



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Tema:

**PROPUESTA DE MEJORA DEL AMBIENTE LABORAL, EN
LA ATENCIÓN AL CLIENTE, DE LA CORPORACIÓN
NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES
DEL CANTÓN DURÁN.**

Autora:

Bravo Sellán Inés Carmen

Tutor:

Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

Guayaquil, Ecuador

2018

DEDICATORIA

A Dios por darme las fuerzas para seguir a delante en mis estudios con sabiduría, responsabilidad, humildad, honestidad y la paciencia necesaria para demostrar que todo se puede lograr en la vida.

Con todo el cariño y el amor se lo dedico a mis padres que se esforzaron por darme los estudios, brindándome su apoyo incondicional en todo momento, a mis hermanos y mi cuñada que han sido un pilar más, para ampliar los conocimientos con sus consejos, haciéndome saber que con perseverancia se puede atravesar todos los obstáculos que la vida me ponga hasta llegar a la meta que me he propuesto.

Bravo Sellán Inés Carmen

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis maestros que compartieron sus conocimientos profesionales, así como también por toda la paciencia del mundo para guiarme a lo largo del camino para llegar a cumplir una meta más en mi vida.

Al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología por el nivel académico que ofrece cada año.

A mis compañeras que sin esperar nada a cambio me ayudaron compartiendo sus conocimientos y a todas las personas que me han alentado para que siga adelante durante todos estos años apoyándome para lograr hacer realidad mis sueños y metas.

Bravo Sellán Inés Carmen

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En calidad de tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Propuesta de mejora del ambiente laboral, en la atención al cliente, de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, del cantón Durán”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo contribuir a mejorar el ambiente laboral, en la atención al cliente en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, ubicada en el catón Durán Provincia del Guayas, en el año 2018?**

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

Presentado por la Egresada:

Bravo Sellán Inés Carmen

Tutor:

Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Bravo Sellán Inés Carmen** en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **Propuesta de Mejora del Ambiente Laboral, en la Atención al Cliente, de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones del cantón Durán**, de la modalidad de **Presencial** realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **Tecnología en Administración de Empresas**, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Inés Carmen Bravo Sellán

Nombre y Apellidos del Autor

No. de cédula: 0950635599

Firma

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES** del ITB.

**Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT**

Firma

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:	Páginas:
Portada_____	i
Dedicatoria_____	ii
Agradecimiento_____	iii
Certificado de Aceptación del Tutor_____	iv
Cláusula de Autorización para la Publicación de Trabajos de Titulación____	v
Certificación de Aceptación del Cegescit_____	vi
ÍNDICE GENERAL_____	vii
ÍNDICE DE TABLAS_____	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS_____	xi
Resumen_____	xii
Abstract_____	xiii
CAPÍTULO I_____	1
EL PROBLEMA_____	1
Planteamiento del problema_____	1
Ubicación del Problema en un Contexto_____	3
Situación Conflicto:_____	4
Delimitación del Problema._____	5
Formulación del Problema_____	5
Variables de la Investigación._____	5
Evaluación del Problema_____	5
Objetivos de la investigación:_____	6

Contenidos:	Páginas:
Justificación e Importancia_____	7
CAPÍTULO II_____	10
MARCO TEÓRICO_____	10
Antecedentes Históricos_____	10
Antecedentes Referenciales:_____	15
Fundamentación Legal_____	17
Variables de la investigación:_____	25
Definiciones Conceptuales_____	26
CAPÍTULO III_____	30
METODOLOGÍA_____	30
Datos de la Empresa._____	30
Diseño de la Investigación:_____	34
Tipos de la Investigación:_____	36
Población y Muestra:_____	37
Métodos y Técnicas de la Investigación:_____	41
Procedimiento de la investigación_____	45
CAPÍTULO IV_____	46
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS_____	46
Aplicación de las Técnicas e Instrumentos._____	46
Plan de Mejoras._____	66
Cronograma_____	67

Contenidos:	Páginas:
Recursos_____	67
Plan de Capacitación_____	68
Plan de Integración_____	68
Conclusiones._____	69
Recomendaciones._____	70
Bibliografía_____	71
Anexos_____	

ÍNDICE DE TABLAS

Contenidos:	Páginas:
Tabla 1 Efecto	4
Tabla 2 Labores.....	32
Tabla 3 Modelos	36
Tabla 4 Universo.....	39
Tabla 5 Métodos	43
Tabla 6 Satisfacción Laboral.....	46
Tabla 7 Clima Laboral.....	47
Tabla 8 Información	48
Tabla 9 Función	49
Tabla 10 Beneficios Institucionales	50
Tabla 11 Conocimientos	51
Tabla 12 Comunicación	52
Tabla 13 Tecnología	53
Tabla 14 Involucrado	54
Tabla 15 Reconocimiento	55
Tabla 16 Puntualidad.....	56
Tabla 17 Capta Órdenes.....	57
Tabla 18 Uniformado	58
Tabla 19 Instrumentos	59
Tabla 20 Presentación.....	60
Tabla 21 Manifestarse	61
Tabla 22 Ofrece Servicio	62
Tabla 23 Beneficios	63
Tabla 24 Requerimiento.....	64
Tabla 25 Despedida.....	65
Tabla 26 Capital	67
Tabla 27 Preparación	68
Tabla 28 Integración	68

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráficos 1: Satisfacción Laboral	46
Gráficos 2: Clima Laboral	47
Gráficos 3: Información	48
Gráficos 4: Función	49
Gráficos 5: Beneficios Institucionales	50
Gráficos 6: Conocimientos	51
Gráficos 7: Comunicación	52
Gráficos 8: Tecnología	53
Gráficos 9: Involucrado	54
Gráficos 10: Reconocimiento	55
Gráficos 11: Puntualidad	56
Gráficos 12: Capta Ordenes	57
Gráficos 13: Uniformado	58
Gráficos 14: Instrumentos	59
Gráficos 15: Presentación	60
Gráficos 16: Manifestarse	61
Gráficos 17: Ofrece Servicio	62
Gráficos 18: Beneficios	63
Gráficos 19: Requerimiento	64
Gráficos 20: Despedida	65

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

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

TEMA:

**Propuesta de mejora del ambiente laboral, en la atención al cliente,
de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones del cantón Duran**

Autora: Bravo Sellán Inés Carmen

Tutora: Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

Resumen

Esta investigación estará basada en la empresa Corporación Nacional de Telecomunicaciones S.A., dedicada a brindar servicio de telefonía fija y móvil local regional e internacional, internet y televisión satelital, entre otros servicios, durante estos últimos años ha reflejado un bajo rendimiento laboral en el transcurso del control interno que se llevó a cabo, por eso de esta manera se fomentara en promover planes de mejoramiento en el ambiente laboral para la atención al cliente con el fin de incrementar el rendimiento de la organización, ya que de esta forma su pilar fundamental son los clientes y futuros consumidores por lo cual de una u otra manera es importante tener clientes satisfechos y a gusto con el servicio que se les brinda con eficiencia y es por eso que ellos a su vez ayudarían a la organización con una buena publicidad entre otras palabras realizarían un marketing de boca a boca, por eso se requiere implementar planes de mejoramiento en el clima laboral y de capacitaciones en el lenguaje corporal ante los consumidores, es por eso que se busca destacar en la ampliación de los conocimientos en los trabajadores sobre las nuevas técnicas y estrategias en la atención del cliente. Cuyo objetivo de este proyecto es concientizar a la organización para que pueda ofrecer un mejor servicio a los usuarios, así mismo se tendría la oportunidad de dirigir a un futuro más rentable en las redes de telecomunicación. En esta investigación fueron utilizados los métodos de observación y científico.

Ambiente

Laboral

Atención

Cliente

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

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

TEMA:

**Propuesta de mejora del ambiente laboral, en la atención al cliente,
de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones del cantón Duran**

Autora: Bravo Sellán Inés Carmen

Tutora: Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

Abstract

This research will be based on the company Corporation National de Telecommunications SA, dedicated to providing local and regional fixed telephony and mobile services, internet and satellite television, among other services, during the last few years it has reflected a low work performance in the course of the internal control that was carried out, so in this way will be promoted in promoting improvement plans in the work environment for customer service in order to increase the performance of the organization, because in this way its fundamental pillar are the customers and future consumers so in one way or another it is important to have satisfied and comfortable customers with the service that is provided efficiently and that is why they in turn would help the organization with good publicity and other words would make a word of mouth marketing, that is why it is necessary to implement improvement plans in the work environment and de training in body language before consumers, that is why we seek to highlight the expansion of knowledge among workers on new techniques and strategies in customer service. Whose objective of this project is to make the organization aware so that it can offer a better service to the users, likewise it would have the opportunity to direct a more profitable future in the telecommunication networks. In this research, the observation and scientific methods were used.

Ambient

Labor

Attention

Client

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del problema

En los últimos años, se han originado problemas en los servicios brindados de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones tanto como en el área técnica y en la atención al cliente es por eso que deberán corregir sus fallas técnicas para evitar molestias a sus consumidores. Por estos motivos se planteara una propuesta de mejora del clima laboral en atención al cliente que permitirá aumentar la productividad de los recursos humanos llevando un control adecuado de las áreas, ya que hoy en día es casi imposible obtener un mejor servicio que una persona pueda brindar sin estar bajo la administración de la dirección y coordinación general con el objetivo de potencializar sus habilidades en beneficio a la organización.

Actualmente la organización consta con inconvenientes en el servicio al cliente tanto como en las ventanillas, en el call center y vía online por medio de su página web. En muchas ocasiones los clientes esperan demasiado para que los puedan atender debido a que existe mucha demanda y no tienen habilitadas todas las ventanillas, en cambio en el call center no siempre logran satisfacer con la respuesta que el cliente requiere mientras que en la página web atienden por medios de un correo dando los pasos para que el consumidor siga y el mismo pueda solucionar su problema en caso contrario proceden a enviar una solicitud del daño que se presenta durante un trayecto de 24 a 42 horas un miembro de la organización acudirá a realizar la visita técnica en la vivienda del cliente, sin embargo facturan el servicio como si no tuviera un daño ocasionando molestias al consumidor.

En el año se ha evidenciado un incremento en los reclamos generados

por el cliente debido al incumplimiento de los servicios prestados lo cual es perjudicial para la organización porque ocasiona un reembolso a los clientes por inconsistencia en las antenas de televisión satelital e internet movil.

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones consta con un proceso de formación para la contratación de sus trabajadores sin embargo en algunas ocasiones no se ha logrado dar la capacitación debida de manera presencial si no a través de manuales u diapositivas con los procedimientos que no logran tener el mismo efecto que la práctica por eso se acude a evaluar lo aprendido por el personal que ingresara a la organización.

Referente a las políticas de la organización los clientes las desconocen las responsabilidades y obligaciones del servicio que se les brinda, es por eso que los usuarios esperan que las fallas técnicas con el servicio sea solucionado rápidamente yendo más allá de tiempo establecido por la empresa que de una u otra ocasión a veces los inconvenientes provocan que los usuarios obtén por irse a la competencia.

Por este motivo se busca proponer un plan de mejora en la atención al cliente con propósito de mejorar la organización y así poder brindar un servicio de calidad corrigiendo esta problemática con tiempo la empresa podrá aumentar su imagen de los servicios brindados ante sus clientes.

Este proyecto está dirigido a las necesidades de los consumidores y al mejoramiento en la atención al cliente facilitando la atención y el mejoramiento del servicio para los usuarios. Buscando realizar una propuesta para el mejoramiento del clima laboral en la atención que se brinda al usuario dando la solución adecuada en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones ya que es una de las empresas más importante a nivel nacional que debe contar con instalaciones que sean adecuadas para que pueda dar un alto servicio de publicidad e imagen.

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones es reconocida por sus iniciales CNT siendo una organización ecuatoriana prestadora de servicios de: telefonía fija y móvil, internet de banda ancha e televisión satelital basada en la utilización de la tecnología de vanguardia de la red 4G LTE, con casi 10 años en el mercado es una de las empresa más importante con cobertura en casi todo el territorio Ecuatoriano.

Ubicación del Problema en un Contexto

Se realizará una propuesta para una capacitación del mejoramiento laboral de la atención del cliente.

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones S.A. se encuentra ubicado en el cantón Durán en la Cdla. Primavera 2, Av. Principal y calle Primera a lado del colegio Provincia del Cañar frente a la tienda Ultramarinos, la organización a sus inicios se constituyó como sociedad anónima por medio de escritura pública con Andinatel S.A. y Pacifitel S.A. el 30 de Octubre del 2008 con el propósito de ampliar sus servicios de telefonía fija e internet banda ancha en todo país Ecuatoriano.

Sus principales actividades son el de operar telefonía fija, local, regional e internacional, internet de alta velocidad Dial-UP, DSL, internet móvil 3G y 4G LTE, televisión satelital y telefonía móvil en el territorio nacional.

CNT es una organización con casi 10 años en el mercado que ha sido merecedora de varios premios y reconocimientos, a su vez ha logrado convertirse en una corporación que brinda multiservicios con innumerables proyectos basándose en la producción nacional y en el desarrollo social para los ecuatorianos.

En los últimos años los trabajadores del área en la atención al cliente nos han presentado un bajo rendimiento en su desempeño laboral por la falta de capacitación ocasionando molestias a los usuarios por el mal servicio brindado.

Situación Conflicto:

La situación conflicto se presenta por la falta de conocimiento que se obtiene en el área de atención al cliente buscando obtener un compromiso por parte de los empleados para el cumplimiento de los servicios brindados de la organización por la falta de capacitación que puede ser uno de los factores principales de la problemática actual sin embargo se ha propuesto mejorar el servicio para que nuestros empleados logren un servicio de calidad buscando la satisfacción de las necesidades de nuestros usuarios.

Se realizó una conversación con el jefe de la organización de tal manera se procedió mencionar que los trabajadores del área de atención al cliente requieren de más capacitación para que puedan expresarse y logren solucionar los problemas de los usuarios en caso contrario si no se los capacitan a los trabajadores ocasionara un déficit en las ganancias de la organización.

A su vez se realizarán evaluaciones a los trabajadores para poder analizar en donde se presenta la problemática del área en atención al cliente identificando las anomalías de los empleados que no tengan un buen desempeño laboral.

Una vez obtenido los resultados de porque existe esta problemática, se procede a plantear las capacitaciones organizando las fechas en las que serán realizadas con el propósito que los trabajadores tengan la motivación suficiente aumentando sus tácticas y estrategias logrando obtener un incremento en el ambiente laboral de la organización.

Tabla 1 **Efecto**

Antecedentes	Consecuencias
---------------------	----------------------

<ul style="list-style-type: none"> • Escasez de capacitación en atención al cliente. • Carencia de motivación. • Deficiencia de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • No se expresa bien con el cliente. • Disminución en el rendimiento laboral. • Se expresan de mala forma ante un cliente.
--	--

Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Delimitación del Problema.

Campo : Administración de Empresas.

Área : Laboral.

Aspectos: ambiente laboral, atención al cliente.

Tema : Propuesta de mejora del ambiente laboral en la atención al cliente de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones del cantón Durán.

Formulación del Problema

¿Cómo contribuir a mejorar el ambiente laboral, en la atención al cliente en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, ubicada en el cantón Durán, provincia del Guayas en el año 2018?

Variables de la Investigación.

Variable independiente: Ambiente Laboral.

Variable dependiente : Atención al cliente.

Evaluación del Problema

Delimitado.: El problema estudiado se basa en los efectos que han ocasionado un déficit en el desempeño de los trabajadores, es por eso

que se opta en la realización de capacitación para mejorar el ambiente laboral realizando un desempeño eficaz para el crecimiento de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones empresa pública del cantón Durán.

Claro. : Se propondrá un plan de mejora del ambiente laboral en la atención al cliente por medio de capacitaciones, charla y evaluaciones a nuestros trabajadores para conocer las anomalías que provocan su mal servicio.

Evidente. : Basándonos en las relaciones del trabajador con el cliente se implementaran actividades para el mejoramiento del servicio, evitando la falta de compromiso, motivación y estrés que se vive en el área de atención al cliente, debido a esto los trabajadores podrán ampliar sus conocimiento y habilidades mejorando su rendimiento laboral.

Concreto. : Está investigación buscará resolver la problemática actual del departamento de atención al cliente el cual ha sufrido un bajo rendimiento en su clima laboral.

Relevante. : Se procederá a realizar un plan de mejora en el clima laboral de atención al cliente buscando aumentar las habilidades de los colaboradores del departamento con el fin de que puedan ofrecer un servicio de calidad.

Confiable. : Con el apoyo del jefe a cargo del departamento de atención al cliente se implementaran los planes de mejora realizando capacitaciones.

Objetivos de la investigación:

Objetivo General:

Promover un plan de mejora en el ambiente laboral, para la atención al cliente, que brinda la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT).

Objetivos específicos:

- Analizar los inconvenientes en el ambiente laboral y la atención al cliente.
- Evaluar el rendimiento de los trabajadores en el servicio de atención al cliente.
- Desarrollar una propuesta de capacitación para atención al cliente.

Justificación e Importancia

La investigación que se resolverá en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), es para la mejora en atención al cliente con el fin de aumentar su rendimiento para que los usuarios no opten por cambiarse a otras operadoras.

Cabe recalcar que debido al nivel escaso de capacitaciones en el departamento de atención al cliente se han ocasionado innumerables pérdidas en los servicios brindados por la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), debido a que no se solucionara esta problemática se elaboraran planes para el mejoramiento del servicio.

Ya que el éxito de una organización también depende de la participación del jefe a cargo destacándose como un buen líder que está dispuesto a escuchar las opiniones y sugerencias de sus trabajadores e clientes sin descuidar lo más importante que es supervisar el trabajo que realizan sus colaboradores por lo cual a través de esta manera podrá observar en donde están las falencias y porque el servicio brindado está ocasionando pérdidas para la organización.

La capacitación del personal es de gran importancia porque permiten ampliar sus conocimientos y estrategias a su vez permite que la organización conste con un personal altamente preparado ante los problemas que puedan acontecer en un futuro ya que serán remediados

de la mejor manera posible siendo de gran ayuda para mejorar el rendimiento laboral.

Se tomará en cuenta los trabajadores del departamento en atención al cliente para así poder llegar a la falencia del servicio ofrecido, una vez que se haya realizado las observaciones y evaluaciones necesarias se analizarán los resultados obtenidos por el personal ya que de esta manera se establecerán las capacitaciones que necesiten sobre el servicio de telefonía, lenguaje corporal ante los usuarios y como podrán solucionar los problemas u quejas por el servicio brindado.

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones es una de las empresas públicas con inconvenientes en la atención que les brindan a sus clientes, el cual reflejan inconvenientes por medio de que sus usuarios realizan las llamadas al call center para presentar sus quejas fallas en los modem de internet a su vez también presentan falencias por la demora de la respuestas en el servicio Online de atención al cliente ya que estas respuestas pueden tardar días o meses en ser solucionados.

La organización debe de constar con capacitación u planes de mejoramiento para sus colaboradores que reflejen el cambio del servicio antes los usuarios haciéndolos sentir satisfechos y a gusto con los servicios ofrecidos por la empresa, una vez que los clientes hayan observado los resultados del mejoramiento de la problemática los trabajadores tendrán un mejor nivel que podrán poner en práctica diariamente ante los usuarios que de tal manera sería un benéfico importante para los ingreso que tenga la organización e incluso para los empleados porque si tiene un excelente desempeño laboral pueden ascender a un mejor puesto de trabajo.

Es importante para una organización que les permita a sus colaboradores crecer profesionalmente aumentando sus conocimientos, habilidades y técnicas ya que de esta manera podrán desempeñarse eficientemente en

cualquier área, por medio de estas capacitaciones podrán solucionar cada duda e inconveniente que tengan los clientes lo más pronto posible ayudando con la implementación de estrategias que beneficien a nuestros clientes ya sea por medio de concursos, siempre y cuando los trabajadores actúen con responsabilidad.

Las evaluaciones también se deben implementar a los clientes ya que sería una manera ventajosa permitiendo a la organización conocer lo que le gusta o disgusta del servicio brindado, siendo una manera más concreta de analizar lo que está ocurriendo realmente.

Se debe tener en cuenta también las propuestas de las capacitaciones planteadas en atención al cliente, motivación y lenguaje corporal que se basaran en cómo se debe desempeñar el trabajador lo cual el mejoramiento del clima laboral y rendimiento de la organización siempre y cuando se desenvuelvan ante cada inconveniente presentado en los servicios.

Por eso la organización también deberá implementar capacitaciones en todos los departamentos para que los servicios ofrecidos tengan una mejor calidad ya que con el conocimiento obtenido su mayor problemática es en la demora de atención en el call center.

Es importante porque hoy en día las personas optan por una atención de alta calidad de tal forma que los haga sentir a gusto con el servicio que reciben ya que eso marcaría la diferencia ante las organizaciones competidoras de telefonía.

Contribuyendo a direccionar el mejoramiento del departamento de atención al cliente, incrementando la motivación de sus colaboradores con la propuesta de mejora en el clima laboral del servicio brindado a su vez se formaran lazos basado en la responsabilidad, respeto y cumplimiento organizacional.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes Históricos

Según Bordas M. (2016). **“Uno de los factores fundamentales en el clima laboral que genere satisfacción y compromiso entre los empleados, es el líder o jefe inmediato con capacidad de influir para bien o para mal”**. (pág. 6).

El clima laboral se basa en cómo el trabajador se sienta satisfecho en su lugar de trabajo. Ya que de esta manera se obtendrá una alta productividad aumentando el rendimiento de la organización.

Según Vargas J. **“La cultura organizacional es un subconjunto de la administración, liderazgo y del poder dominante influenciados por una cultura”**. (pág. 27).

Se refiere que al hecho de que toda la organización pueda crear su propio clima laboral, con sus propias costumbres y estilos ya que en el ambiente de trabajo se refiere a las normas y valores del sistema formal como la interpretación del sistema informal, de tal manera son los beneficios internos y externos de las personas que atraen a la empresa, con los procesos de trabajo y distribución física de las comunicaciones y el ejercicio de la autoridad dentro del sistema de la empresa.

Según Bastidas (2012). **“El ambiente laboral es importante ya que hoy en día las organizaciones y en los Gobiernos Autónomos Descentralizados, los cuales a través del Gobierno Ecuatoriano buscan un continuo mejoramiento”**. (pág.1).

De esta manera se detectara un incremento al instante que los trabajadores realizan sus funciones, con la motivación que se perciba en

el aérea de trabajo enfrentando cada obstáculo que se presenten en el transcurso del tiempo.

Según Bordas M. en el año 2016, describe a que se refiere el clima laboral.

El clima laboral se refiere al contexto de trabajo, caracterizado por un conjunto de aspectos tangibles e intangibles que están presentes de forma relativamente estable en una determinada organización y que afecta a las actitudes, motivación y comportamiento de sus miembros y por tanto al desempeño de la organización. Puede ser percibido y descrito por los integrantes de la organización y por tanto, medido desde un punto de vista operativo a través del estudio de sus percepciones y descripciones o mediante la observación y otras medidas objetivas. (pág. 20).

Nos muestra que el ambiente laboral debe ser comunicativo y armonioso entre compañeros, por que lo que se refleja en el personal de dichas empresas para asi tranmitir a los cliente un servicio de alta calidad siempre y cuando brindandole la solución de sus dudas e inconvenientes ya que de esta maenra se reflejara los mejores resultados tanto para la organización como para los usuarios.

Según Jaume Triginé año 2012, describe como es considerado el clima laboral.

Hace decadas que el clima o ambiente de trabajo es considerado uno de los conceptos de mayor importancia en la vida de las organizaciones. Las razones son evidentes por un mal clima laboral ya que constituye un grave obstaculo para la consecucion de los objetivos empresariales, siendo ademas un indicador clave para comprender los problemas y necesidades de los equipos de trabajo que integran la empresa. (pág. 5).

El clima laboral en la organización es sumamente importante, ya que si existe una buena comunicación entre los trabajadores tendrán un buen rendimiento lo cual conducirá a la empresa al éxito, pero si los colaboradores les hace falta motivación obtendrán un bajo rendimiento organizacional.

Según Chiang Margarita en el año 2010. Presenta el concepto de las relaciones entre el Clima Organizacional y Satisfacción Laboral.

El clima organizacional según Ekvall en 1983 es un conglomerado de actitudes y conductas que caracterizan la vida en la organización el clima se ha originado, desarrollado y continúa haciéndolo en las sucesivas interacciones entre los individuos y el entorno de la organización. (pág. 31).

Que los trabajadores de la empresa deben siempre laborar en unión con sus compañeros y altos directivos para así mantener un buen ambiente laboral lo cual les permitirá ampliar entre ellos mismos sus conocimientos y actitudes desarrollando un trabajo en equipo.

De acuerdo con el autor Brown Andrew en su libro Gestión en la Atención al Cliente en el año 1992, relato sobre el servicio personal.

El servicio personal es la forma en que se presta el servicio material. Incluye la interacción entre los empleados y los clientes de una empresa. Es probablemente, la parte más visible de nuestra empresa operaciones y con frecuencia la parte que juzga si nuestra empresa es buena o mala. (pág. 8).

Si el personal de una empresa posee todas las actitudes positivas hacia los clientes, siempre se podría visualizar como una empresa de calidad ya que por medio de esta atención que se le da al usuario dependerá el nivel del servicio de dicha empresa.

Según Palomo María en el año 2014 nos indicó lo importante que es la comunicación.

La comunicación se ha convertido en el medio más importante de supervivencia y entendimiento para los humanos, que ha influido en todos los aspectos de la vida, que ha transformado a la empresa moderna, a la sociedad, a los sistemas de organización, etc.; proporciona además, dominio y capacidad para crear herramientas que nos permiten lograr las metas deseadas. (pág. 2).

Para una organización que consta con servicio al cliente es fundamental la comunicación ya que es el medio por el cual los trabajadores se comunican con el usuario, lo cual esta manera podrá atender cada una de sus dudas e inconvenientes con el servicio brindado para así poder llegar a un acuerdo o una solución.

De acuerdo con Editorial Vértice en el año 2010 nos indica cómo se puede brindar un servicio de calidad.

Para ofrecer un buen servicio hace falta algo más que amabilidad y gentileza, aunque estas condiciones son imprescindibles en la atención al cliente. Así cuando un interlocutor habla por teléfono tiene que hacerlo de manera agradable y demás proporcionando sin demoras la información adecuada que oriente a la persona que ha llamado hacia el interlocutor idóneo. Se trata de un problema de métodos y no de simple cortesía. (pág. 12).

Para brindar un servicio de calidad no solamente depende de la amabilidad si no también que él personal a cargo de esa área sepa comunicarse respetuosamente antes los clientes, para así lograr hacer sentir al usuario satisfecho por el servicio brindado.

Según Paz Renata en el año 2007, indica en que puede convertirse la atención al cliente.

La atención al cliente puede convertirse en una herramienta estratégica de marketing no solo para hacer que los errores sean mínimos y se pierda el menor número de clientes posibles,

sino para establecer un sistema de mejora continua en la empresa. La atención al cliente está constituida por todas las acciones que realiza la empresa para aumentar el nivel de satisfacción de sus clientes. (pág. 2).

El servicio de atención al cliente no solamente es una estrategia de marketing si no tambien son técnicas, por el cual su único objetivo es dar un buen servicio al usuario ya que son ellos los que se lleban la imagen de la organización y así puedan realizar recomendaciones a través un marketing de boca a boca antes familiares o conocidos.

Según Pérez Vanesa en el año 2006, nos relata el papel que representa el cliente para la organización.

El cliente representa el papel más importante en el tema de la calidad, pues es quien demanda de la empresa los bienes y servicios que necesita y luego es quien valora los resultados. Se trata de la persona que recibe los productos o servicios en el intento que hace la empresa de satisfacer sus necesidades y de cuya aceptación depende su permanencia en el mercado. (pág. 2).

Para una organización lo más importante son sus clientes ya que es quien producirá ingresos a la organización conduciéndola hacia el éxito, ya que si se mantiene al cliente siempre satisfecho cubriendo las necesidades acordes a los servicios ofrecidos por la empresa esta sería más rentable y podrá alcanzar al liderazgo ante el mercado competitivo que existe en la actualidad.

Según Carrasco Soledad, en el año 2012, nos da una breve definición sobre el motivo de la relación entre empresas y clientes.

El motivo de la existencia de las empresas es que entre estas y los clientes se produzcan una relación de intercambio mediante la cual el cliente ofrece su dinero a cambio de los productos o servicios que le producen

satisfacción. Son las empresas las encargadas de facilitar estos intercambios, conocimiento de los aspectos esenciales de la compra y de la propia atención al cliente. Con este fin las organizaciones han de adecuarse a las exigencias del mercado y a las de los clientes en particular, por lo que es precisa una relación cercana con ellos. (Pág. 31).

Las existencias de las empresas dependen del usuario y de la calidad de los servicios que ofrece, por lo cual son los clientes quienes generarán los ingresos por la atención recibida ya sea directamente en el establecimiento de la organización, por medio vía telefónica o a través de las redes sociales proporcionadas por la página web de la organización.

Antecedentes Referenciales:

Universidad Politécnica Salesiana Ecuador, Facultad de Ciencias Administrativas, autores María Abad Acosta, David Pincay Díaz. (2014).

Tema: Análisis de calidad del servicio al cliente interno y externo para propuesta de modelo de gestión de calidad en una empresa de seguros de Guayaquil.

Universidad Laica Rocafuerte de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas, autores Katherine Carpio Condo, Marjorie Varas Quinto. (2012).

Tema: Análisis y diagnóstico del clima laboral en la compañía “Car Sound visión Cía. Ltda.” de la ciudad de Guayaquil.

Estos temas tienen una semejanza porque hablan sobre el servicio al cliente y el clima laboral pero sin embargo se diferencian en que analizan y evalúan al cliente interno y externo.

Universidad Rafael Landívar, Facultad de Humanidades Licenciatura en Psicología de Recursos Humanos, autora Contreras Flores Saida Marisol (2015)

Tema: Propuesta de mejora de clima laboral en una institución de educación superior de la ciudad Guatemala de la Asunción.

Este tema tiene una pequeña relación sobre el mejoramiento del clima laboral pero solo es de la institución no se enfoca mucho en lo que es atención al cliente.

Universidad de las Fuerzas Armadas, Unión de Gestión de Postgrados, autor Rodríguez Guerrero Hugo René (2015).

Tema: Propuesta de mejora del clima laboral y cultura organizacional en el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social. De la ciudad de Sangolquí.

La semejanza de esta propuesta de mejora del clima laboral habla sobre la cultura organizacional de una entidad pública que a medida de la observación se ha logrado evidenciar lo cuán importante es el servicio que se le ofrece al cliente.

Universidad la Salle, Facultad de Administración de Empresas, autores Botia Fonseca Oliveth, Rivera Moreno Diana Paola (2008).

Tema: Propuesta de mejoramiento para el servicio al cliente del Grupo UNIPHARM en la ciudad de Bogotá.

Este tema tiene una similitud porque trata del servicio al cliente en cómo mejorarlo para así hacer de la organización rentable conduciéndola al éxito a través de lograr satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Universidad Autónoma del Occidente, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, autora Torres Tejada Diana Vanessa (2011).

Tema: Propuesta de mejoramiento del servicio al cliente frente al procedimiento de garantías de electrodomésticos en el Centro Electrónico Colseguros.

Su semejanza en realizar propuesta de mejoramiento en la atención del cliente ya que de esta manera se procederán a mejorar las técnicas y

estrategias por medio de capacitaciones para los trabajadores en busca de ampliar sus conocimientos.

Universidad Militar Nueva Granada, Facultad de Estudios a Distancia, autora Ortiz Herrera Luz Ayda (2015).

Tema: Propuesta de mejoras del servicio al cliente en entidades financieras de la ciudad Bogotá – Colombia.

Tiene una semejanza en el ámbito de servicio al cliente para mejorar su calidad por medio de propuestas que incluyan charlas o capacitaciones para ampliar los conocimientos de los trabajadores del área, lo cual una vez planteadas estas estrategias se podrá analizar nuevamente la organización para ver si ha aumentado su rentabilidad siempre y cuando sin descuidar los servicios ofrecidos a los usuarios.

Fundamentación Legal

Referente a la Constitución de la Republica (2008)

Art. 36.- Las personas adultas mayores recibirán atención prioritaria y especializada en los ámbitos público y privado, en especial en los campos de inclusión social y económica y protección contra la violencia. Se consideraran persona adultas mayores aquellas personas que hayan cumplido los sesenta y cinco años de edad.

Art. 37.- El estado garantizara a las personas mayores los siguientes derechos:

1. La atención gratuita y especializada de salud, así como el acceso gratuito a medicinas.
2. El trabajo remunerado, en función de sus capacidades, para lo cual tomara en cuenta sus limitaciones.
3. La jubilación universal.
4. Rebajas en los servicios públicos y en servicios privados de transporte y espectáculos.
5. Exenciones en el régimen tributario.

6. Exoneración del pago por costos notariales y registrales de acuerdo con la ley.
7. El acceso a una vivienda que asegure una vida digna con respeto a su opinión y consentimiento.

Art. 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 por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Art. 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.

Art. 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 defectuosa del producto, 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.

Art. 66.- Se reconoce y garantiza a las personas: 25. El derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato así como a recibir información adecuada y veras sobre su contenido y características.

Art. 129.- Serán servidoras o servidores públicos todas las personas que en cualquier forma o a cualquier título trabajen, presten servicios o ejerzan un cargo, función o dignidad dentro del sector público.

Los derechos de las servidoras y servidores públicos son irrenunciables. La ley definirá el organismo rector en materia de recursos humanos y remuneraciones para todo el sector público y regulara el ingreso, ascenso, promoción, incentivos, régimen disciplinario, estabilidad, sistema de remuneración y cesación de funciones de sus servidores.

Las obreras y obreros del sector público estarán sujetos al Código de Trabajo.

La remuneración de las servidoras y servidores públicos será justa y equitativa, con relación a sus funciones y valorara la profesionalización, capacitación, responsabilidad y experiencia.

Art. 234.- El Estado garantizara 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.

Ley Organica de Defensa del Consumidor (2000)

Art. 4.- Derechos del Consumidor.- Son derechos fundamentales del consumidor a mas de los establecidos en la Constitución Política de la Republica tratadas o convenios internacionales, legislacion interna, principios generales del derecho y constumbres mercantil, los siguientes:

- Derecho a que proveedores publicos y privados oferten bienes y servicios competitivos de optima calidad y a legirlos con libertad.

- Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y además aspectos relevantes de los mismos incluyendo los riesgos que pudieren presentar.
- Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida.
- Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios.
- Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor en el que se podrá notar el reclamo correspondiente lo cual será debidamente reglamentado.

Art . 5.- Obligaciones del Consumidor.- Son obligaciones de los consumidores:

- Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios.
- Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

Ley Organica de empresas públicas

Art. 3.- Principios.- Las empresas publicas se rigen por los siguientes principios:

- Contribuir en forma sostenida al desarrollo humano y buen vivir de la población ecuatoriana.
- Promover el desarrollo sustentable, integral, descentralizado y desconcentrado del estado y de las actividades económicas asumidas por este.

- Propiciar la obligatoriedad, generalidad, uniformidad eficiencia, universalidad, accesibilidad, continuidad, seguridad, precios equitativos y responsabilidad en la prestación de los servicios públicos.

Reglamento para clientes de servicio que presta CNT EP

Art. 3.- Toda persona natural o jurídica capaz de contraer derechos y obligaciones puede solicitar el o los servicios de telecomunicaciones y televisión en cualquiera centro de atención al cliente de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones o cualquier otro medio autorizado por ella con los requisitos establecidos en el ANEXO 2 de este reglamento.

Anexo 2: Requisitos generales para obtención de servicios de Telecomunicaciones.

Sin perjuicio de otros requisitos que la Corporación Nacional de Telecomunicaciones requiere para la prestación de otros servicios específicos son requisitos generales los siguientes:

- a) Para personas Naturales:
 - Copia de cédula de ciudadanía y certificado de votación.
- b) Para personas Jurídicas:
 - Copia de cédula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal.
 - Copia del nombramiento actualizado del representante Legal.
 - Copia del registro único de contribuyentes (RUC).

Art. 7.- En caso de no aceptación de la solicitud o si esta hubiere sido aceptada pero los servicios no fueren instalados y habilitados el contrato y el correspondiente anexo no se perfeccionaran y no surgirá ningún derecho y obligación entre las partes.

Art. 8.- Aprobada la solicitud, firmado el contrato de servicio e instalado y habilitado el servicio, el solicitante será considerado cliente de la

Corporación Nacional de Telecomunicaciones EP y asumirá los derechos y obligaciones establecidos en el mencionado documento, en este reglamento y de manera especial el compromiso de pago de todos los servicios prestados u ocasionados por la instalación de estos. Igualmente, la Corporación Nacional de Telecomunicaciones EP se compromete a la prestación del o los servicios contratados y habilitados, en forma continua, regular y de acuerdo a las normas de calidad establecidas por la autoridad competente, salvo en los casos que constituyan eventos que puedan ser considerados como caso fortuito o de fuerza mayor, por falta de pago oportuno prestados de las facturas por servicios efectivamente.

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones podrá implementar otras modalidades de contratación entre ellas electrónicas para la formalización del contrato de servicio.

En lo referente a los valores ocasionados por la instalación, inscripción, activación, equipamiento u otros, estos valores serán incorporados en la factura que la corporación Nacional de Telecomunicaciones emita el cliente de acuerdo a las políticas comerciales de la empresa.

Art. 9.- En caso de que el cliente haya solicitado y contratado los servicios de telecomunicaciones y televisión proporcionados por la corporación Nacional de Telecomunicaciones EP, el cliente será ubicado en conformidad con el catálogo de productos y servicios.

El cliente podrá solicitar cambio de cualquier servicio de acuerdo a sus necesidades y conforme al catálogo de productos y servicios. La Corporación Nacional de Telecomunicaciones se reserva el derecho de aceptar o no esta solicitud.

Art. 22.- La Corporación Nacional de Telecomunicaciones EP, otorgara los servicios de telecomunicaciones y televisión contratados, en las condiciones que se acuerden con el Cliente, salvo caso fortuito o fuera mayor, suspensiones por no pago, trabajos de mantenimiento, cambios tecnológicos, condiciones climatológicas, daños causados por terceros y

fallas no previsible en los sistemas por sus características y tecnología.

Los servicios de telecomunicaciones y televisión que requieran una intermediación manual estarán sujetos a los horarios establecidos por la Corporación Nacional de Telecomunicaciones EP y por los de las operadoras de otros países dentro de los horarios establecidos se incluyen los casos de excepción mencionados en el inciso anterior.

Art. 23.- los servicios prestados por la CCNT EP, se sujetarán a las siguientes condiciones y estándares de calidad:

- Las determinadas en los títulos habilitantes correspondientes otorgados por la autoridad competente a favor de la CNT EP o se sus antecesoras.
- Las condiciones y estándares dispuestos por los entes y órganos de regulación y control en materia de telecomunicaciones y televisión, así como las disposiciones que resulten aplicables de conformidad con el ordenamiento jurídico vigente.
- El contrato de servicio aprobado por la autoridad competente y los acuerdos de niveles de servicios definidos con el cliente.

Art. 24.- Se consideran facilidades adicionales aquellas que pueden proveer una central telefónica y otros servicios derivados, proporcionados a los clientes que lo soliciten siempre y cuando existan las disponibilidades técnicas correspondientes, tales como servicios adicionales, suplementarios de red inteligente, etc. Los precios se publicarán por diferentes medios de difusión nacional cuando se los modifique y constarán adicionalmente en la página web de CNT EP.

Art. 27.- Los traslados de los equipos, líneas y complementarios se efectuaran siempre que las condiciones técnicas lo permitan.

El cliente que solicite el traslado de su servicio de telecomunicaciones o televisión deberá cumplir con los requisitos previamente establecidos por la Corporación Nacional de Telecomunicaciones.

La Corporación Nacional de telecomunicaciones se reserva el derecho de negar el traslado del servicio por causas técnicas.

Art.- 29.- En el caso de los servicios de telecomunicaciones o televisión la Corporación Nacional de Telecomunicaciones procederá al cambio de los números o direcciones IP originales cuando sea necesario por razones de orden técnico y regulatorio. Este hecho será comunicado al cliente.

Art. 32.- Los clientes de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones que hayan contratado los servicios de telefonía fija local tendrán derecho a recibir anualmente y de forma gratuita una guía telefónica o servicio equivalente del área local correspondiente que contenga la identificación de las personas naturales o jurídicas, direcciones y números telefónicos asignados.

La guía telefónica podrá ser entregada a los clientes en medios físicos o a solicitud del cliente en medios electrónicos. El cliente podrá consultar información de la guía telefónica en la página Web de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones.

Art. 38.- El cliente deberá informar a la Corporación Nacional de Telecomunicaciones EP, sobre los daños o averías que detecte en su instalación, equipos u otros bienes del servicio contratado. Así mismo deberá atender las instrucciones que reciba del personal técnico para el buen uso del equipo terminal y de las demás instalaciones auxiliares en caso de que estas existieren.

Art. 39.- Todo reclamo técnico relacionado con la prestación de los servicios deberá realizarse a través de los canales establecidos por la operadora, la misma que efectuara las reparaciones dentro del menor tiempo posible y en todo caso dentro de los plazos previstos por la Corporación Nacional de mayor. Telecomunicaciones EP para alcanzar los índices de calidad, salvo situaciones de caso fortuito o fuerza

Art. 40.- La Corporación Nacional de Telecomunicaciones deberá realizar

la repartición y mantenimiento de su red con el objetivo de prestar un servicio de calidad al usuario. Las reparaciones y el mantenimiento de la red privada de los equipos de telecomunicaciones del cliente serán de su exclusiva responsabilidad.

Código de Trabajo

Art. 8.- Contrato Individual de trabajo es el convenio en virtud del cual una persona se compromete para con otra u otras a prestar sus servicios lícitos y personales, bajo su dependencia, por una remuneración fijada por el convenio, la ley, el contrato colectivo o la costumbre.

Variables de la investigación:

Variable independiente: Ambiente laboral.

Según Bordas M. en el año 2016, nos describe el ambiente laboral.

El clima o ambiente laboral es un concepto multidimensional, constituido por dimensiones relativas a las personas, a los procesos de grupo y relativos a la organización. Pero lo más importante es destacar que el clima laboral influye en el comportamiento de las personas que trabajan en la organización y de ahí la relevancia de su estudio, al considerarse que es un buen predictor de la satisfacción laboral y el grado de compromiso que se dan en la organización, así como de la productividad, eficiencia y desempeño empresarial. (pág. 24).

El ambiente laboral también compete mucho el nivel de educación del personal de una organización ya que así pueden dar una mejor atención cumpliendo los estándares de calidad laboral a todos sus usuarios de una manera muy satisfactoria. Ya que su nivel de educación depender mucho para su desempeño organizacional en el área de trabajo que se le ha designado, permitiéndole cumplir con cada una de sus tareas e metas designadas en su rol.

Variable dependiente : Atención al cliente.

Según Paz Renata por medio de la comunicación y la calidad del servicio nos conceptualiza la atención al cliente.

El servicio al cliente no es una decisión optativa sino un elemento imprescindible para la existencia de la empresa y constituye en centro de interés fundamental y la clave de su éxito o fracaso. El servicio al cliente es algo que podemos mejorar si queremos hacerlo. Todo aquello que se aplique en un área de la empresa es aplicable a las demás estén directa o indirectamente implicadas en el servicio al cliente. (pág. 1).

El servicio al cliente se basa en las técnicas o estrategias de las empresas ante los usuarios ya que son a quienes se le debe asegurar que el servicio brindado es de calidad, a su vez se debe entablar un dialogo con el cliente para dar a conocer las necesidades ya sea que el cliente solo busque información sobre los servicios de la organización o presente alguna anomalía ya que en caso de errores o daños en los equipos la empresa debe proceder a brindar asistencia de reparación en el servicio.

Definiciones Conceptuales

Ambiente.: Condiciones o circunstancias de un lugar que parecen favorables o no para las personas, animales o cosas que en él están. (R.A.E, 2017)

Atención : Acción de atender. Cortesía, urbanidad, demostración de respeto u obsequio. (R.A.E, 2017)

Bienes. : Cosas materiales o inmateriales de un objeto. (R.A.E, 2017)

Calidad. : Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor. Adecuación de un producto o servicio a las características especificadas, en el control de calidad de un producto o servicio. (R.A.E, 2017)

Cliente. .: Respeto del que ejerce alguna profesión, persona que utiliza sus servicios. (R.A.E, 2017)

Clima .: Conjunto de condiciones atmosféricas que caracterizan una región. (R.A.E, 2017)

Capacidad. : Aptitud legal para ser sujeto de derechos y obligaciones. (R.A.E, 2017)

Comportamiento. : Conjunto de respuestas de las relaciones a su entorno o estímulos que presentan los seres vivos. (R.A.E, 2017)

Comunicación : Acción o efecto de comunicarse. Trato correspondiente entre dos personas. (R.A.E, 2017)

Conglomerado. : Masa formada por fragmentos redondeados de diversas rocas o sustancias minerales unidos por un cemento. (R.A.E, 2017)

Cortesía. : Demostración o acto con el que se manifiesta la atención, respeto o afecto que tiene alguien a otra persona. (R.A.E, 2017)

Demanda : Suplica, petición o solicitud. Petición que un litigante que inicia un proceso formula y justifica en el juicio. (R.A.E, 2017)

Dominio : Poder que alguien tiene de usar y disponer lo suyo. Poder ascendiente que se ejerce de una persona a otra. (R.A.E, 2017)

Eficacia. : Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera. (R.A.E, 2017)

Entidades financieras.: Es cualquier entidad o agrupación que tiene como objetivo y sin ofrecer servicios financieros con intermediación y asesoramiento en el mercado de los seguros y créditos bancarios. (R.A.E, 2017)

Garantía. : Efecto de afianzar lo estipulado. Cosa que asegura y protege contra un riesgo o necesidad. Seguridad o certeza que se tiene sobre algo. (R.A.E, 2017)

Gentileza. : Gallardía, garbo y bizarría. Obsequio o patrocinio económico. (R.A.E, 2017)

Indemnización.: Cosa o cantidad con que se indemniza. (R.A.E, 2017)

Inherente : Que por su naturaleza está de tal manera unido a algo, que se puede separar de ello. (R.A.E, 2017)

Laboral. : Pertenciente o relativo al trabajo, en su aspecto económico, jurídico y social. (R.A.E, 2017)

Marketing : Conjunto de principios y prácticas que buscan el aumento del comercio, especialmente de la demanda. (R.A.E, 2017)

Medición. : Acción o efecto de medir. (R.A.E, 2017)

Motivación : Conjunto de factores internos o externos que determinan en partes las acciones de una persona. (R.A.E, 2017)

Necesidades. : Impulso irresistible que hace que las causas obren infaliblemente en cierto sentido. (R.A.E, 2017)

Negligencia. : Descuido, falta de cuidado. Falta de aplicación. (R.A.E, 2017)

Organización : Acción y efecto de organizar u organizarse. Asociación de personas regulada por un conjunto de normas en función de determinados fines. (R.A.E, 2017)

Perjuicios : Indemnización que se ha de pagar por un perjuicio. Efecto de perjudicar. (R.A.E, 2017)

Población. : Conjunto de personas que habitan en un determinado lugar. Conjunto de individuos de la misma especie que ocupan determinada área geográfica. (R.A.E, 2017)

Precio. : Valor pecuniario en que se estima algo. Precio que se señala a una mercancía y no admite regateo. (R.A.E, 2017)

Producto : Cosa producida. Caudal que se obtiene de algo que se vende. Cantidad que resulta de la multiplicación. (R.A.E, 2017)

Promoción : Conjunto de individuos que al mismo tiempo han obtenido un grado o empleo, principalmente en los cuerpos de escala cerrada. (R.A.E, 2017)

Proveedores. : Dicho de una persona o de una empresa. Que provee o abastece de todo lo necesario para un fin a grandes grupos, asociaciones y comunidades. (R.A.E, 2017)

Rentable : Produce renta suficiente o remunerada. Beneficio que compensa la inversión o el esfuerzo hecho. (R.A.E, 2017)

Riesgo. : Cada una de las contingencias que pueden ser objeto de un contrato de seguro. (R.A.E, 2017)

Satisfacción....: Acción y efecto de satisfacer. Razón, acción o modo con el que se sosiega y responde eternamente a una queja, sentimiento o razón contraria. (R.A.E, 2017)

Seguro. : Contrato por el que alguien se obliga mediante el cobro de una prima a indemnizar el daño producido a otra persona o a satisfacerle un capital, una renta u otras prestaciones convenidas. (R.A.E, 2017)

Supervivencia..: Acción o efecto de sobrevivir. Gracia concedida a alguien para goza una renta o pensión después de haber fallecido quien la obtenía. (R.A.E, 2017)

Sociedad. : Conjunto de personas, pueblos o naciones que conviven bajo normas comunes. Sociedad que se constituye entre productores, vendedores o consumidores para la utilidad común de los socios. (R.A.E, 2017)

Trabajo. : Acción o efecto de trabajar. Cosa que es resultado de actividad humana. Operación de la máquina, pieza, herramienta o utensilio que se emplea para un fin. (R.A.E, 2017)

Usuario. : Dicho de una persona. Que tiene derecho de usar de una cosa ajena con cierta limitación. (R.A.E, 2017)

Vulneración. : Acción o efecto de vulnerar. (R.A.E, 2017)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Datos de la Empresa.

Nombre de la empresa: Corporación Nacional de Telecomunicaciones
CNT Sociedad Anónima

Nombre comercial: CNT EP.

Fecha de Constitución: 30 de Octubre del 2008.

Registro Único de Contribuyente: 1792162068001

Objetivo Social:

La explotación de los servicios de telecomunicaciones, sean estos finales, portadores de voz, imagen, datos, video servicio de valor agregado y multimedia, así como todos aquellos servicios que se creen, desarrollen o deriven.

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones está ubicada en la Cdla. Primavera 2, Av. Principal y calle primera, cuenta con 40 trabajadores, esta organización brinda servicio de telefonía fija, local y móvil a su vez consta con servicio de internet e televisión satelital.

Visión:

Ser la empresa líder de servicios convergentes de telecomunicaciones y Tics del Ecuador, a través de la excelencia de la gestión, el valor agregado y la experiencia que ofrece sus clientes, que sea orgullo de los ecuatorianos.

Misión:

Brindamos a los ecuatorianos la mejor experiencia de servicios convergentes de telecomunicaciones y Tics, para su desarrollo e

integración al mundo, impulsando el crecimiento de mucha y creando valor para la sociedad.

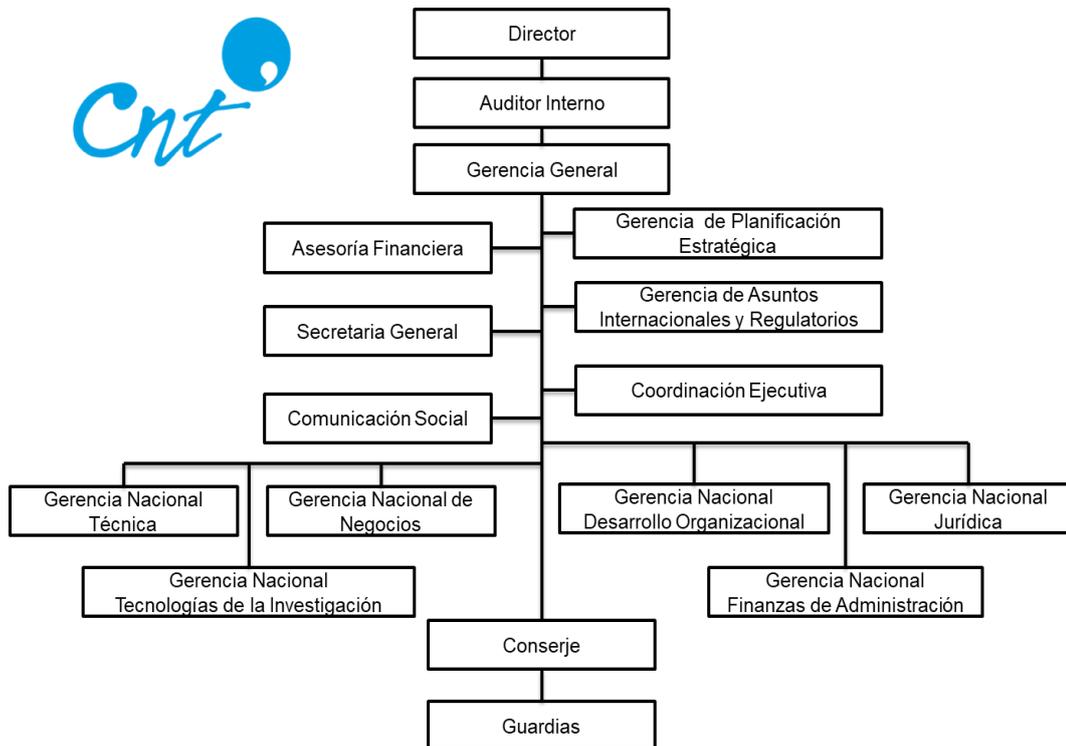
Valores Empresariales

- Estamos comprometidos con el cliente.
- Trabajamos en equipo.
- Somos eficientes.
- Innovamos.
- Actuamos con integridad.
- Somos socialmente responsables.

Logo de la empresa:



Organigrama:



Social	<ul style="list-style-type: none"> • Solucionador de dudas sobre los servicios. • Ofrece promociones. • Da a conocer las garantías a los clientes.
Coordinación Ejecutiva	Ayuda con las tareas administrativas, supervisando las resoluciones y anotaciones de la presidencia.
Gerencia Técnica	Brinda orientación y recomendaciones económicas para beneficio de la organización.
Gerencia de Negocios	<ul style="list-style-type: none"> • Controla la información de los ingresos y egresos. • Ejecuta un presupuesto de las ventas. • Plantea estrategia de Marketing.
Gerencia de Tecnologías de la información	Analiza los sistemas que maneja la información de la organización controlando e inventariando el presupuesto del área de Tics.
Gerencia de Finanzas de Administración	Es el responsable de presentar los estados financieros y conciliaciones bancarias de la organización a su vez es el que ejecuta los gastos organizacionales.
Gerencia de Desarrollo Organizacional	Diseña e implementa los procedimientos y el desarrollo de las políticas del departamento el área de recursos humanos.
Gerencia Jurídica	Defiende y estudia los intereses legales de la empresa.
Conserje	<ul style="list-style-type: none"> • Encargado de la limpieza organizacional • Guía para los clientes.

Guardia	<ul style="list-style-type: none"> • Protege y vigila los bienes materiales de la organización. • Controla las camaras de seguridad.
---------	--

Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Diseño de la Investigación:

La investigación que se realizará en este proyecto será de Campo y Científica. Ya que serán realizadas de una manera fidedigna en la organización ayudándonos a encontrar las problemáticas para así plantear resoluciones de la forma más rápida posible, para poder mejorar la calidad de los servicios que se ofrecen aumentando las estrategias para la atención de clientes.

De Campo: Se recolectará información clara por medio de encuestas o entrevistas al personal del departamento de atención al cliente, con el propósito de obtener respuestas de porque se da un problema en el ambiente laboral dentro de la organización, ya que de esta manera se podrán proponer capacitaciones de mejoramiento laboral dentro de la empresa.

Según los autores José A. Yuni y Claudio A. Urbano, relatan sobre el trabajo de campo por medio de las técnicas para investigar y formar proyectos de investigación.

El concepto de trabajo de campo alude a las acciones que tiene que realizar el investigador para efectuar la observación y medición de los fenómenos empíricos, tanto en los contextos naturales en que estos se presentan como en situaciones especiales creados por el investigador tales como los experimentos, las mediciones de laboratorio, etc. El diseño en tanto estructura lógica de la investigación contiene componentes comunes a las diferentes metodologías o estrategias metodológicas. Sin embargo estos adquieren particularidades de acuerdo a la perspectiva

paradigmática desde la cual se posiciona el investigador. (Pág.10).

La investigación de campo es de sumamente importancia ya que por medio de esta se puede realizar el método de observación permitiéndonos analizar a la organización para así poder llegar a la problemática recaudando información de fuentes primarias y fidedignas, por medios de entrevistas o encuestas con un propósito específico como es el de observar e interactuar con las personas del entorno que se está evaluando.

Científica: Se acotará información verídica ya que por medio de esta investigación se podrán plantear un vínculo con lo que está sucediendo en el área de Atención al Cliente, ya que de esta manera se podrá solucionar el ambiente laboral en la organización.

Según el autor Mario Tamayo, define que es la investigación Científica.

La investigación es un proceso mediante la aplicación del método científico, procura obtener información relevante y fidedigna para entender verificar, corregir o aplicar el conocimiento. Generalmente se habla de investigación sin diferenciar sus aspectos más generales. La parte del proceso nos indica cómo realizar una investigación dado un problema a investigar, es decir que pasos debemos seguir para lograr la aplicación de las etapas del método científico a una determinada investigación. La parte formal es más mecánica por que hace relación a la forma como debemos presentar el resultado del proceso seguido en la investigación lo que comúnmente llamamos el informe final de la investigación. (Pág. 37).

La investigación científica pretende obtener información fidedigna y relevante para que los miembros de la organización puedan corregir, entender y aplicar los conocimientos necesarios obteniendo resultados precisos que ayudaran al investigador eficazmente.

Tipos de la Investigación:

Tabla 3 Modelos

Explorativa	Explicativa	Descriptiva	Correlacional
Según Merino M. “Es una investigación que permite definir con precisión el problema a analizar. Su objetivo es suministrar al investigador la orientación sobre la totalidad o una parte del tema que se va a estudiar. Se clasifica por su flexibilidad y veracidad”. (pág. 20)	Para Arias F y Ortiz B. “Se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa y efecto. Requiere la combinación de los métodos analíticos y sintéticos en conjunto con el deductivo e inductivo tratando de responder el objetivo de la investigación”. (pág. 25)	Según Namakforoosh M. “Es una forma de estudio para saber quién, donde, cuando, cómo y porqué del sujeto del estudio. La información obtenida en un estudio descriptivo, explica perfectamente a una organización el consumidor, objetivos, conceptos y cuentas”. (pág. 91)	Para Ávila H. “Es un término estadístico que expresa una posible asociación entre dos o más variables, sin que sea importante el orden de presentación de las variables ya que expresa una relación de casualidad”. (pág. 20)

Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen

Exploratoria: Porque permitirá un acercamiento más a fondo estudiando la problemática, ya que de esta manera obtendremos información concisa para poder presentar la nuestra propuesta de mejora.

Explicativa: Se utilizará esta investigación porque nos permite explicar el origen del problema, analizando los conocimientos ya que de esta manera podremos proponer un plan de mejora en el ambiente laboral en atención

al cliente.

Población y Muestra:

Población:

Es un conjunto de individuos que se puede obtener información para estudiar ciertos datos.

Según la autora Gallego Carmen, a través de la elaboración y presentación de un proyecto nos da el concepto de Población.

Es el conjunto de individuos que tiene ciertas características o propiedades que son las que se desea estudiar. Cuando se conoce el número de individuos que la componen se habla de población finita y cuando no se conoce su número se habla de población infinita. Esta diferenciación es importante cuando se estudia una parte y no toda la población pues la fórmula para cambiar el número de individuos de la muestra con la que se trabajará variará en función de estos dos tipos de población. (pág.55).

La población es un grupo o conjunto de seres vivos que reciben el nombre de individuos o habitantes de un determinado lugar o área geográfica cuyo número aumentará en cada vez que se realice un censo para saber la cantidad aproximada, ya que son los cálculos estadísticos o documentación oficial para dar a conocer el número de nacimientos o de muertes que se vive anualmente, para así saber si ha existido un aumento de individuos o no. Esta cantidad estadística se puede dividir población absoluta o población relativa de una determinada área.

Población Finita.: Una población finita es cuando se conoce el número de individuos, es decir que si se pueden contar por ejemplo los trabajadores de un departamento.

Según el autor David Fuente, nos explica el concepto de población finita.

Una población finita es un grupo limitado de clientes que representa la fuente que usará el servicio y que en ocasiones formará una cola. La importancia de esta clasificación es que cuando un cliente deja su posición como miembro de la población, se reduce en una unidad el tamaño del grupo de usuarios, lo cual reduce la probabilidad de aparición de la siguiente avería. Por lo contrario, cuando finaliza el servicio a un cliente este regresa al grupo de clientes potenciales lo que implica un aumento en la población. (Pág. 3)

Es un grupo de personas de una determinada área geográfica o una cantidad limitada de elementos que permiten su contabilización como por ejemplo, la cantidad de trabajadores de una empresa, el número de estudiantes de un colegio o la cantidad de personas internas en una clínica u hospital entre otras cosas que se pueda acceder a su contabilización.

Población Infinita: Se habla de población infinita cuando no se conoce el número de individuo, es decir que no tiene fin.

Según el autor David Fuente, nos relata por medio de la teoría de las líneas de espera el concepto de población infinita.

Como es lógico pensar no existe la población infinita, sin embargo se podrá considerar infinita cuando tiene el tamaño suficiente en comparación con el sistema de servicio, para que los cambios en el tamaño de la población, ocasionados por disminuciones o adiciones, no afecten de manera sustancial a las probabilidades del sistema. (Pág. 3).

Son el conjunto de individuos con factores en común que su contabilización exceda más de los cien mil elementos o individuos como por ejemplo: el número de estrellas en el cielo, la cantidad de gotas de agua.

Tabla 4**Universo**

Elementos	Cantidad
Director	1
Auditor Interno	1
Gerente General	1
Asesor Financiero	1
Planificación Estratégica	1
Secretaria General	6
Gerente de Asuntos Internacionales y Regulatorios	1
Comunicación Social	1
Coordinación Ejecutiva	1
Gerencia Técnica	1
Gerencia de Negocios	1
Gerencia de Desarrollo Organizacional	1
Gerencia Jurídica	1
Tecnologías de la Investigación	1
Gerencia de Finanzas de Administración	1
Conserjes	2
Guardias	2
Empleados	13
Total	40

Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen

Muestra:

Es una parte de población que se observa con el propósito de obtener conclusiones y hacer decisiones relativas para la población seleccionada.

Según la autora Gallego Carmen, a través de la elaboración y presentación de un proyecto nos da el concepto de muestra.

Ya se ha comentado la imposibilidad práctica de estudiar a toda la población y lo que se hace estudiar una parte. La muestra es el grupo de

individuos que realmente se estudiaran, es un subconjunto de la población. Para que se puedan generalizar los resultados obtenidos, dicha muestra ha de ser representativa de la población. Para que sea representativa, se han de definir muy bien los criterios de inclusión y exclusión sobre todo se han de utilizar las técnicas de muestreo apropiadas. (Pág. 55).

Es una representación pequeña de algo que tratará de demostrar lo que se quiere obtener mediante métodos específicos que indique los resultados de la población o subconjunto en se adquirirá la muestra de manera aceptable.

Muestra Estratificada: Es cuando los elementos de la muestra son proporcionales a su presencia en la población. (Tamayo M., 2004).

Según Alberto Yuni, nos relata que es la muestra estratificada para las técnicas de investigación.

Se basa en el muestreo aleatorio simple. Se definen previamente estratos que representan características claramente diferenciales de la población y se seleccionan elementos de cada estrato por procedimientos aleatorios. Cuando la proporción de casos a seleccionar se mantiene igual en todos los estratos se llaman muestras estratificadas proporcionales. Cuando se seleccionan fracciones muestrales diferentes generalmente para compensar las diferencias de tamaño entre los estratos se denominan muestras estratificadas no proporcionales. (Pág. 25).

Es cuando el muestreo es el objetivo de un grupo de individuos que son separados por segmentos homogéneos, que su aleatoriedad selecciona los segmentos, es decir que los elementos se combinan en una sola muestra. Dentro de este muestreo existen dos tipos de estratificado el proporcional que es el tamaño relativo de la muestra que será extraída de la población mientras que el estratificado desproporcional son números de

elementos que no se añaden a la muestra de los estratos proporcionales en su muestra.

Muestra no Estratificada: Determina el tamaño de la muestra para un plan de muestreo, auditor debe definir la precisión con la cual desea determinar el plan. (Caldana Daniela , 2015).

La muestra es una porción de un subconjunto de población que será analizada, dividiéndose en muestra estratificada que es en la cual se puede analizar los resultados de un subuniverso y en la muestra no estratificada se analizan los resultados de un grupo.

Según el autor Galindo Jesús, relata sobre muestra no estratificada.

Una muestra no estratificada puede ser segmentada para fines de análisis. Esto significa que podemos dividir al universo de estudio en grupos de interés. Sin embargo, estos segmentos no son definidos como parte del diseño, ni sus tamaños son calculados con parámetros independientes de precisión y exactitud. (Pág. 57).

Una muestra estratificada nos indica que se puede dividir el universo para poder analizarlo y calcular los grupos de estudios, para así ampliar los conocimientos de cómo nos puede ayudar en la investigación con resultados exactos dándonos un nivel de eficaz precisión.

No se utilizará muestra porque la población de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones es Finita.

Métodos y Técnicas de la Investigación:

Métodos de Investigación:

En este trabajo de diseño se utilizarán dos métodos que son de Observación y científica.

Observación:

Ofrece una información realista al momento de investigar al igual que la investigación de campo para obtener una solución de la problemática, de esta manera ayudará con el plan de mejora en clima laboral.

De acuerdo con el autor Fernández Ángel, en el año 2004 nos dan una breve definición sobre la observación.

La observación es una técnica que permite obtener información mediante el registro de las características o comportamientos de un colectivo de individuos o elementos sin establecer un proceso de comunicación y por tanto sin la necesidad de colaboración por parte del colectivo analizado. Aunque su aplicación principal sea en el área de la investigación cualitativa, la técnica de observación permite obtener tanto información cuantitativa como cualitativa en función de su planteamiento metodológico. En ocasiones se utilizan procedimientos de observación para registrar y analizar datos exclusivamente de forma cuantitativa, por ejemplo un estudio por observación de las características de los lineales de diferentes establecimientos y en otros casos la captación y el análisis se plantean siguiendo una metodología cualitativa, por ejemplo la observación del comportamiento del personal de una empresa o de los cliente de un establecimiento. (Pág. 84).

Esta técnica consiste en observar hechos, personas, acciones, situaciones o casos que nos ayuden en la aportación evaluación y análisis de información necesaria para la investigación que se realizara y así poder encontrar las falencias de la organización.

Científico:

Indicar los resultados claros y concisos al momento de realizar la investigación científica de tal manera que se podrá analizar el mejoramiento del clima laboral en la organización.

De acuerdo con autor Bunge Mario, en el año 2004, nos da una explicación de lo que es el método científico.

El método científico es un procedimiento para tratar un conjunto de problemas. Cada clase de problemas requiere un conjunto de métodos o técnicas especiales. Los problemas del conocimiento a diferencia de los del lenguaje o los de la acción requieren la invención o la aplicación de procedimientos especiales adecuados para los varios estudios del tratamiento de los problemas, desde el enunciado de estos hasta el control de las soluciones propuestas. (Pág. 7).

Este método de investigación es de gran ayuda para encontrar soluciones a todas las interrogantes basándonos por medio de los métodos científicos como son los de observación, hipótesis e la experimentación, ya que cuyos objetivos son el de resolver las preguntas formuladas para la comprobación de la información verídica.

Técnicas de la Investigación

En esta de investigación se trabajarán con tres técnicas que son: Observación, entrevista y encuestas, ayudarán a plantear mejor el problemática. Estas técnicas servirán de aportación para encontrar soluciones a las falencias que se están viviendo día a día en el servicio al cliente y así poder mejorar el ambiente laboral.

Tabla 5 Métodos

Técnicas	Instrumentos
Encuesta	<ul style="list-style-type: none">• Cuestionario.
Observación	<ul style="list-style-type: none">• Guía de observación.

Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Según la autora Abascal Elena, en el año 2005, nos relata la definición de la encuesta.

La encuesta se puede definir como una técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, que garantiza que la información proporcionada por una muestra pueda ser analizada mediante métodos cuantitativos y los resultados sean extrapolables con determinados errores y confianzas a una población. Las encuestas pueden ser personales consisten en un encuentro entre dos o más personas en el cual una de ellas obtiene información proporcionada por la otra sobre la base de un cuestionario y no personales son las encuestas que se realizan vía online ya sea por medio de correos, páginas web o plataformas online. (Pág. 14).

La encuesta es de suma importante ya que a través de esta se puede obtener información fidedigna, clara y concisa sobre las falencias, inquietudes o mejoras que requieran soluciones para los clientes, ya que de esta manera la encuesta nos ayudará también a mejorar el servicio que se ofrece en la organización de tal manera poder llegar a ser una de las empresas más rentables y de calidad.

Según el autor (Klaus Heinemann, 2003), en el año 2003, nos relata que es la observación.

La observación es la captación planteada y el registro controlado de datos con una determinada finalidad para la investigación, mediante la percepción visual o acústica de un acontecimiento. (Pág. 135).

Es una de las técnicas más utilizadas para captar las falencias que se viven en una organización y de esta manera encontrar soluciones de mejoramiento.

Procedimiento de la investigación

Encuesta

Esta técnica será aplicada con el fin de obtener información fidedigna y clara a través de un cuestionario de preguntas cerradas, el cual estará dirigido para el personal de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones E.P.

1. Se iniciará con un saludo.
2. Se explicará el objetivo de la encuesta.
3. Se darán las instrucciones para realizar la encuesta.
4. Elaboración de las preguntas cerradas que irán en la encuesta.
5. Deberá escoger una de las cuatro opciones que estén en la encuesta.
6. Se procederá a llenar la encuesta.
7. Se realizará la despedida.
8. Una vez terminado estas instrucciones se procederá a elaborar las tabulaciones.

Observación

Se realizará esta técnica de observación al personal encargado del área de atención al cliente con objetivo de encontrar las falencias que dicha área de trabajo.

1. Hora de inicio y finalización de la observación.
2. Fecha en la que se realizará la observación.
3. Lugar en el cual se la realizará la observación.
4. Se procede a elegir Tener el objetivo de la guía de observación.
5. Hora de inicio de la observación.
6. los aspectos que se van a observar.
7. Se elige los indicadores que se utilizarán en la observación.
8. Se elaboran máximo tres observaciones.
9. Una vez realizada esta técnica se podrá llegar a una conclusión.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Aplicación de las Técnicas e Instrumentos.

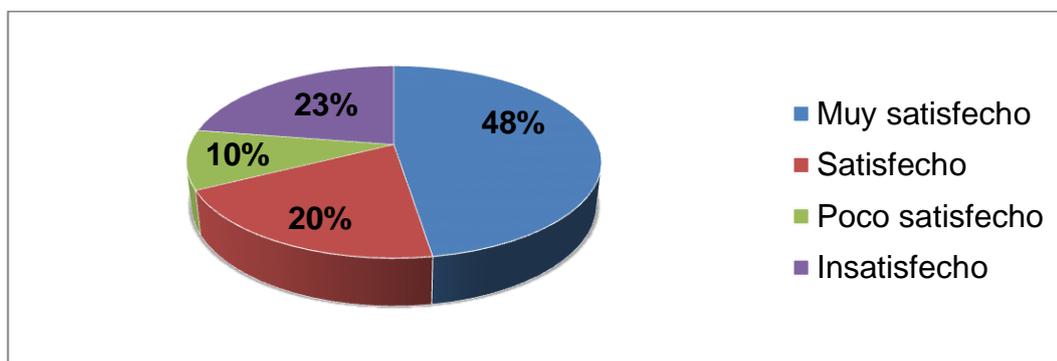
1.- ¿Se siente a gusto trabajando en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones?

Tabla 6 Satisfacción Laboral

Opciones	Cantidad	Porcentaje	Muestra 40
Muy Satisfecho	19	48%	
Satisfecho	8	20%	
Poco Satisfecho	4	10%	
Insatisfecho	9	23%	
Total	40	100%	

Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen

Gráficos 1 Satisfacción Laboral



Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Los resultados obtenidos en esta gráfica sobre el nivel de satisfacción laboral deben ser de suma importancia ya que la mayoría de sus trabajadores se encuentran muy satisfechos en su labor, esto nos indica que la Corporación Nacional de Telecomunicaciones a pesar de su alto rendimiento de satisfacción laboral necesita interactuar más con su personal para así fortalecer el clima en la organización.

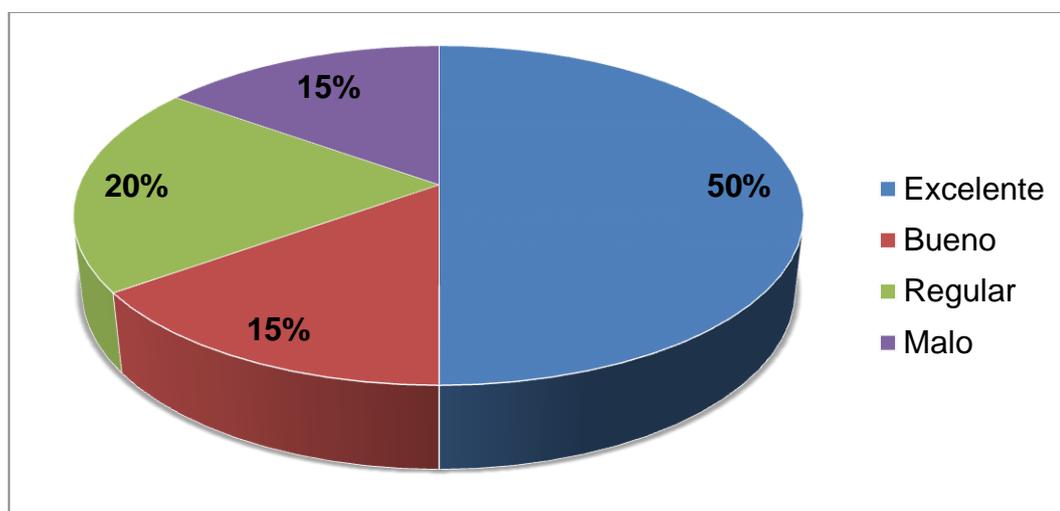
2.- ¿Cómo califica usted el ambiente laboral de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones?

Tabla 7 **Clima Laboral**

Opciones	Cantidad	Porcentaje	Muestra 40
Excelente	20	50%	
Bueno	6	15%	
Regular	8	20%	
Malo	6	15%	
Total	40	100%	

Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Gráficos 2 **Clima Laboral**



Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

La tabulación que se realizó demuestra que el ambiente laboral de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones es casi excelente por lo que de igual manera ahí que retroalimentarlo por motivo que aún existen trabajadores que no se sienten bien con el clima de la organización ya que esto podría traer problemas a futuros con los demás colaboradores de la empresa.

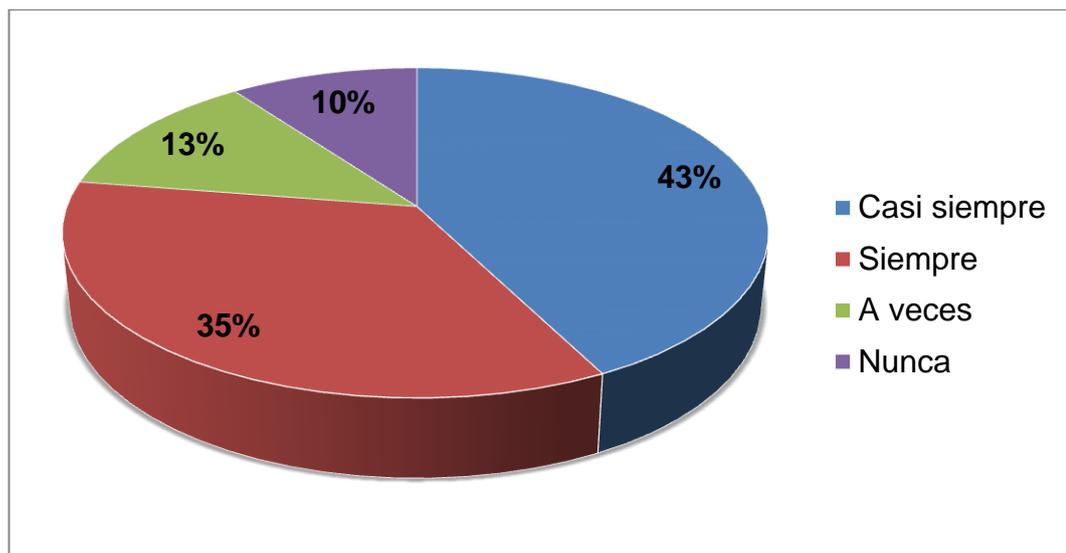
3.- ¿Recibe información necesaria para el área de atención al cliente?

Tabla 8 Información

Opciones	Cantidad	Porcentaje	Muestra 40
Casi Siempre	17	43%	
Siempre	14	35%	
A veces	5	13%	
Nunca	4	10%	
Total	40	100%	

Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Gráficos 3 Información



Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Los colaboradores de la organización casi siempre reciben información de cómo deben tratar a los clientes ya que todos los departamentos de una u otra forma deben estar capacitados para que puedan encontrar soluciones a los problemas que se presenten día a día, ya que si no se les da la información debida podrían ocasionar una inestabilidad en la organización.

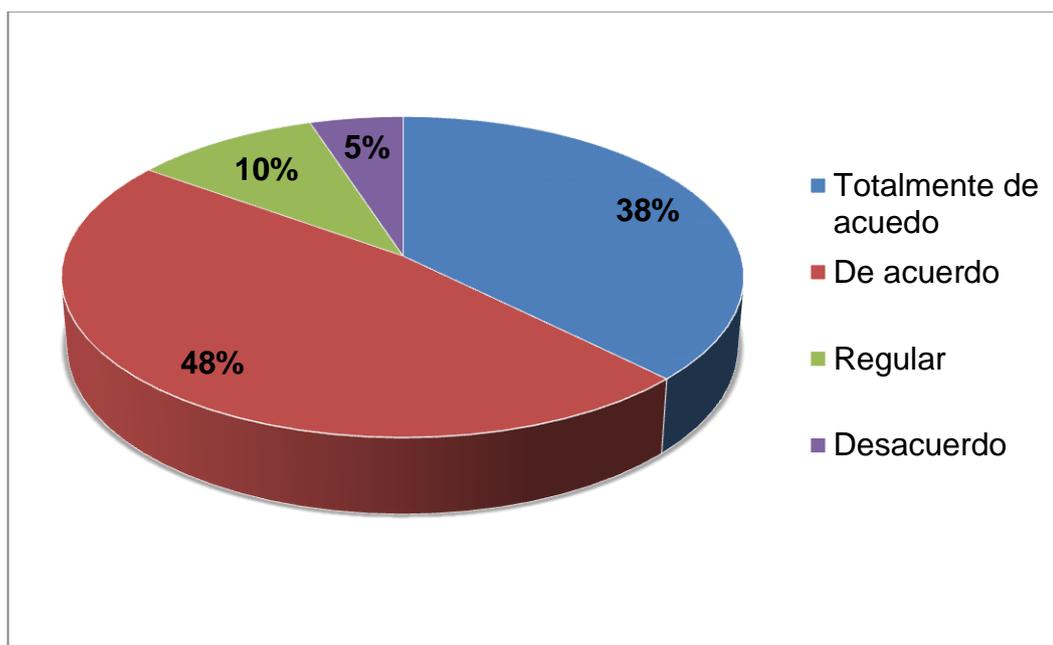
4.- ¿Qué tan de acuerdo esta con el desempeño que brinda el departamento de servicio al cliente?

Tabla 9 **Función**

Opciones	Cantidad	Porcentaje	Muestra 40
Totalmente de acuerdo	15	38%	
De acuerdo	19	48%	
Regular	4	10%	
Desacuerdo	2	5%	
Total	40	100%	

Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Gráficos 4 **Función**



Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

El departamento de servicio al cliente es uno de las áreas de suma importancia ya que a través del desempeño de ellos se pueden captar clientes para la organización, por el cual no realizan correctamente su labor dañarían la imagen de la organización e incluso por la mala atención se podrían presentar molestias entre los usuarios lo cual optarían por irse a la competencia.

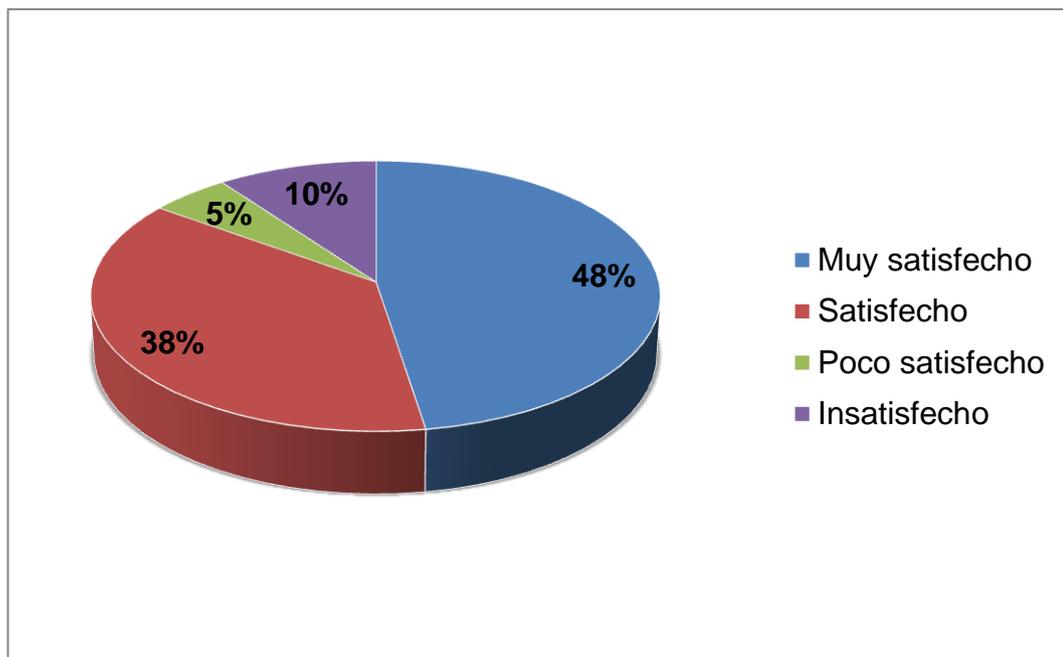
5.- ¿Usted como trabajador que tan satisfecho se encuentra con sus beneficios institucionales?

Tabla 10 Beneficios Institucionales

Opciones	Cantidad	Porcentaje	Muestra 40
Muy Satisfecho	19	48%	
Satisfecho	15	38%	
Poco Satisfecho	2	5%	
Insatisfecho	4	10%	
Total	40	100%	

Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Gráficos 5 Beneficios Institucionales



Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Es importante para la organización que tenga un mejoramiento institucional, ya que de esta manera el nivel de satisfacción incrementara inspirando a los colaboradores a realizar un trabajo de calidad a los usuarios.

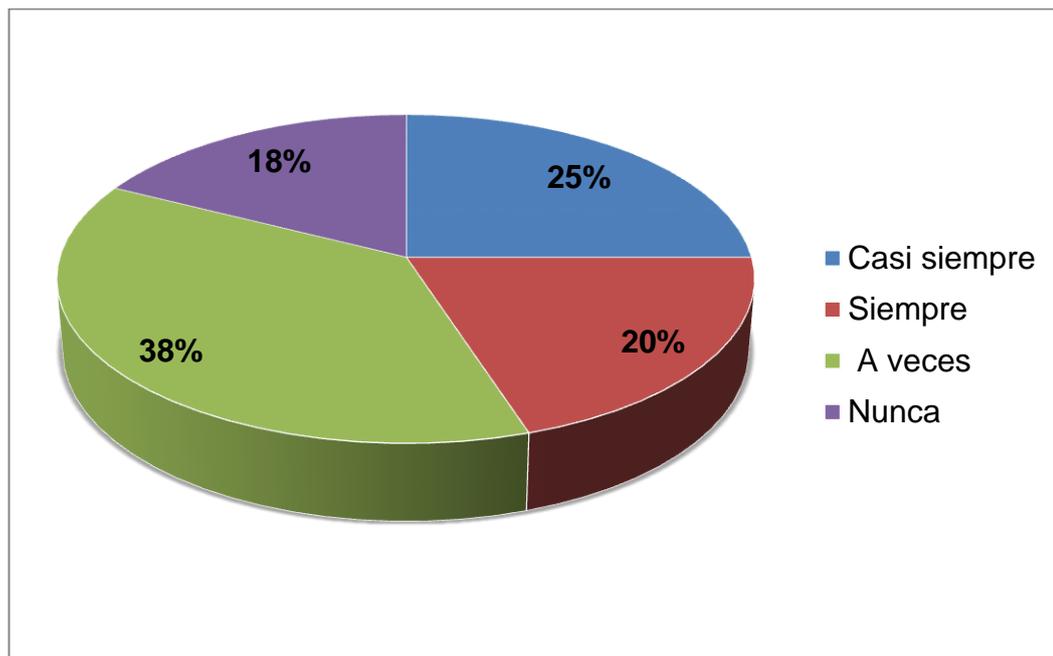
6.- ¿La empresa le brinda capacitación para ampliar sus conocimientos en el área laboral?

Tabla 11 Conocimientos

Opciones	Cantidad	Porcentaje	Muestra 40
Casi siempre	10	25%	
Siempre	8	20%	
A veces	15	38%	
Nunca	7	18%	
Total	40	100%	

Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Gráficos 6 Conocimientos



Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Esta tabulación refleja que la organización tiene un nivel bajo de capacitación, por lo tanto es uno de los factores en que los trabajadores no tengan un buen desempeño al momento de brindar los servicios en la organización es la escasa de charlas y capacitaciones para los empleados.

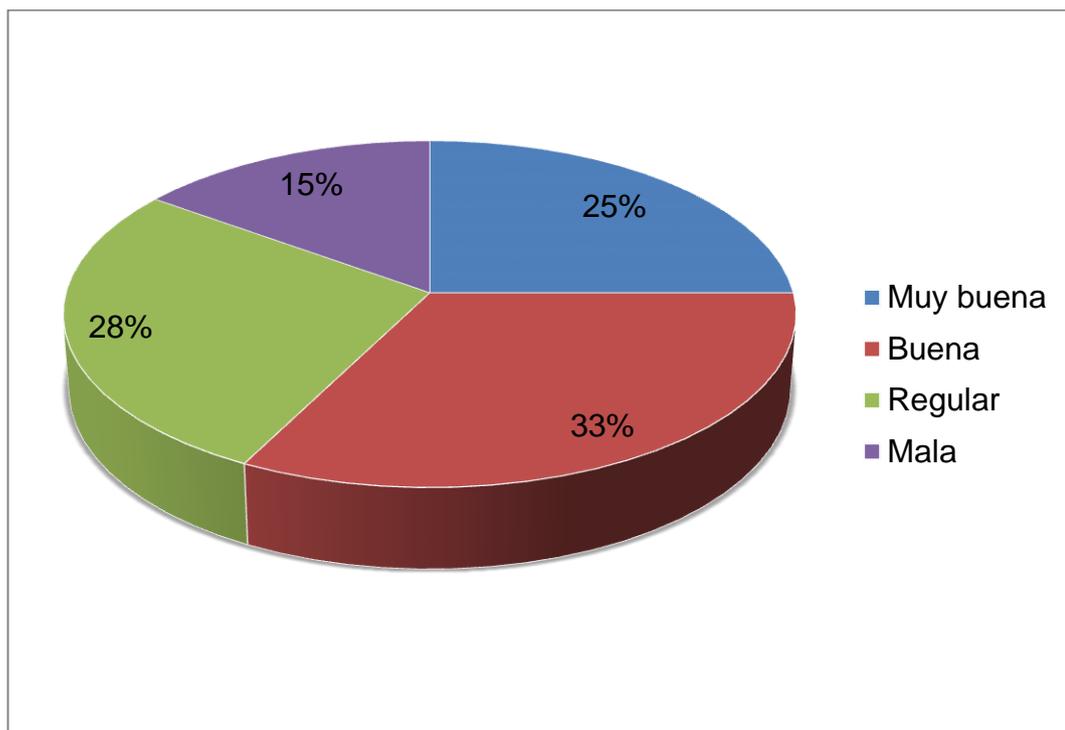
7.- ¿Cómo es su comunicación con los directivos de la organización?

Tabla 12 **Comunicación**

Opciones	Cantidad	Porcentaje	Muestra 40
Muy buena	10	25%	
Buena	13	33%	
Regular	11	28%	
Mala	6	15%	
Total	40	100%	

Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Gráficos 7 **Comunicación**



Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Esta gráfica indica que la comunicación entre los directivos y empleados de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones no es tan buena ya que dentro de la organización debería existir una comunicación amable y efectiva para así aumentar el rendimiento laboral.

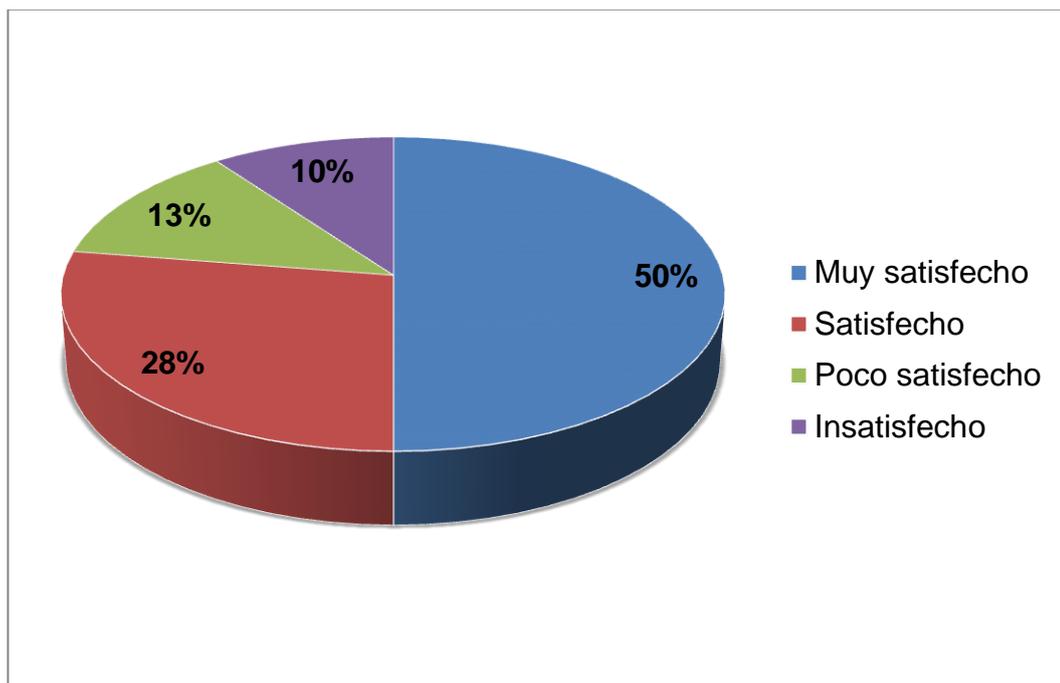
8.- ¿Qué tan satisfecho se siente con la tecnología que labora en la organización?

Tabla 13 **Tecnología**

Opciones	Cantidad	Porcentaje	Muestra 40
Muy Satisfecho	20	50%	
Satisfecho	11	28%	
Poco Satisfecho	5	13%	
Insatisfecho	4	10%	
Total	40	100%	

Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Gráficos 8 **Tecnología**



Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Esta tabulación indica que los trabajadores de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones están muy satisfechos con la tecnología de punta con la que labora en su área, ya que de esta manera les permite realizar la atención al cliente de una manera más eficiente y rápida sin demoras en el sistema de control y registro de los usuarios.

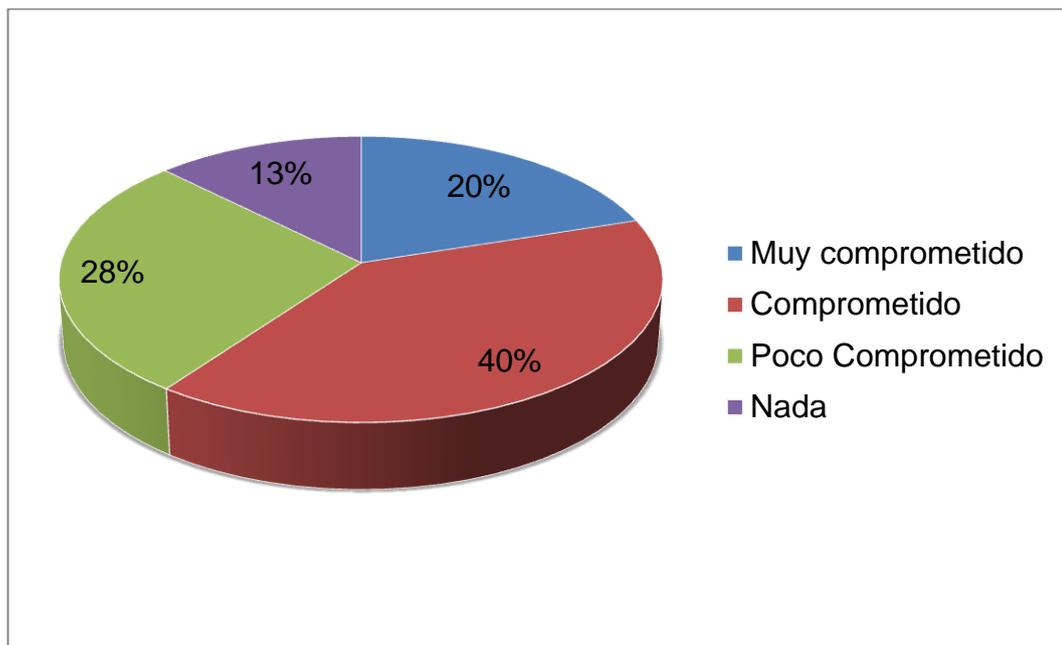
9.- ¿Qué tan comprometido se siente en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones?

Tabla 14 Involucrado

Opciones	Cantidad	Porcentaje	Muestra 40
Muy comprometido	8	20%	
Comprometido	16	40%	
Poco Comprometido	11	28%	
Nada	5	13%	
Total	40	100%	

Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Gráficos 9 Involucrado



Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

La gráfica refleja que el nivel de compromiso de los colaboradores de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones es alto por lo tanto esto permite que la organización sea rentable. Al mismo tiempo sirve de ayuda para los servicios brindados ya que los empleados reflejan el compromiso de los valores y leyes que maneja la institución.

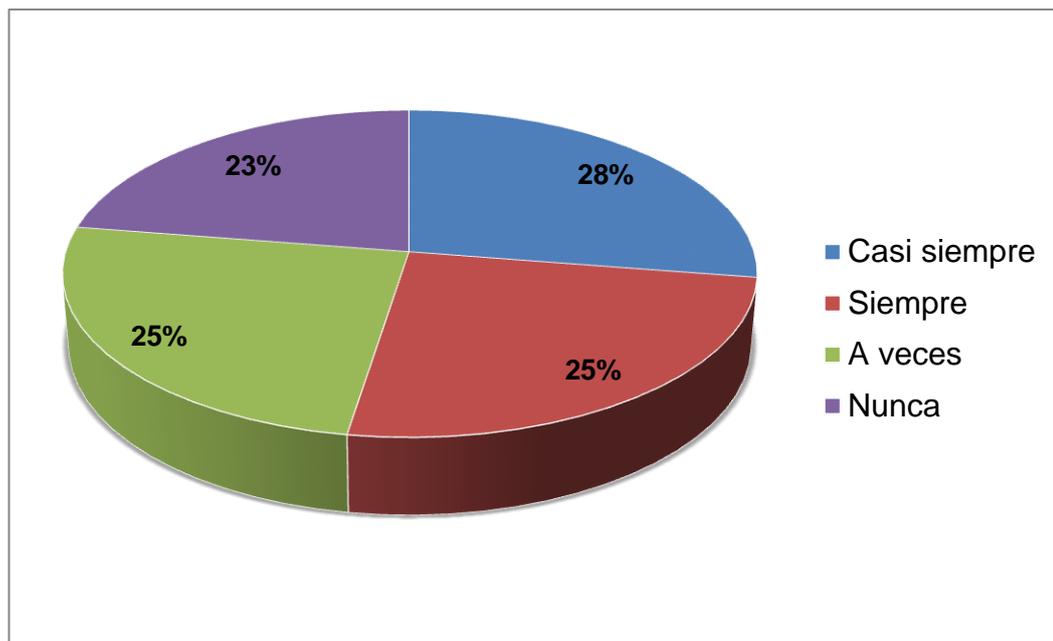
10.- ¿Recibe reconocimiento de sus jefes por su trabajo?

Tabla 15 Reconocimiento

Opciones	Cantidad	Porcentaje	Muestra 40
Casi Siempre	11	28%	
Siempre	10	25%	
A veces	10	25%	
Nunca	9	23%	
Total	40	100%	

Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen

Gráficos 10 Reconocimiento



Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Los resultados obtenidos en esta gráfica refleja que casi siempre los empleados son incentivados o premiados por su buen desempeño laboral por llegar puntual, por cumplir las metas propuestas y por brindar a los usuarios una atención de calidad e incluso por ayudar a sus demás compañeros ya que esto es importante para los altos mandos porque gracias a los empleados la organización es rentable.

GUÍA DE OBSERVACIÓN

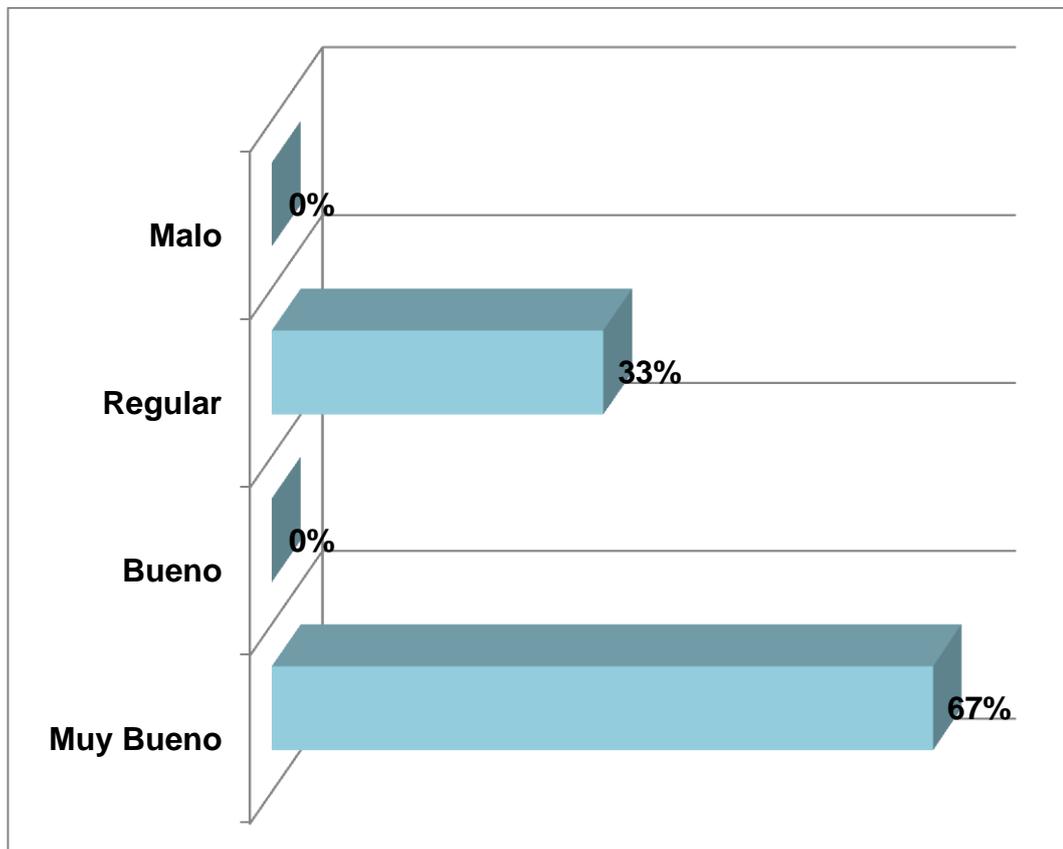
1. Es puntual a la hora de ingresar a su trabajo.

Tabla 16 **Puntualidad**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Muy Bueno	2	67%
Bueno	0	0%
Regular	1	17%
Malo	0	0%
Total	3	100%

Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Gráficos 11 **Puntualidad**



Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

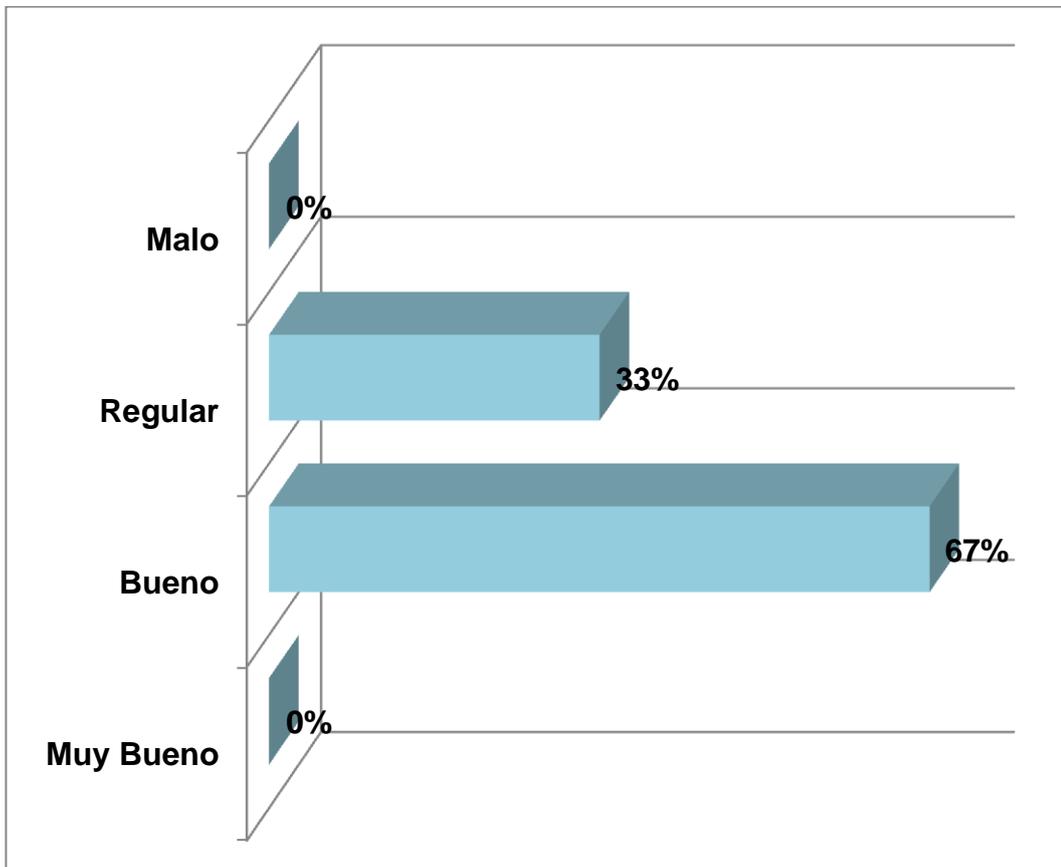
2. Capta rápido las órdenes que les dan los altos directivos.

Tabla 17 **Capta Órdenes**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Muy Bueno	0	0%
Bueno	2	67%
Regular	1	33%
Malo	0	0%
Total	3	100%

Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Gráficos 12 **Capta Órdenes**



Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

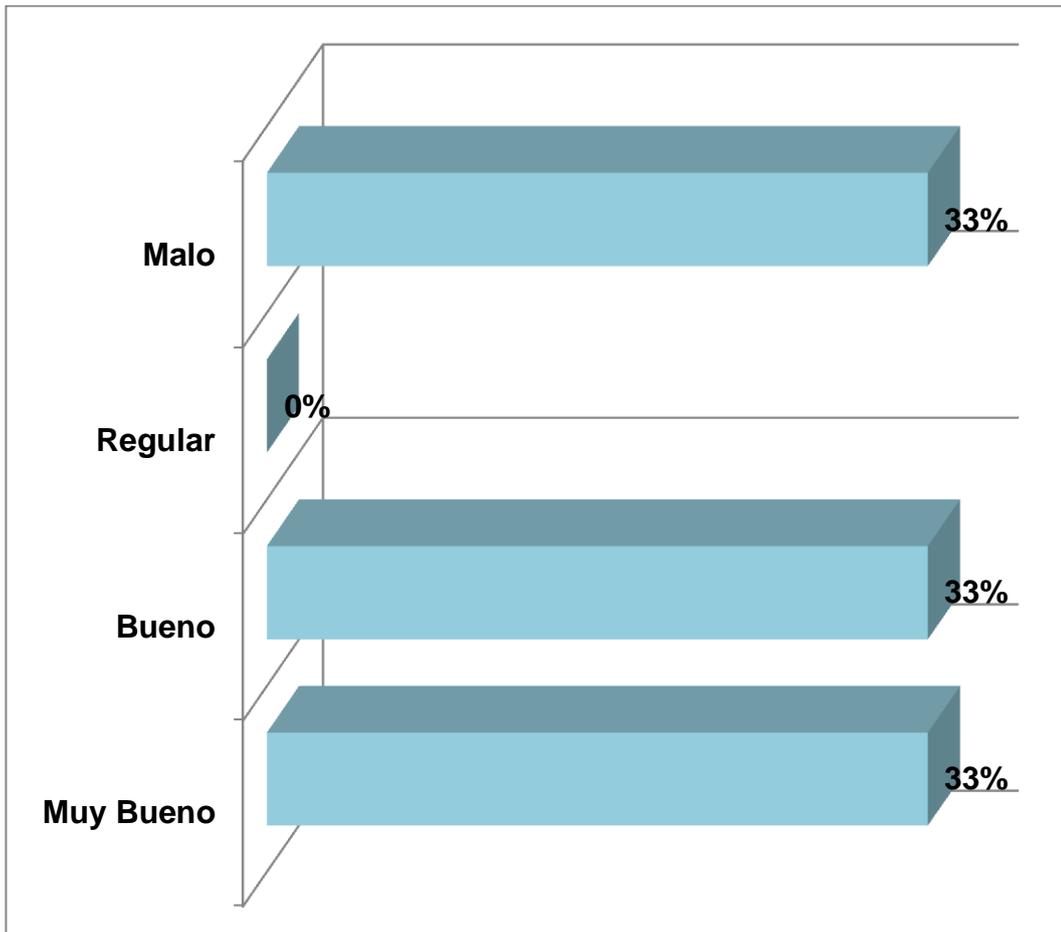
3. Esta correctamente uniformado.

Tabla 18 **Uniformado**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Muy Bueno	1	33%
Bueno	1	33%
Regular	0	0%
Malo	1	33%
Total	3	100%

Elaborador por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Gráficos 13 **Uniformado**



Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

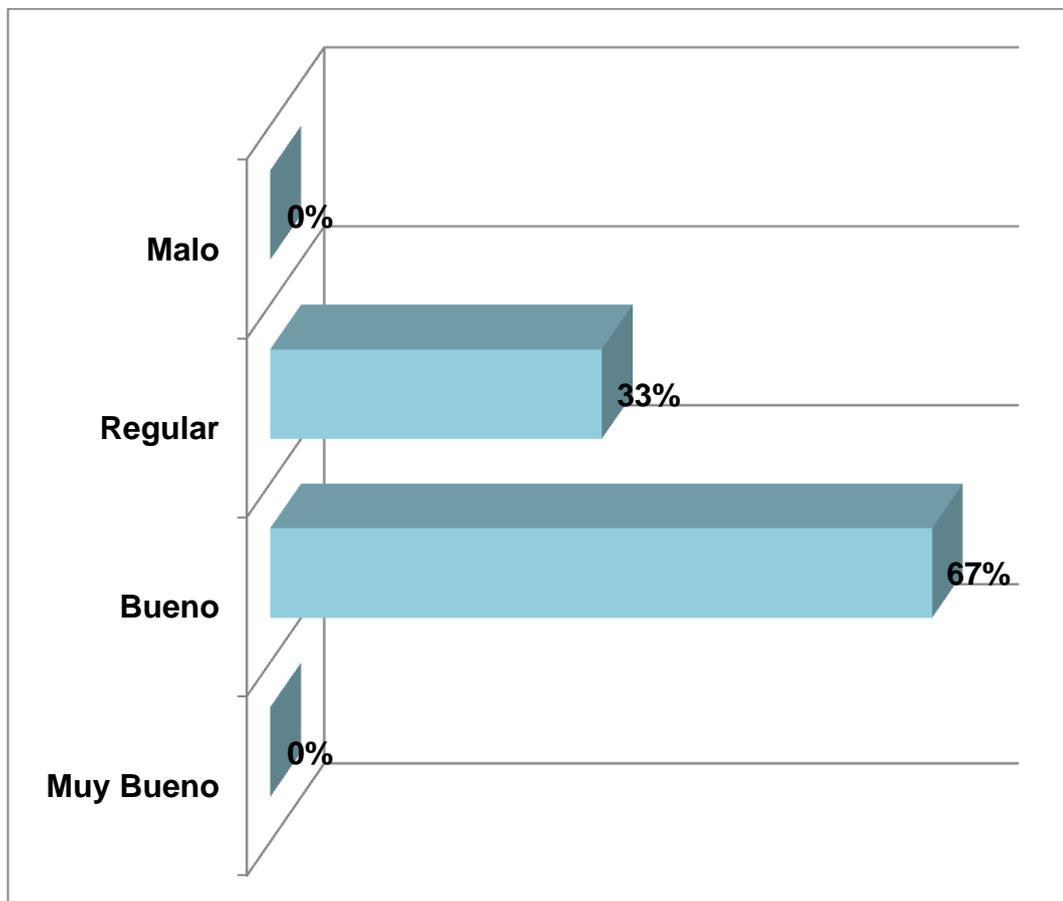
4. Prepara sus herramientas antes de iniciar con la atención al cliente.

Tabla 19 Instrumentos

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Muy Bueno	0	0%
Bueno	2	67%
Regular	1	33%
Malo	0	0%
Total	3	100%

Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Gráficos 14 Instrumentos



Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

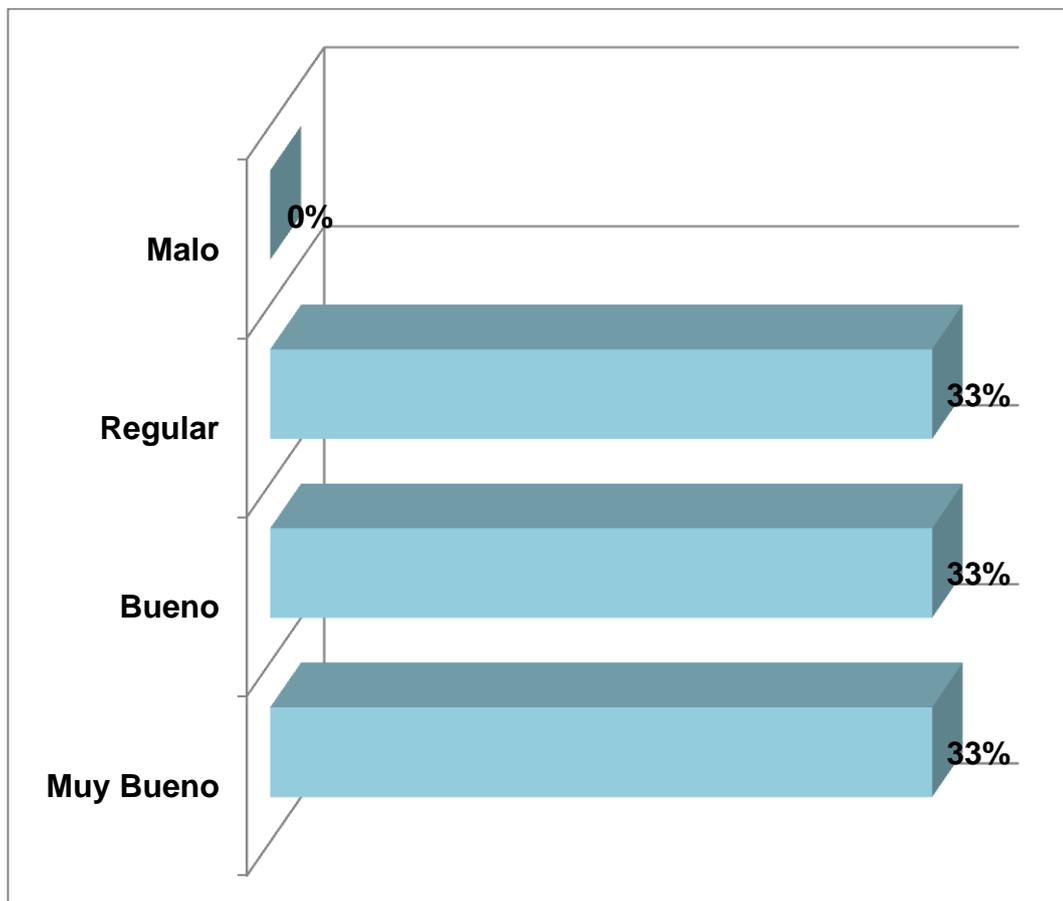
5. Realiza el saludo adecuado ante de iniciar con el servicio al cliente.

Tabla 20 **Presentación**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Muy Bueno	1	33%
Bueno	1	33%
Regular	1	33%
Malo	0	0%
Total	3	100%

Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Gráficos 15 **Presentación**



Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

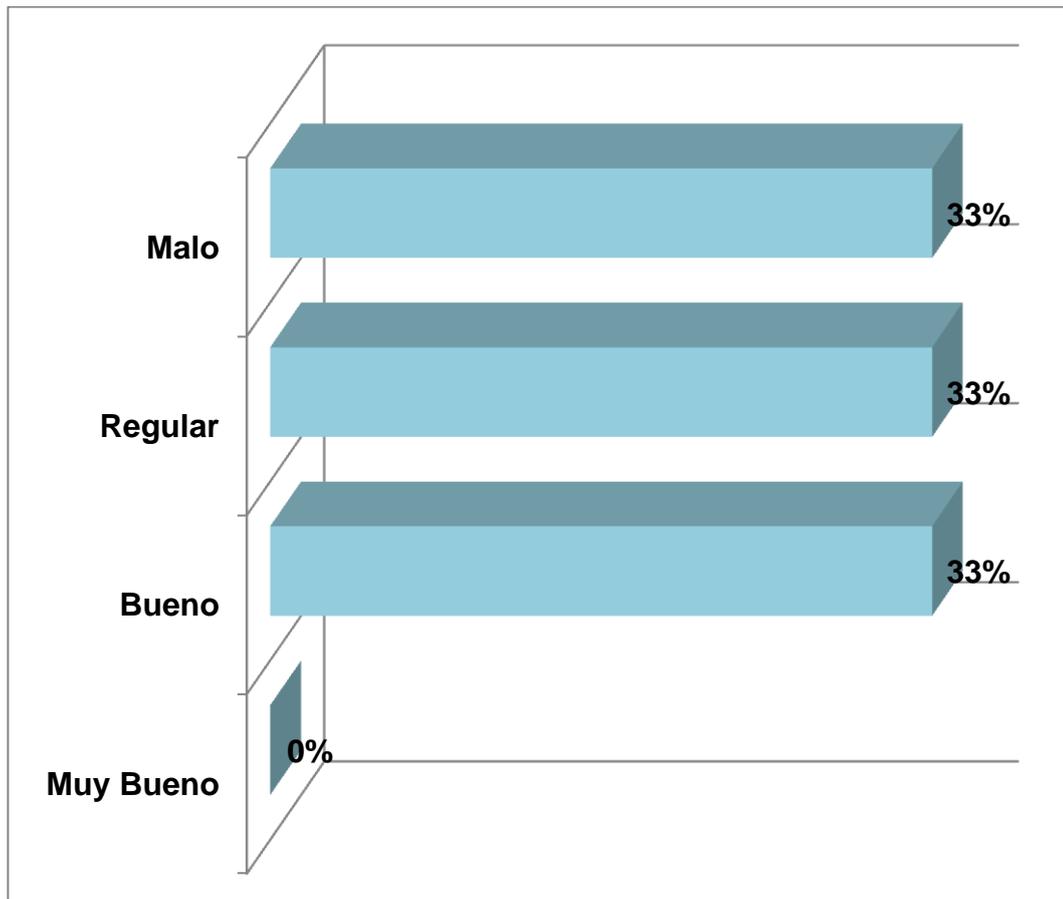
6. Se expresa ante el cliente de manera adecuada.

Tabla 21 **Manifestarse**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Muy Bueno	0	0%
Bueno	1	33%
Regular	1	33%
Malo	1	33%
Total	3	100%

Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Gráficos 16 **Manifestarse**



Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

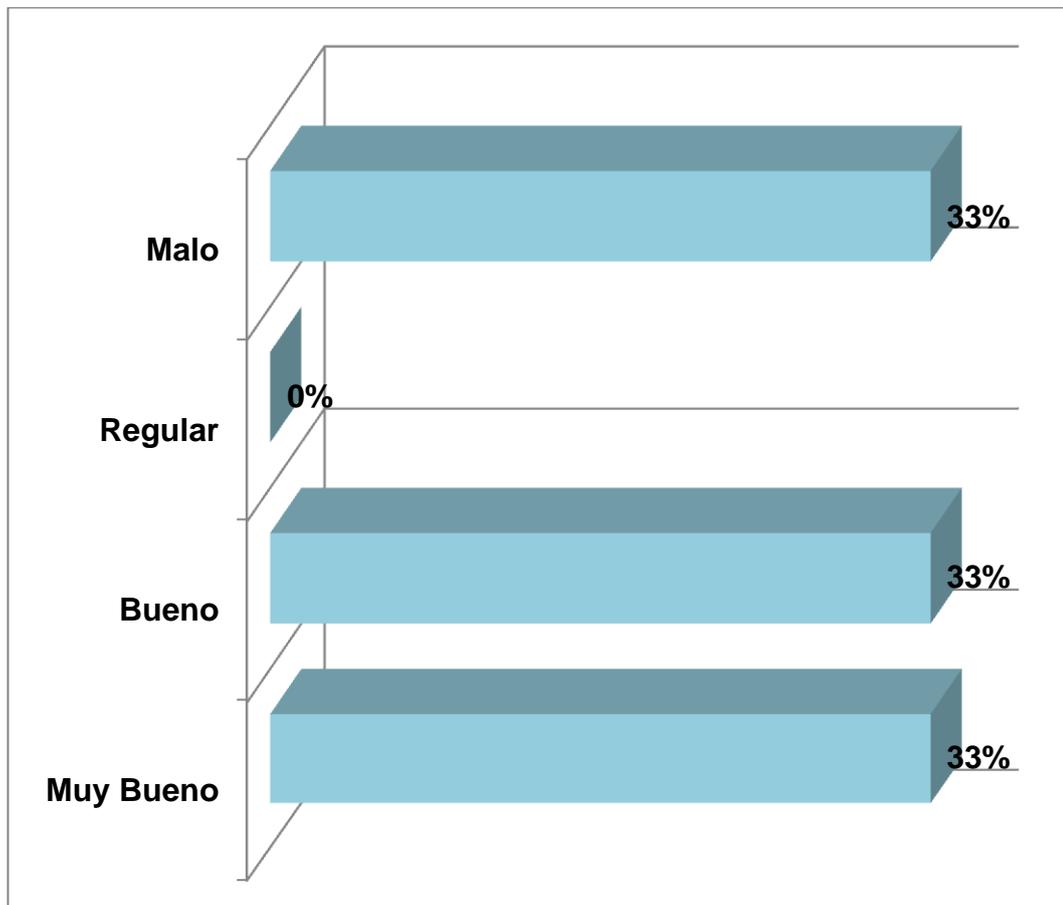
7. Brinda un servicio de calidad.

Tabla 22 Ofrece Servicio

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Muy Bueno	1	33%
Bueno	1	33%
Regular	0	0%
Malo	1	33%
Total	3	100%

Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Gráficos 17 Ofrece Servicio



Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

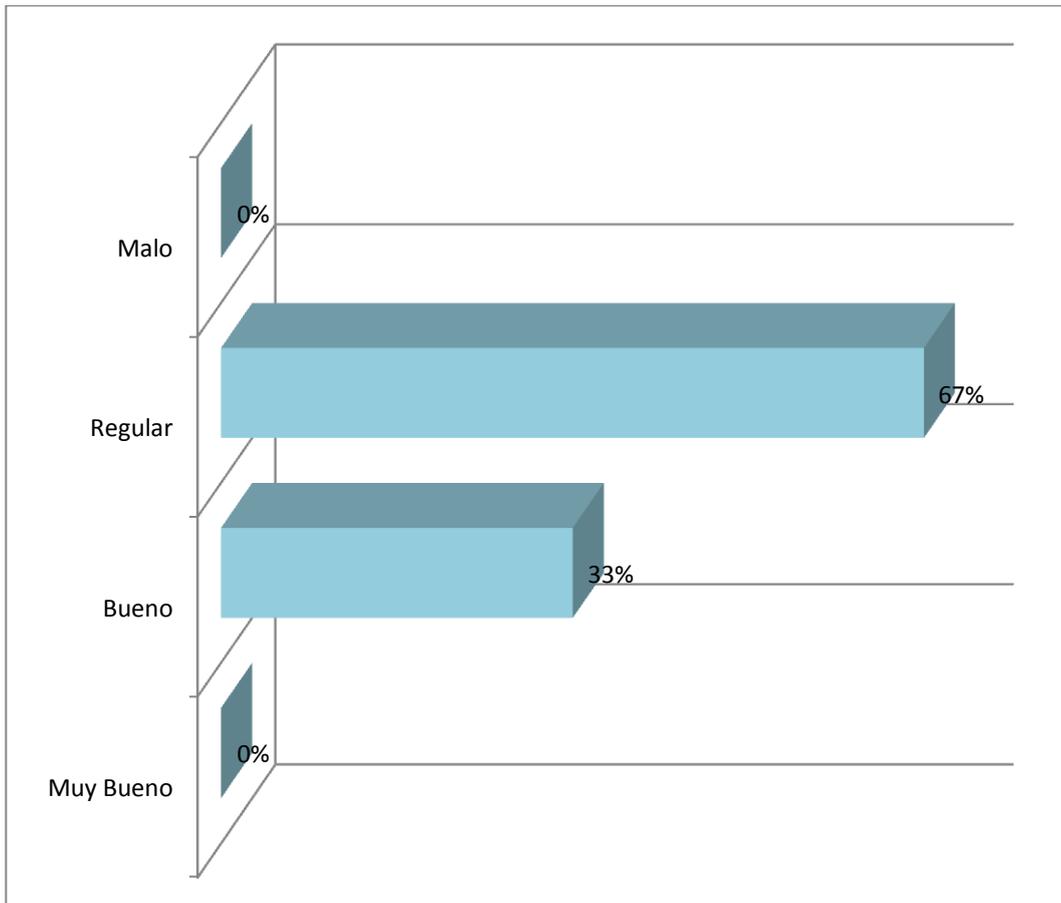
8. Da conocimiento de los beneficios que tienen los usuarios.

Tabla 23 **Beneficios**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Muy Bueno	0	0%
Bueno	1	33%
Regular	2	67%
Malo	0	0%
Total	3	100%

Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Gráficos 18 **Beneficios**



Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

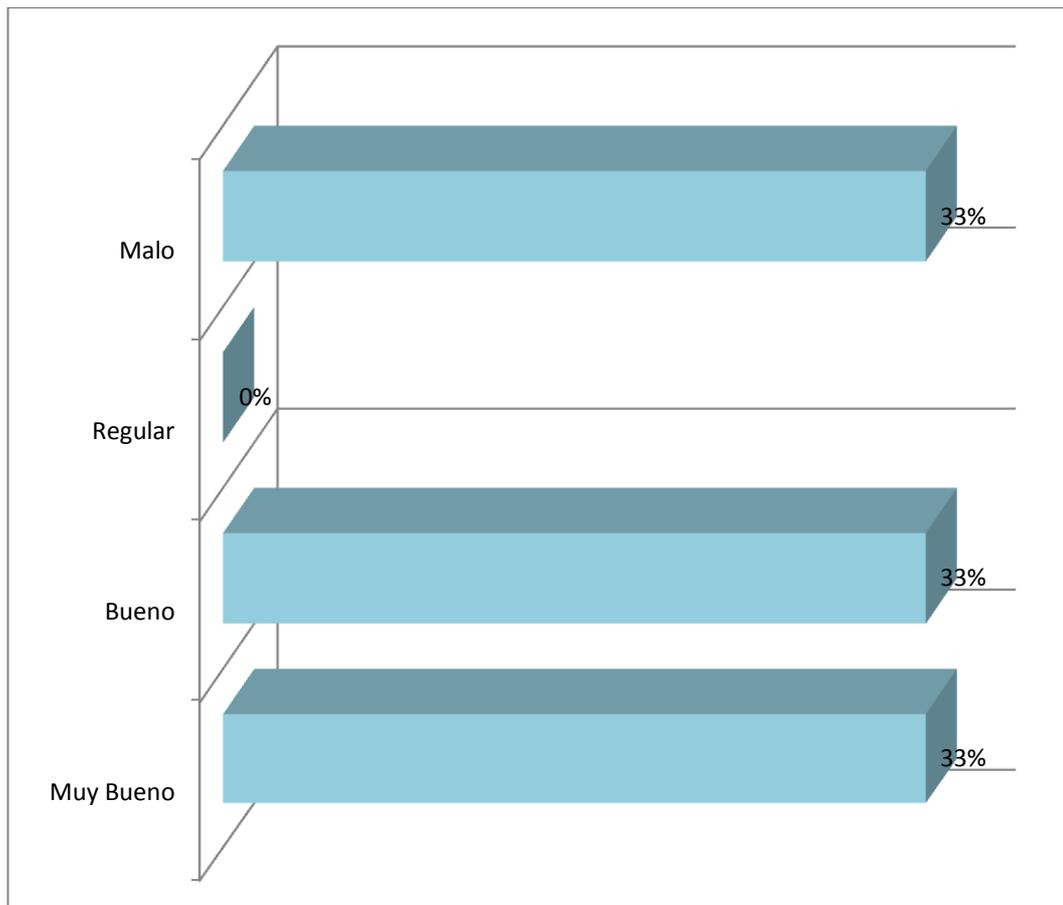
9. Pregunta de forma verbal si cumplió con el requerimiento.

Tabla 24 **Requerimiento**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Muy Bueno	1	33%
Bueno	1	33%
Regular	0	0%
Malo	1	33%
Total	3	100%

Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Gráficos 19 **Requerimiento**



Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

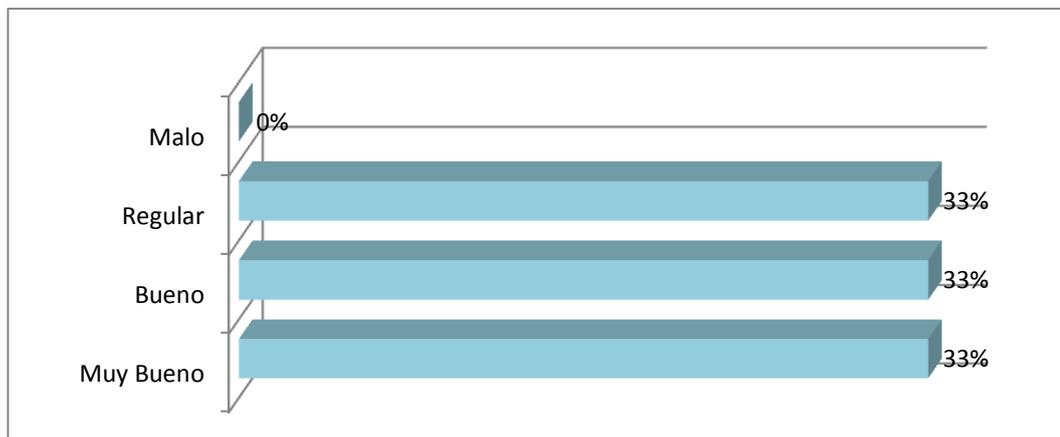
10. Se despide de forma cordial con el cliente.

Tabla 25 **Despedida**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Muy Bueno	1	33%
Bueno	1	33%
Regular	1	33%
Malo	0	0%
Total	3	100%

Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Gráficos 20 **Despedida**



Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Análisis

Para una organización la puntualidad es lo más importante porque demuestra el compromiso que tienen sus empleados con la organización, así mismo es con el cumplimiento de los reglamentos que son de ayuda para que la atención y el servicio que ofrece la organización a los usuarios sea de calidad, a su vez los empleados deben captar las ordenes que les pongan sus altos directivos teniendo en cuenta que debe existir una buena comunicación entre ambas partes, ya que de tal manera los gerentes de la organización les gusta observar la manera en la que trabajan sus empleados y si realmente cumplen con los objetivos organizacionales.

Plan de Mejoras.

Objetivo: Plan de mejora en el ambiente laboral de atención al cliente de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones del Cantón Durán.

¿Qué?	¿Por qué?	¿Cómo?	¿Cuándo?	¿Quién?	¿Dónde?
Plan de Capacitación	Para mejorar los servicios de cliente.	Seminario	Una vez al mes	Especialistas en el área de servicio al cliente.	En la Empresa.
Realizar integración entre los trabajadores para mejorar el clima laboral.	Para que los empleados se integren y compartan sus experiencias laborales y conocer más de ellos.	Reuniones y Charlas	Una vez al mes	Gerentes y Empleados	En un Complejo Recreacional
Organización laboral y seguimiento a los trabajadores	Para que la organización mantenga una actitud y respetuosa entre gerentes y trabajadores.	Trabajos en equipos y contacto visual	Una vez cada tres meses	Directivos de la Empresa	En la Empresa

Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Cronograma

N. °	Actividades	2018											
		Mayo				Junio				Julio			
		Mes				Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Plan de Capacitación.												
2	Realizar integración entre los trabajadores para mejorar el clima laboral.												
3	Organización laboral y seguimiento a los trabajadores.												

Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Recursos

Tabla 26

Capital

Ingresos		Egresos	
Aporte Patronal	\$1.400	Plan de capacitación.	\$ 1.500
		Realizar integración entre los trabajadores para mejorar el clima laboral.	\$ 900
Préstamo Bancario	\$1.200	Organización laboral y seguimiento de los trabajadores.	\$ 0
Total	\$ 2.600	Total	\$ 2.400

Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Hay mayores ingresos que egresos que de igual manera será reembolsado con mucho esfuerzo y responsabilidad.

Plan de Capacitación

Tabla 27 Preparación

Temas	Facilitador	Día y hora	Lugar	Costo	Refrigerio
Servicio al cliente.	Dr. José Córdova	Mayo, sábado 19 (08:00 a 17:00)	Durán, en la sala de capacitación	\$ 350	\$150
Clima organizacional.	Dra. María Rojas	Junio, sábado 23. (08:00 a 17:00)	Durán, en la sala de capacitación	\$ 350	\$150
Comunicación efectiva.	Dra. María Rojas	Julio, sábado 7. (08:00 a 17:00)	Durán, en la sala de capacitación	\$ 350	\$150
Total				\$ 1.050	\$ 450

Elaborado por: Bravo Sellán Inés Carmen.

Plan de Integración

Tabla 28 Integración

Actividades	Día y hora	Lugar	Costos	Responsable
Trabajos en grupos.	Día de la madre	Complejo el Arca	\$ 300	Gerente
Trabajo grupal en áreas deportivas.	Día del padre	Complejo el Arca	\$ 300	Talento Humano
Encuestas individuales y grupales	Día de la fundación de Guayaquil	Complejo Roquetas del Mar	\$ 300	Talento Humano
Total			\$ 900	

Elaborado por: Bravo Sellán Inés.

Conclusiones.

- Los inconvenientes en el ambiente laboral y la atención al cliente fueron atendidos satisfactoriamente.
- El rendimiento de los trabajadores ha dado como resultado una mejor atención en los momentos de dar información a sus clientes.
- Se realizaron capacitaciones que fueron un éxito para mejorar la atención al cliente y ayudó a que los trabajadores realicen sus labores con ánimo.
- Se evaluó el rendimiento de los trabajadores en el servicio de atención al cliente.
- Se sienten satisfechos los trabajadores porque han conseguido un nivel alto en realizar sus labores.
- El actual rendimiento de los trabajadores es excelente se refleja al momento de realizar sus labores y otorgando la atención adecuada a sus clientes.

Recomendaciones.

- Tomar en cuenta las opiniones de los clientes para resolver a tiempo los inconvenientes a la atención al cliente
- Seguimiento de las capacitaciones recibidas deben ser de forma permanente.
- Evaluación de los trabajadores para hacer una clasificación de los trabajadores y ayudar a mejorar el rendimiento de ellos.
- Controlar a los trabajadores en momento de realizar sus labores para evitar inconvenientes.
- Incentivar a los trabajadores con bonos así sus trabajos será de calidad.

Bibliografía

- Abascal Elena. (2005). *Análisis de Encuestas*. Madrid: ESIC.
- Arias Fideas. (2012). *Proyecto de Investigación Introducción en la Metodología*. Venezuela: Episteme.
- Arturo Elizondo Lopéz. (2002). *Metodología de la investigación contable*. Mexico: THOMSON.
- Ávila Baray, H. L. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación*. México.
- Bordas Maria. (2016). *Gestión estratégica del clima laboral*. Madrid.
- Brown Andrew . (1992). *Gestión de la Atención al Cliente*. Madrid: Diaz de Santos.
- Bunge Mario . (2004). *La Investigación Científica*. México .
- Caldana Daniela . (2015). *Muestreo estadístico para la auditoría del gobierno*. Chile.
- Carrasco Soledad. (2012). *Atención al Cliente en el Proceso Comercial*. España: Paraninfo.
- Chiang Margarita. (2010). *Relaciones del Clima Organizacional y la Satisfacción Laboral*. Madrid: Belén Recio.
- CNT. (2016). *Corporación Nacional de Telecomunicaciones*.
- Código de Trabajo . (2005). *Código de Trabajo*.
- Constitución de la República 2008, A. N. (2008).
- Consumidor, L. O. (s.f.). *Ley Orgánica de la Defensa del Consumido*.
- Contreras Flores Saida. (2015). *Propuesta de mejora de clima laboral en una institución de educación superior*.

- David Fuente. (2001). *Teoría de Líneas de Espera*. Oviedo: Universidad de Oviedo.
- Editorial Vertice. (2010). *Atención al Cliente: Calidad en los servicios*. España: Vértice.
- Fernández Ángel. (2004). *Investigación y Técnicas de Mercado*. Madrid: ESIC.
- Fonseca Oliveht, Rivera Diana. (2008). *Propuesta de mejoramiento para el servicio al cliente del Grupo UNIPHARM en la ciudad de Bogotá* .
- Galindo Jesús. (2015). *Técnicas de Investigación en sociedad, cultura y comunicación*. México.
- Gallego Carmen. (2006). *Elaboración y Presentación de un proyecto*. España: Universidad de Barcelona.
- Gan Federico . (2016). *Clima Laboral*. Madrid: Diaz de Santos.
- Jaume Triginé. (2012). *Análisis y Gestión de Puestos de Trabajo*. Madrid: Diaz De Santos.
- José Alberto Yuni. (2006). *Técnicas para investigar*. Argentina: Brujas.
- Klaus Heinemann. (2003). *Introducción a la metodología de la investigación empírica*. Barcelona: Paidotribo.
- Ley Organica de Empresas Públicas . (2009).
- Merino María Jesús. (2015). *Introducción de investigación de mercados*. Madrid: ESIC.
- Mohammad i Namakforoosh, M. d. (2005). *Metodología de la Investigación*. México: Luminosa Noriega.
- Ortiz Belmar. (2009). *Importancia de la Incorporacion Temprana a la investigacion Cientifica*.

- Ortiz Herrera Luz Ayda. (2015). Propuesta de mejoras del servicio al cliente en entidades financieras de la ciudad de Bogotá - Colombia. Bogotá Colombia.
- Palomo María . (2014). *Atención al Cliente*. Madrid: Paraninfo.
- Paz Renata. (2005). *Servicio al cliente: La comunicación y la calidad del servicio al cliente*. España: Ideaspropias.
- Paz Renata. (2007). *Atención al Cliente: Guía de Técnicas y Estrategias*. España: Ideaspropias.
- Pérez Vanesa. (2006). *Calidad total en la atención al cliente*. España: Ideaspropias.
- Públicas, L. O. (s.f.). *Ley Organica de Empresas públicas* . f
- Quintana Ruiz, C. (1996). *Elementos de inferencia Estadística*. Costa Rica: Universidad de Costa Rica.
- R.A.E. (2017). *Real Academia Española*.
- Reglamento para Clientes de Servicio que presta , C. (2011). Ecuador.
- Rodríguez Guerrero Hugo René. (2015). *Propuesta de mejora del clima laboral y cultura organizacional en el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social* .
- Superintendencia de Compañías, valores y seguros. (s.f.). *Superintendencia de Compañías, valores y seguros*.
- Tamayo, M. (2004). *El proceso de la investigación científica*. México: Luminosa Noriega.
- Torres Tejada Diana . (2011). Propuesta de mejoramiento del servicio al cliente frente al procedimiento de garantías de electrodomésticos en el Centro electrónico Colseguros. Santiago de Cali.
- Vargas Hernández, J. L. (2012). *La Culturocracia Organizacional*. México.

Anexos

Anexo 2

Ilustración 3



Página web de Corporación Nacional de Telecomunicaciones

Ilustración 4



Aplicación móvil de CNT para consultas de facturas

Guía de observación

Fecha: _____ N°: _____

Hora de Inicio: _____ Hora de Finalización: _____

Objetivo: Evaluar y observar el desempeño de los trabajadores.

Sujeto Observado: _____

Lugar de la observación: _____

Nº	Indicadores	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
1	Es puntual a la hora de ingresar a su trabajo.				
2	Capta rápido las órdenes que les dan los altos directivos.				
3	Está correctamente uniformado.				
4	Prepara sus herramientas antes de iniciar con la atención del cliente.				
5	Realiza el saludo adecuado ante de iniciar con el servicio al cliente.				
6	Se expresa ante el cliente de manera adecuada.				
7	Brinda un servicio de calidad.				
8	Da conocimientos de los beneficios que tienen los usuarios.				
9	Pregunta de forma verbal si cumplió con el requerimiento.				
10	Se despide de forma cordial con el cliente.				

Bravo Sellán Inés Carmen
C.C.: 0950635599



Carta de Presentación de la Encuesta
Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología
Proyecto de investigación previo a la obtención del título
de tecnóloga en administración de empresas.

El objetivo de esta encuesta es evaluar a los trabajadores del departamento atención al cliente con el fin de realizar una propuesta de mejoramiento del clima laboral en la Corporación Nacional de Telecomunicación del cantón Durán.

Teniendo como propósito elaborar encuestas de manera anónima para conocer la opinión de los trabajadores, esperando contar con su plena sinceridad al momento de responder las preguntas.

De igual forma se les comunica que las respuestas emitidas en las encuestas son de total privacidad, para así evitar todo tipo de inconvenientes.

Atentamente

Bravo Sellán Inés Carmen

C.C. 0950635599



Instrucciones a seguir en la encuesta

1. Realice una lectura detenidamente.
2. Utilice esfero de color Negro o azul.
3. Tiene 15 minutos para responder.
4. Proceda a escoger una de las cuatro alternativas.
5. Marque con una X la respuesta que escoja.
6. En caso de alguna duda pregunte al encuestador.

Encuesta

1. ¿Se siente a gusto trabajando en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones?

Muy conforme	<input type="checkbox"/>	Poco conforme	<input type="checkbox"/>
Conforme	<input type="checkbox"/>	Inconforme	<input type="checkbox"/>

2. ¿Cómo califica usted el ambiente laboral de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones?

Excelente	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>

3. ¿Recibe información necesaria para el área de atención al cliente?

Casi siempre	<input type="checkbox"/>	A veces	<input type="checkbox"/>
Siempre	<input type="checkbox"/>	Nunca	<input type="checkbox"/>

4. ¿Qué tan de acuerdo esta con el desempeño que brinda el departamento de servicio al cliente?

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>	Desacuerdo	<input type="checkbox"/>

5. ¿Usted cómo trabajador que tan satisfecho se encuentra con sus beneficios institucionales?

Muy satisfecho	<input type="checkbox"/>	Poco satisfecho	<input type="checkbox"/>
Satisfecho	<input type="checkbox"/>	Insatisfecho	<input type="checkbox"/>

6. ¿La empresa le brinda capacitación para ampliar sus conocimientos en el área laboral?

Casi siempre	<input type="checkbox"/>	A veces	<input type="checkbox"/>
Siempre	<input type="checkbox"/>	Nunca	<input type="checkbox"/>

7. ¿Cómo es su comunicación con los directivos de la organización?

Muy buena Regular

Buena Mala

8. ¿Qué tan satisfecho se siente con la tecnología que laboral en la organización?

Muy satisfecho Poco satisfecho

Satisfecho Insatisfecho

9. ¿Qué tan comprometido se siente en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones?

Muy comprometido Poco comprometido

Comprometido Nada

10. ¿Recibe reconocimientos de sus jefes por su trabajo?

Casi siempre A veces

Siempre Nunca

Muchas gracias por su tiempo y la atención que nos ha brindada al momento de responder estas preguntas.



Durán, 20 de julio del 2018

Señores
Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología
Ciudad.-

De mis consideraciones:

Yo, Kelly Betzabeth Intriago Quijije, en mi calidad de supervisora de la agencia Durán, de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, tengo a bien dirigirme a ustedes para darles a conocer lo siguiente:

La estudiante egresada Inés Carmen Bravo Sellán, portadora de la cédula de ciudadanía No. 0950635599, viene realizando la aplicación de su proyecto de investigación con el tema: PROPUESTA DE MEJORA DEL AMBIENTE LABORAL, EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE, DE LA COPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES DEL CANTÓN DURÁN, cuya finalidad permitía mejorar el nivel productivo de la empresa.

Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad, al mismo tiempo que autorizo a la estudiante egresada darle el uso que estime conveniente presente.

Atentamente,

KELLY INTRIAGO QUIJIFE
Supervisora Agencia Durán (E)
CI: 0931233498