del área de mejora**

Para comenzar nuestro plan de mejoras, tenemos que lógicamente conocer el área a la que vamos a ayudar, en este caso nos enfocamos en el área de atención al cliente, la cual es nuestro tema de investigación y por eso estamos desarrollando este plan de mejoras para que el personal que labora en esta área desarrolle toda su capacidad de gestión y mejore su atención hacia los clientes.

Como ya mencioné durante todo el proyecto, el problema se origina por la falta de capacitación, conocimiento del área o actualizaciones para el personal que ya tiene experiencia pero tal vez desconoce de algunas técnicas o modelos nuevos de atención al cliente e inclusive para aquellos trabajadores que creen saber todo y a la hora de la verdad no saben nada.

Mencioné también que las debilidades del área de atención al cliente es que la administración del personal está muy mal organizada, **¿POR QUÉ?**, hay trabajadores con título profesional de alguna carrera que no tiene nada que ver con la atención a los clientes o no recibieron nunca una charla, capacitación, conferencia, etc., del trabajo que van a realizar, ni siquiera una introducción del tema de la atención al cliente. Otros en cambio fueron movidos a estas áreas provenientes de otras aéreas como por ejemplo: área de bodega, departamento técnico, asistentes administrativos, área financiera, entonces el problema radica ahí, en que hay personal suficiente pero el conocimiento de la función que realizan o van a realizar no hay. Para este problema es que yo escogí este tema para mi proyecto de titulación el cual ha

sido elaborado con mucha responsabilidad para que sea de mucha ayuda al momento de mejorar

Alguna mala situación que se dé en cualquier empresa o tal vez sirva de guía para desarrollar otro plan de mejoras en alguna otra área.

Es así que desarrollamos este proyecto de plan de mejoras, proponiendo capacitaciones, charlas o actualizaciones para todo el personal y áreas que estén involucradas con los clientes o usuarios sin dejar a nadie atrás bajo la autorización de las autoridades de la empresa y coordinados por el departamento de talento humano del cual esperamos una respuesta favorable.

## **Fase 2: Establecer los objetivos y metas**

Nuestros objetivos para este plan de mejoras específicamente son:

### Objetivos

- Ejecutar el plan de mejora en el área de atención al cliente para mejorar la atención a los usuarios o clientes de la empresa.
- Efectuar las capacitaciones y actualizaciones del personal de atención al cliente de acuerdo al cronograma presentado por el departamento de talento humano.
- Que la planificación de capacitaciones sea aprobado por la Gerencia General.
- Mejorar totalmente la atención al cliente y el prestigio de la empresa Aguapen-EP en la provincia de Santa Elena.
- Que los usuarios sientan la satisfacción de haber recibido una atención de calidad y excelencia.

### Metas

- Llegar a obtener los resultados esperados siguiendo y cumpliendo paso a paso los objetivos y cronogramas previstos en el plan de mejoras.

- Cumplir con el tiempo previsto (3 meses) para que el personal este totalmente capacitado y mostrando los resultados favorables y esperados.
- Capacitar no solamente a los involucrados directos en este proyecto, sino a todos los miembros de la empresa, desde el nivel jerárquico superior hasta el conserje.
- Brindarle a los usuarios la atención de calidad y excelencia que ellos esperan recibir de nosotros.

Estos objetivos y metas que están propuestos en este plan de mejoras y que se puedan cumplir en el tiempo justo es lo que este proyecto espera realizar durante este tiempo **¿DÓNDE?** en la empresa Aguapen-EP en el área de atención al cliente, siempre con el apoyo de las autoridades de la empresa quienes tienen la última palabra para permitir su ejecución o su anulación dentro del establecimiento.

### **Fase 3: Seleccionar las acciones de mejora**

En esta fase es donde especificamos claramente lo que queremos ejecutar o implementar dentro del área y también de la empresa para mejorar la atención al cliente e imagen de la misma siguiendo cada una de los objetivos y metas planteadas.

Lo que se propone en este plan de mejoras son las capacitaciones, nada más, no tengo otra petición que hacer, solo eso, el de capacitar al personal, actualizarlo, que conozca modelos de gestión en atención al cliente, actividades que conlleven a un correcto dialogo y trato con el cliente, todo lo relacionado con la función que realiza dentro de la empresa que seguramente le servirá también en su vida personal, profesional y familiar.

Yo personalmente daré seguimiento a este plan de mejoras en lo que esté a mi alcance, si es que llegan a aprobar su ejecución, recalco que este plan de mejoras será presentado a la autoridad máxima de la empresa quien delegará

al departamento correspondiente para su ejecución en caso de ser aprobado y dependerá de ellos el tiempo, espacio y dinero a invertir para el bien de la empresa y del personal que laboramos en ella.

#### **Fase 4: Realizar un cronograma de capacitaciones**

Para realizar el plan de mejoras es necesario como en todo proyecto o trabajo investigativo presentar una planificación, tal vez sencilla pero adecuada, con todo lo necesario para poder explicar y entender cada paso que hay que cumplir para llegar a nuestra meta deseada.

Cuadro 16 **Cronograma de Capacitaciones**  
 Elaborado por: Andrés Cevallos Suárez

**Fase 5: Realizar un cuadro de Financiamiento**

Dentro del plan de mejoras también existe un financiamiento que espero sea cubierto en su totalidad por la máxima autoridad de la empresa que es el señor

FECHA		2018												
		JUNIO			JULIO			AGOSTO						
#	ACTIVIDADES	DPTO. ATENCION AL CLIENTE			DPTO. COMERCIAL Y DPTO. DE CARTERA			DPTO. DE TESORERIA Y RECAUDACIONES						
1	Capacitación 1 "Servicio al cliente"	*												
2	Capacitación 2 "Ética, valores y responsabilidad social"	*												
3	Capacitación 3 "Estrategias para competir"		*											
4	Capacitación 4 "Gestión de calidad y competitividad"			*										
5	Capacitación 5 "Recuperación de cartera"				*									
6	Capacitación 6 "Cartera vencida"					*								
7	Capacitación 7 "Modelos y estrategias de mercadeo"						*							
8	Capacitación 8 " que es el agua no contabilizada y como afecta a la cartera vencida"							*						
9	Capacitación 9 "Métodos de Cobranza"								*					
10	Capacitación 10 "Aprendiendo el manejo de caja"									*				
11	Capacitación 11 "¿Qué es sobrante, faltante Y caja chica?"										*			
12	Capacitación 12 "Recursos tecnológicos"												*	

Gerente General una vez que este proyecto sea analizado, aprobado y posteriormente se pueda realizar:

**Cuadro 17 Financiamiento**

<b>Rubro</b>	<b>Valores</b>
<b>Capacitación 1 “ Servicio al cliente”</b>	<b>\$50</b>
<b>Capacitación 2 “ Ética, valores y responsabilidad social”</b>	<b>\$50</b>
<b>Capacitación 3 “ Estrategias para competir”</b>	<b>\$50</b>
<b>Capacitación 4 “Gestión de calidad y competitividad”</b>	<b>\$50</b>
<b>Capacitación 5 “Recuperación de cartera”</b>	<b>\$50</b>
<b>Capacitación 6 “Cartera vencida”</b>	<b>\$50</b>
<b>Capacitación 7 “Modelos y estrategias de Mercadeo”</b>	<b>\$50</b>
<b>Capacitación 8 “¿Que es el agua no contabilizada y como afecta a la cartera vencida?”</b>	<b>\$50</b>
<b>Capacitación 9 “Métodos de cobranza”</b>	<b>\$50</b>
<b>Capacitación 10 “Aprendiendo el manejo de caja”</b>	<b>\$50</b>
<b>Capacitación 11 “¿Qué es sobrante, faltante y caja chica?”</b>	<b>\$50</b>
<b>Capacitación 12 “ Recursos tecnológicos”</b>	<b>\$50</b>
<b>Viáticos</b>	<b>\$100</b>
<b>Refrigerios</b>	<b>\$30</b>
<b>Carpetas</b>	<b>\$25</b>
<b>Folletos</b>	<b>\$20</b>
<b>Bolígrafos</b>	<b>\$27</b>
<b>Hojas</b>	<b>\$25</b>
<b>Total</b>	<b>\$827</b>

Elaborado por: Andrés Cevallos Suarez.

## CONCLUSIONES

- Se fundamentó teóricamente la administración al personal y la satisfacción al cliente.
- Las debilidades del personal de atención al cliente fueron diagnosticadas.
- Se ejecutó el plan de mejoras de una manera excelente aprobado por la Gerencia General de la empresa.
- Se obtuvo el apoyo suficiente por parte de las autoridades y altos mandos de la empresa.
- El plan de mejora se realizó con el fin de ayudar el área de atención al cliente y a todos los involucrados en el proyecto, es decir involucra a toda la empresa.
- Mediante la encuesta se comprobó que el trato y atención a los usuarios no era el correcto.
- Estamos bien en cuanto a la presentación física de la empresa, las falencias se fueron corrigiendo con las capacitaciones y actualizaciones para los ejecutivos de atención al cliente.
- Con las capacitaciones todo mejoró, desde la presentación del ejecutivo hasta la atención y el buen trato hacia los usuarios.

## RECOMEDACIONES

- El personal de atención al cliente debe ser evaluado cada mes, se obtendrá diferentes resultados que permitirán sacar buenas conclusiones en cuanto a la atención.
- Los supervisores y jefes de áreas o departamentos deben informar por escrito a la Gerencia General los resultados obtenidos por los ejecutivos tanto individuales y colectivos en cada evaluación a su personal a cargo.
- Este proyecto es de muy buena utilidad para poder llevar a cabo un cambio de imagen empresarial dentro de cualquier organización.
- Los beneficiados de este proyecto serían los usuarios, clientes y especialmente los ejecutivos de las áreas en mención.
- Es necesario que se realicen encuestas cada cierto tiempo dirigidas a los usuarios para saber cómo es la atención que brindan los ejecutivos a los clientes.
- Trabajar con todas las áreas de la empresa buscando siempre mejorar para brindar un servicio y atención de calidad.
- Las autoridades de la empresa deben mostrar un poco más de preocupación e interés sobre las capacitaciones hacia el personal.

## BIBLIOGRAFÍA

Leppard, J. (2003). *Cómo mejorar su servicio al cliente*. Londres, Inglaterra: Edicions Gestió 2000.

Paz, R. (2005). *La comunicación y la calidad de servicio en la atención al cliente*. Madrid, España: Ideaspropias Editorial.

Escudero, M. (2016). *Operaciones auxiliares en el punto de venta*. Madrid, España: Paraninfo S.A.

Carrasco, S. (2018). *Guía práctica de atención al cliente*. Madrid, España: Paraninfo S.A.

Escudero, M. (2016). *Marketing en la actividad comercial*. Madrid, España: Editex.

Escudero, M. (2015). *Servicios de atención comercial*. Madrid, España: Editex.

Wulf, S. (2002). *Plan de acción de servicio al cliente. Cómo es: Cómo debe ser*. México DF, México: Universitaria Ramón Areces.

Blanco, A. (2008). *Atención al cliente*. Salamanca, España: Ediciones Pirámide.

López, R. y Ormeño, J. (2003). *Gestión comercial y servicio de atención al cliente. Grado superior*. Madrid, España: Editex

Hernández, R. (2003). *Metodología de la Investigación*. Madrid, España: McGraw-Hill Interamericana de España.

Palomo, M. (2014). *Atención al cliente*. Madrid, España: Paraninfo.

Fernández, M. y Campiña, G. (2015). *Atención básica al cliente*. México DF, México: Paraninfo S.A.

Sánchez, M. (2012). *Comunicación y atención al cliente*. Bogotá, Colombia: Editex.

Sánchez, M. (2010). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Bogotá, Colombia: Editex.

Barlow, J. y Stewart, P. (2005). *El valor de la marca en el servicio al cliente. El nuevo margen competitivo*. Londres, Inglaterra: Gestión 2000.

García, F. y Gil, M. (2007). *Técnicas de servicio y atención al cliente*. Madrid, España: Paraninfo S.A.

Pérez, V. (2006). *Calidad total en la atención al cliente. Pautas para garantizar la excelencia en el servicio*. Madrid, España: Ideas propias Editorial.

Vivanco, M. (2005). *Muestreo estadístico, diseño y aplicaciones*. Santiago, Chile: Universitaria S.A.

Schaeffer, R. y Lyman, R. (2007). *Elementos de muestreo, 6ta. Edición*. Madrid, España: Paraninfo S.A.

Ramírez, A. (2006). *Métodos de muestreo y análisis de poblaciones y comunidades*. Bogotá, Colombia: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

Parrado, S. (2007). *Guía para la elaboración de planes de mejora en las administraciones públicas*. Madrid, España: Paraninfo S.A.

Jaume, F. (2012). *Cultura de empresa y gestión de cambios*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.

Aguilar, A. (2006). *Capacitación y desarrollo de personal*. México DF, México: Limusa S.A.

Pain, A. (1996). *Como realizar un proyecto de capacitación*. Madrid, España:

Granica.Grande, I. y Abascal, E. (2005). *Análisis de encuestas*. Madrid, España: Esic Editorial.

# **ANEXOS**

Salinas, 24 de Febrero del 2018

Señores

**Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología**

Ciudad. -

A petición del estudiante:

Cevallos Suárez José Andrés, alumno de la Unidad Académica de Educación Comercial, Administración y Ciencias, Carrera de Administración de Empresas, se autoriza realizar las investigaciones y estudios pertinentes en el departamento Comercial específicamente en el área de Atención al Cliente en la Empresa Pública Municipal Mancomunada Aguapen-EP, quienes le darán la apertura requerida para el cumplimiento de su objetivo.

Particular que comunico a usted, para los fines pertinentes,

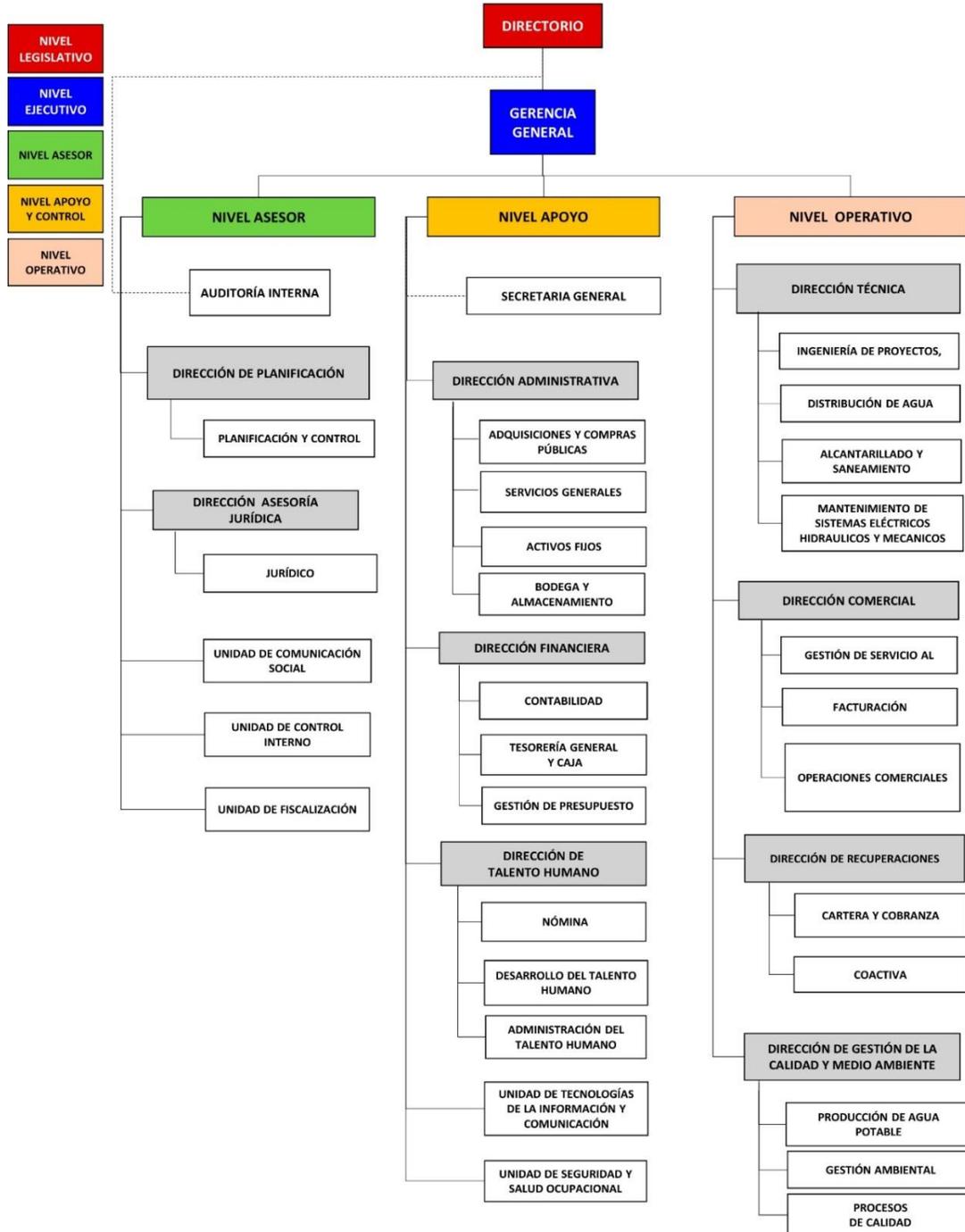
Atentamente,

Lcda. Erika Castillo Perero

Directora del Departamento de Talento Humano

Anexo 1

EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL MANCOMUNADA AGUAPEN - EP  
ORGANICO ESTRUCTURAL



Orgánico Estructural de la Empresa

## Anexo 2



Foto 1. Capacitación al personal de atención al cliente.



Foto 2. Capacitación al personal de atención al cliente.



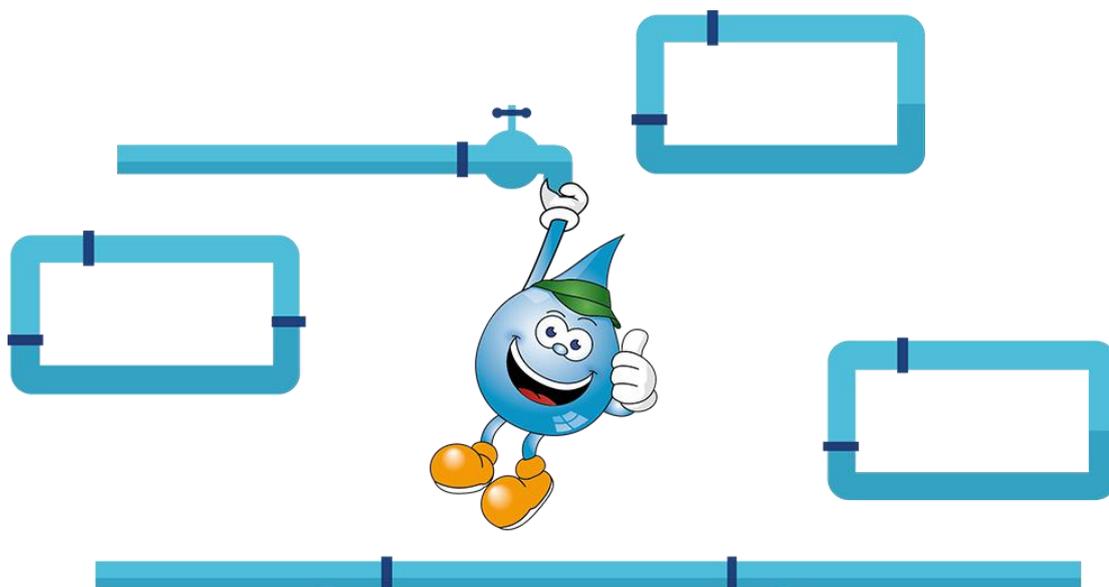
Foto 3. Personal de atención al cliente en su jornada diaria de labores.

Anexo 3



*Logo de la empresa*

Anexo 4



Animación de la empresa

## ENCUESTA

La siguiente encuesta tiene como finalidad medir el nivel de atención brindada por el personal de atención al cliente, es una encuesta anónima y será medida del 1 al 5 en los siguientes rangos:

1.- Malo    2.- Pésimo    3.- Regular    4.- Bueno    Excelente

Preguntas:

A. ¿cómo calificaría usted la atención que se le brindó?

Malo     Pésimo     Regular     Bueno     Excelente

B. ¿El trato del ejecutivo como fue?

Malo     Pésimo     Regular     Bueno     Excelente

C. ¿la capacidad de respuesta del ejecutivo como la califica?

Malo     Pésimo     Regular     Bueno     Excelente

D. ¿la presentación de la empresa (estructura física) que tal le pareció?

Malo     Pésimo     Regular     Bueno     Excelente

E. ¿Los modales con que fue atendido?

Malo     Pésimo     Regular     Bueno     Excelente

F. ¿la presentación del ejecutivo como la califica?

Excelente  Malo  Pésimo  Regular  Bueno

G. ¿una capacitación para los ejecutivos de atención al cliente, le parecería...?

Excelente  Malo  Pésimo  Regular  Bueno