

UNIVERSIDAD PANAMERICANA
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Administración de Empresas



**Capacitación Continua para Mejoramiento de Servicio al Cliente a
Colaboradores de las PYMES, en el Naranjo, Libertad, Petén**

(Artículo Científico – Trabajo de Graduación)

José Morales Mejía

El Naranjo, La Libertad, Petén, octubre 2019

**Capacitación Continua para Mejoramiento de Servicio al Cliente a
Colaboradores de las PYMES, en el Naranjo, Libertad, Petén**

(Artículo Científico – Trabajo de Graduación)

José Morales Mejía

Licda. Telma Judith López Peláez (**Asesora**)

M.A. Marlyn Cano (**Revisora**)

El Naranjo, La Libertad, Petén, octubre 2019

AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD PANAMERICANA

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus

Rector

Dra. Alba Aracely Rodríguez de González

Vicerrectora Académica

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Vicerrector Administrativo

EMBA. Adolfo Noguera Bosque

Secretario General

AUTORIDADES FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz

Decano

Lic. Fidel Baldomero Ramírez Zabala

Coordinador

Guatemala, marzo 2019

Señores

Facultad de Ciencias Económicas

Presente

Por este medio doy fe que soy autor del Artículo científico titulado “**Capacitación Continua para Mejoramiento de Servicio al Cliente a Colaboradores de las PYMES, en El Naranjo, Libertad, Petén**” y confirmo que respeté los derechos de autor de las fuentes consultadas y consigné las citas correspondientes.

Acepto la responsabilidad como autor del contenido de este Artículo científico y para efectos legales soy el único responsable de su contenido.

Atentamente,



José Morales Mejía

Licenciatura en Administración de Empresas

Carnet: 201404351

**REF.: C.C.E.E.L. ADMON. PD-.005-2019
SEDE EL NARANJO, LA LIBERTAD, PETÉN**

**LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
GUATEMALA, 23 DE SEPTIEMBRE DEL 2019
ORDEN DE IMPRESIÓN**

Tutor: Licenciada Thelma Judith López Peláez
Revisor: M.A. Marlyn Cano Marroquín
Carrera: Licenciatura en Administración de Empresas

Artículo científico titulado: "Capacitación continua para Mejoramiento de servicio al cliente a colaboradores de las PYMES, en el Naranjo, Libertad, Petén"

Presentado por: José Morales Mejía

Decanatura autoriza la impresión, como requisito previo a la graduación profesional.

En el grado de: Licenciado

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz
Decano
Facultad de Ciencias Económicas



Licenciada en Administración de Empresas

Colegiado: 20445

teiulope@gmail.com

Teléfono: 4208-8478

Santa Elena, Flores, 09 de marzo del 2019


Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Presente

Estimados Señores:

En relación al Artículo Científico con el tema **“Capacitación continua para mejoramiento de servicio al cliente a colaboradores de las PYMES, en el Naranjo, Libertad, Petén”** realizado por José Morales Mejía, carné No. 201404351, estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la tutoría de la misma, observando que cumple con los requerimientos establecidos en reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo a lo anterior, considero que el informe cumple con los requisitos para continuar con los procesos correspondientes, por lo tanto doy dictamen de aprobación al tema desarrollado con una nota de noventa (90) puntos de 100.

Al ofrecerme por cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.


Licda. Telma Judith López Peláez

Asesora


Guatemala, 17 de abril 2019

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Presente

Estimados Señores:

En relación al Artículo científico titulado: **“Capacitación Continua para Mejoramiento de Servicio al Cliente a Colaboradores de las PYMES, en el Naranjo, Libertad, Petén”**, realizado por José Morales Mejía, carné 201404351, estudiante de la Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la Revisión del mismo, haciendo constar que cumple con los requerimientos de estilo establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.
Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes,


M.A. Marlyn Cano Marroquín
Colegiado Activo 2544

Dedicatoria

A Dios

Por fortalecer y dar conocimientos día con día, para así continuar con cada uno de los procesos que a la vida se me presenta.

A mi familia

Por ser uno de los pilares más fuertes que hacen motivar para continuar con cada uno de los objetivos se cumplan y ser los motivadores para llegar a la meta.

Contenido

	Página
Abstract	i
Introducción	ii
Capítulo 1	1
Metodología	1
1.1 Planteamiento del Problema:	1
1.2 Pregunta del Artículo Científico	2
1.3 Objetivos del Artículo Científico	3
1.3.1 Objetivos Generales	3
1.3.2 Objetivos específicos	3
1.4 Definición del tipo del Artículo Científico	3
1.4.1 Artículo Científico Descriptivo	3
1.5 Sujeto del Artículo Científico:	4
1.6 Alcance del Artículo Científico	4
1.6.1 Temporal	4
1.6.2 Geográfico	4
1.7 Definición de la muestra	4
1.8 Definición de los instrumentos del Artículo Científico	5
1.9 Recolección de datos	5
1.9.1 Validación	5
1.10 Procesamiento y análisis de datos	6
Capítulo 2	7
Resultados	7
2.1.1 Interpretación de resultados	7
2.1.2 Resultados de los cuestionarios	7

Capítulo 3	22
Discusión	22
3.1 Extrapolación	22
3.2 Hallazgos y Análisis General	25
3.3 Conclusiones	27
Referencias	
Libros	28
Revistas	29
Digitales	29
Anexos	30

Lista de Gráficas

Gráfica No. 1 Amabilidad a la atención al cliente que posee	7
Gráfica No. 2 Práctica de despedida al cliente	8
Gráfica No. 3 Tipo de atención de empleados	9
Gráfica No. 4 Limpieza adecuada	10
Gráfica No. 5 Manejo de conflictos	11
Gráfica No. 6 Conocimiento del inventario y políticas de venta	12
Gráfica No. 7 Técnicas para vender	13
Gráfica No. 8 Actitud dinámica hacia el cliente	14
Gráfica No. 9 Adaptación al clima laboral	15
Gráfica No. 10 Actividades distintas como estrategia de ventas	16
Gráfica No. 11 Puntualidad en negociaciones	17
Gráfica No. 12 Atención respetuosa	18
Gráfica No. 13 Manejo de tolerancia	19
Gráfica No. 14 Lenguaje hábil para atención al cliente	20
Gráfica No. 15 Fijación de compromisos	21

Abstract

El presente artículo científico titulado “Capacitación continua para el mejoramiento de servicios al cliente a colaboradores de las PYMES, en El Naranjo, La Libertad, Petén” aplicado a los colaboradores y empresarios de la comunidad de El Naranjo, La Libertad, Petén, se identificó las debilidades relacionadas al servicio al cliente en las diferentes empresas, tomando en cuenta dentro de este aspecto; las actitudes, aptitudes, experiencia empírica, tiempo, entrega y dedicación de cada uno de los colaboradores al momento de realizar su trabajo. Existen 300 empresas constituidas legalmente en el casco Urbano de la localidad, tomando de ello únicamente 80 como muestra representativa, como sujetos del Artículo científico. Los principales hallazgos encontrados en el presente se pueden destacar la falta de motivación del personal con responsabilidad en atención a los clientes, trabajo en equipo y el desconocimiento de estrategias, como técnicas y métodos que se utilizan para negociar con los clientes.

Introducción

Al momento de realizar el Artículo científico se logró determinar que tanto el personal como los empresarios que laboran en las diferentes empresas de la comunidad de EL Naranjo, se encontraban desmotivados y con poca atención al tema relacionado al servicio al cliente.

Con el fin de identificar y explicar las causas y consecuencias del comportamiento en la prestación de servicios y las prácticas de atención al cliente en las PYMES de El Naranjo, La Libertad, Petén, el presente Artículo Científico se desarrolla de la siguiente manera: en el capítulo 1 se describe la metodología aplicada Artículo Científico donde se realiza el planteamiento del problema y se define la muestra representativa. En el capítulo 2 se describe la presentación de resultados donde únicamente se tomaron en cuenta para su interpretación 5 preguntas claves que arrojan los puntos fuertes e importantes para ponerles asunto y resolver. El capítulo 3 se describen la extrapolación, hallazgos y análisis general y las colusiones que se obtuvieron en el desarrollo de la Artículo Científico.

Lo anterior permite establecer que para el mejoramiento de la prestación de servicios al cliente en definitivo es la capacitación continua en el servicio al cliente. Durante el proceso de elaboración del presente estudio científico se observó que existen muchas empresas donde sus colaboradores fallan en ese aspecto, mostrándose como evidencia de ello tanto en el lenguaje facial y corporal al momento de atender, como en el trato que se brinda al consumidor que muchas veces no es el adecuado, generando así un ambiente tenso.

Capítulo 1

Metodología

1.1 Planteamiento del Problema:

En la Comunidad de El Naranjo, La Libertad, Petén, las PYM ES, son las principales fuentes económicas de la población siendo un fenómeno que continua en constante crecimiento, Actualmente se puede observar que existen una gran variedad de hoteles, tiendas que distribuyen diversos productos, servicios de transporte tanto terrestres como acuáticos, restaurantes, gasolineras, colegios, universidades y abarroterías.

En todos los casos empresariales se considera de vital importancia capacitar a los colaboradores, siendo parte esencial de contribución con el desarrollo personal como profesional, lo cual les permite tener conocimientos nuevos enfocados a desarrollar nuevas aptitudes, habilidades y actitudes, que generan una serie de beneficios empresariales, por lo que están obligados a ofrecer un mejor servicio para la atracción de sus clientes.

La falta de aplicación de programas de capacitación en el sistema empresarial tiende a producir pérdidas económicas significativas, de tiempo, de recursos, de productos y hasta de clientes, por lo que es conveniente que se defina como una inversión para la empresa que generará ganancias posteriores.

Los empresarios deben aplicar como primer paso un proceso de reclutamiento y selección de personal y capacitación a los colaboradores para que se identifique con la cultura organizacional para que los colaboradores se sientan parte de la organización y conozca los objetivos que tiene las mismas.

No importa el tamaño de la empresa siempre se presentan riesgos que se reflejan en diferentes efectos al interior de la misma, en los clientes o en la logística. Uno de los problemas que tienen

algunas empresas en el Naranjo, La Libertad, Petén, es que crecen de manera desordenada, sin tener el control de los procesos internos, no planifican, no capacitan a su personal, no realizan programas de reclutamiento y selección de personal, lo que tiende a afectar ante el cliente final.

Los pequeños empresarios saben con cuanto recurso cuentan para comenzar el proceso de compra con los proveedores, pueden disponer de ellos de manera rápida, realizan sus procesos de facturación y pagos, pero el toparse con un consumidor o persona exigente que lo único que busca es tener una calidad de servicio y producto, y no tener un personal capacitado en servicio al cliente es un factor clave de ponerle mucha atención, porque de ello depende que el consumidor sea satisfecho y vuelva a la empresa.

La solución no radica simplemente con la contratación de nuevo personal, las empresas modernas no se conforman con eso, van más allá de las perspectivas de una relación laboral acostumbrada, promoviendo el interés de desarrollar a sus colaboradores con conocimientos que puedan también beneficiar a la empresa. Como un proceso importante para la empresa es el servicio al cliente, debido que los colaboradores son la cara representativa del nombre de la empresa. Un mal servicio de atención al cliente tiende a generar pérdidas a las empresas, normalmente los clientes buscan buena atención y calidad del producto o servicio.

1.2 Pregunta del Artículo Científico

Con la intención de solucionar dicha problemática en el mercado actual, es de vital importancia realizar un estudio de diagnóstico de las necesidades de capacitación para mejorar la prestación del servicio al cliente de los colaboradores, para poder identificar aquellos aspectos que se pueden mejorar o fortalecer, además de verificar si la calidad del servicio al cliente en las PYMES, depende de la capacitación del personal, para ello se plantea la siguiente pregunta:

¿Será que con la implementación de un proceso de capacitación continua a los colaboradores para el mejoramiento del buen servicio a los clientes se logrará atender las exigencias de los mismos?

1.3 Objetivos del Artículo Científico

1.3.1 Objetivos Generales

Observar de forma gráfica y aclaratoria las causas y consecuencias del comportamiento en la prestación de servicios y las prácticas de atención al cliente en las PYMES de El Naranjo, La Libertad, Petén.

1.3.2 Objetivos específicos

- Proponer estrategias para orientar y capacitar continuamente a los colaboradores de las PYMES, para contrarrestar los malos tratos y servicios a los clientes
- Conocer las prácticas adecuadas que favorecen en la prestación de servicios en las diferentes pequeñas y medianas empresas
- Analizar la importancia y los aspectos relevantes en la prestación de servicios por parte de los colaboradores de las PYMES

1.4 Definición del tipo del Artículo Científico

Como parte del proceso de elaboración del presente documento es importante la definición del tipo de Artículo Científico que se realiza, para lograr conseguir el conocimiento y comprensión del presente tema.

1.4.1 Artículo Científico Descriptivo

El objetivo de la Investigación Descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Donde su meta no se limita a la recolección de datos sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre las variables. Debido a que se conoció la situación relacionada a las empresas en El Naranjo, La Libertad y predominantes se determinó que se debe realizar el proceso de capacitación continua para mejoramiento de servicio al cliente, a colaboradores de las

PYMES, en El Naranjo, la Libertad, Petén, de esa manera lograr atender las exigencias de buen servicio de los clientes exigentes.

1.5 Sujeto del Artículo Científico:

Se estarán tomando en cuenta como sujeto de Artículo Científico los 300 locales de las pequeñas y medianas empresas ubicadas en El Naranjo, La Libertad, Petén.

1.6 Alcance del Artículo Científico

El presente artículo científico tiene como fin primordial proponer capacitaciones continuas a los colaboradores de las diferentes pequeñas y medianas empresas del Naranjo, La Libertad, Petén.

1.6.1 Temporal

El presente artículo científico tiene fecha programada del 25 de agosto del 2018 al 13 de abril del 2019.

1.6.2 Geográfico

En el presente estudio se abarco el casco urbano de la comunidad El Naranjo, La Libertad, Petén.

1.7 Definición de la muestra

La muestra se determinó por medio de la fórmula aplicada a 300 pequeñas y medianas empresas que se ubican en el casco urbano de El Naranjo, La Libertad, Petén, la formula a aplicar será la siguiente:

$$n = \frac{N * Kz * p * q}{Kz * p * q + N * e^2}$$

De

q = Probabilidad de fracaso = 0.20

e = Error muestral permitido = 5% = 0.05

n = Número de empresas a encuestar. = variable a determinar.

Nota: los valores de p y q fueron tomados de una muestra piloto, donde determinamos que:

N = Universo = 300 Empresas.

Kz = Limite crítico del nivel de confianza = 1.96

p = Probabilidad de éxito = 0.80

Proporcionándole valores a la fórmula, obtenemos:

$$n = \frac{300 * 1.96 * 0.80 * 0.20}{1.96 * 0.80 * 0.20 + 300 * 0.05^2} = 80 \text{Empresas}$$

1.8 Definición de los instrumentos del Artículo Científico

Para recabar información se utilizó como instrumento el cuestionario, lo que permitió hacer contacto directo con los sujetos investigados y adicionalmente se obtuvieron comentarios y observaciones que enriquecieron los datos solicitados.

1.9 Recolección de datos

Para el presente Artículo Científico se diseñó una encuesta dirigida a los empresarios de las Pequeñas y medianas empresas de la comunidad de El Naranjo, La Libertad, Petén, con el objetivo de recabar información actualizada, sobre la Capacitación Continua Para Mejoramiento de Servicio al Cliente, a Colaboradores de las PYMES.

1.9.1 Validación

Para brindar seguridad del instrumento utilizado en la población sujeto de estudio, el investigador ejecuto una prueba piloto, dirigida a una población diferente a la establecida en la población de estudio.

1.10 Procesamiento y análisis de datos

Para el procesamiento y análisis de datos, se aplicaron los pasos de la siguiente manera:

Se elaboró un cuestionario diseñado, para obtener datos confiables acerca del problema planteado en el presente Artículo Científico

Se tabularon los datos obtenidos en el programa estadístico (Microsoft Excel)

Se elaboraron gráficas, de acuerdo con la información obtenida en el cuestionario aplicado a la población de estudio, antes mencionada

Se analizaron los resultados obtenidos, para formular conclusiones y recomendaciones acerca del tema del Artículo Científico

Capítulo 2

Resultados

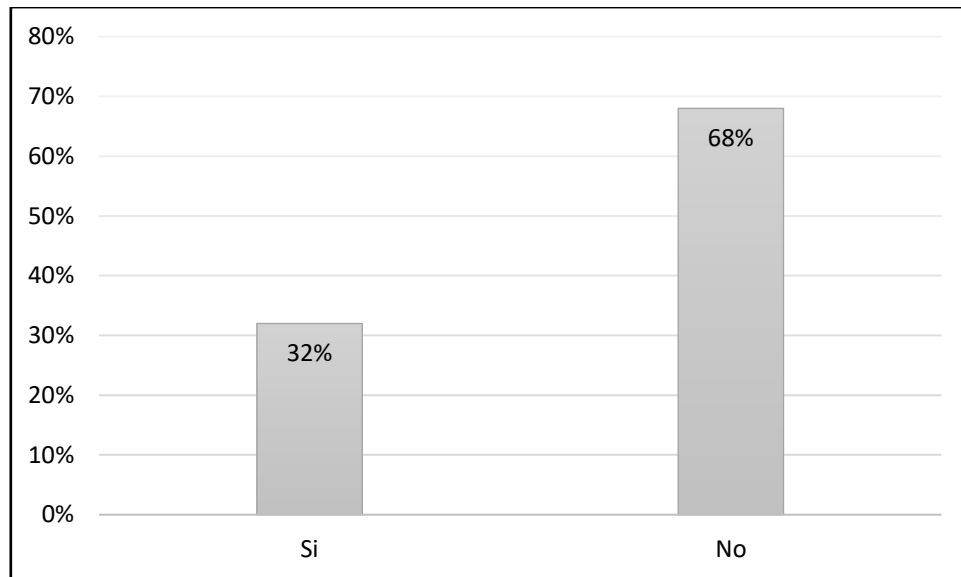
2.1 Presentación de Resultados

2.1.1 Interpretación de resultados

2.1.2 Resultados de los cuestionarios

1. ¿El colaborador lo saluda cuando usted llega a la empresa o entabla una conversación?

Gráfica No. 1 Amabilidad a la atención al cliente que posee

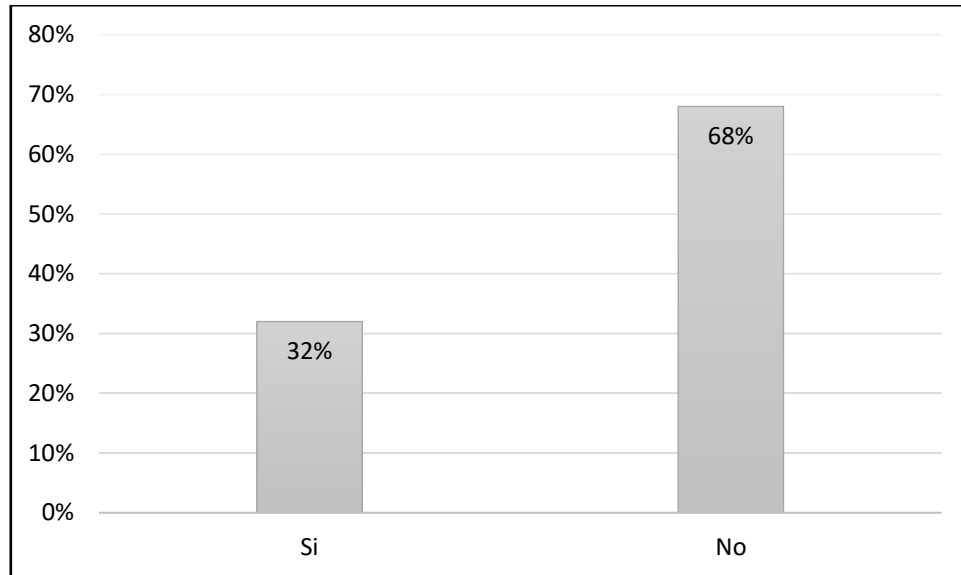


Fuente: elaboración propia, (2019)

Según la gráfica demuestra que en un 68% de los sujetos no poseen la simpatía necesaria para la atención al cliente y el 32% indicó que han hecho el mayor esfuerzo para presentar siempre una sonrisa y saludo al momento de atención.

2. ¿El colaborador otorga una despedida aunque no se finalice la venta?

Gráfica No. 2 Práctica de despedida al cliente

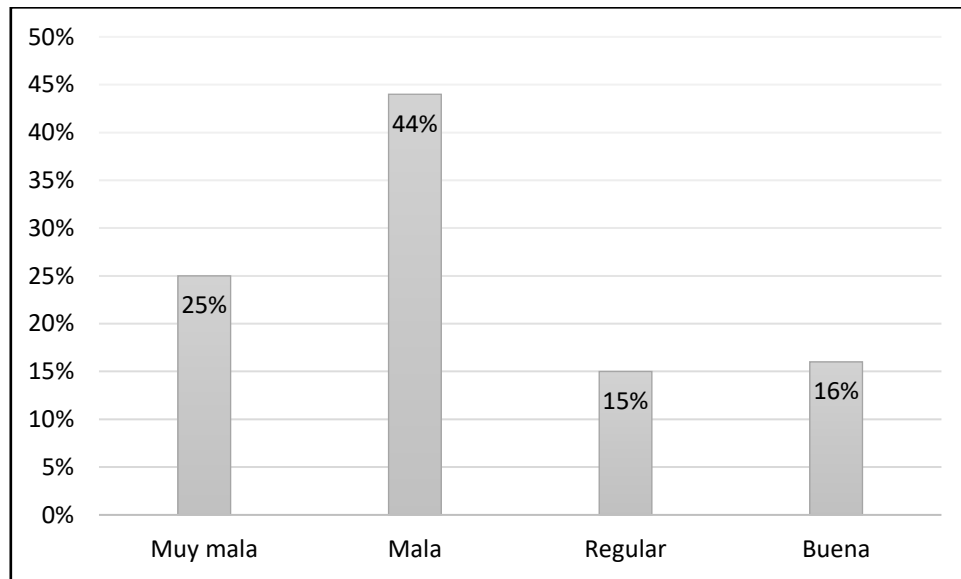


Fuente: elaboración propia, (2019)

Los colaboradores indicaron que la mayor parte de las veces no despiden al cliente como se debiera representado por un 68% y el 32% indica que si despiden al cliente amablemente haciéndoles saber que los esperan pronto.

3. ¿Cómo califica la atención general de los empleados?

Gráfica No. 3 Tipo de atención de empleados

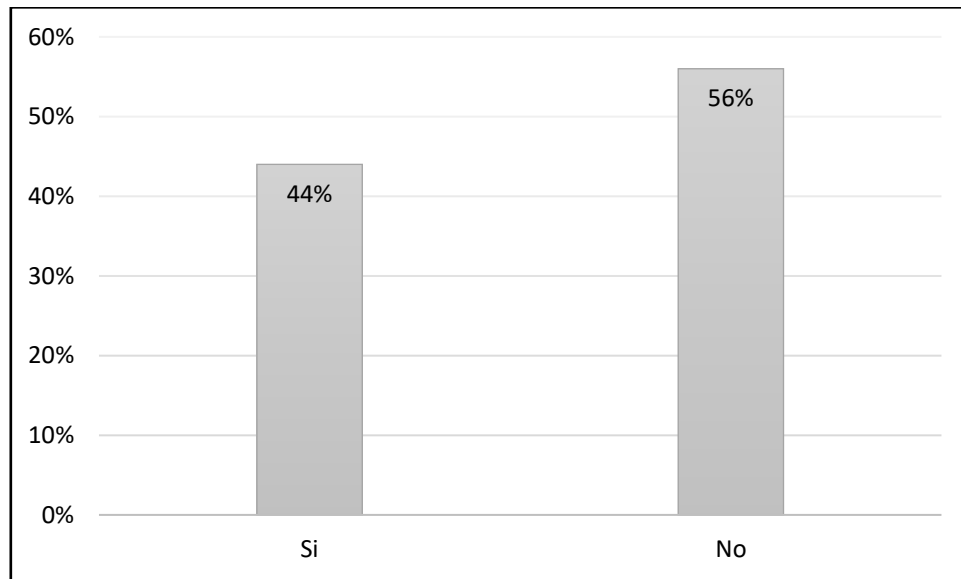


Fuente: elaboración propia, (2019)

La gráfica demuestra que el 25% tienen un tipo de atención muy mala y desagradable, el 44% representa aquella atención mala, el 15% de los empleados tienen atención con las personas regular y el 16% consideran que tienen una atención muy buena y los clientes tienden a visitar nuevamente el lugar por la buena atención recibida.

4. ¿Es buena la limpieza de la tienda u oficina?

Gráfica No. 4 Limpieza adecuada

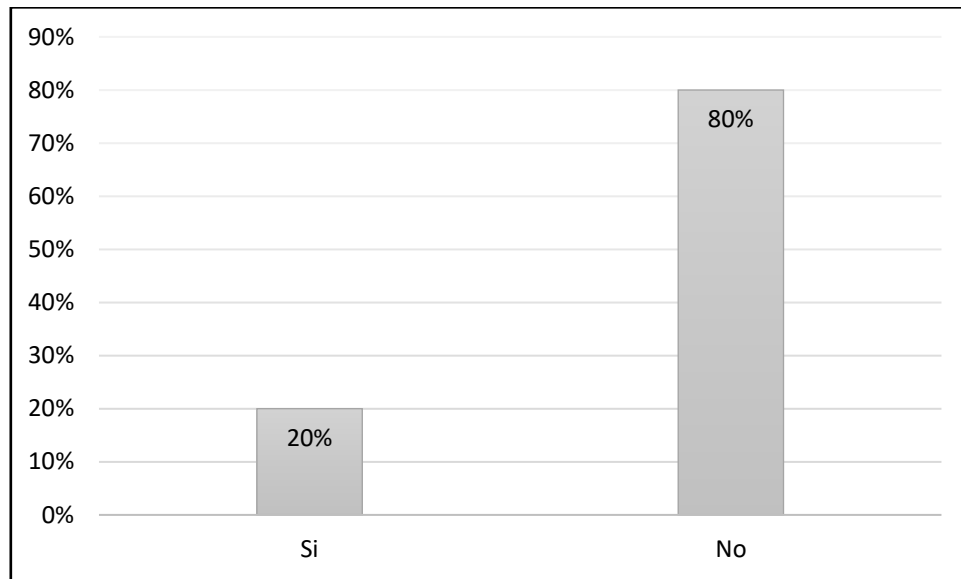


Fuente: elaboración propia, (2019)

El 44% indicaron que sí hay una buena limpieza dentro de las áreas correspondientes a cada empleado. El 56% demuestra que no hay una limpieza como la que se espera dentro de las áreas que le corresponde a cada empleado.

5. ¿Tiene conocimientos para resolver un conflicto en el área de ventas?

Gráfica No. 5 Manejo de conflictos

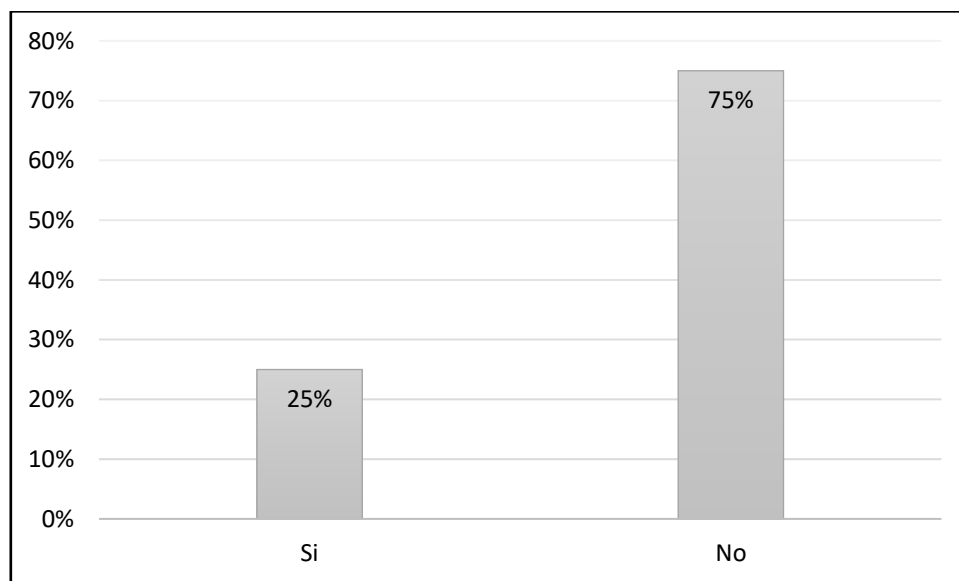


Fuente: elaboración propia, (2019)

El 20% indica que el empleado puede tener algunos conocimientos para resolver conflictos en el área de venta y el 80% considera que no tienen idea de qué hacer en situaciones conflictivas.

6. ¿Conoce sobre inventario y políticas de ventas?

Gráfica No. 6 Conocimiento del inventario y políticas de venta

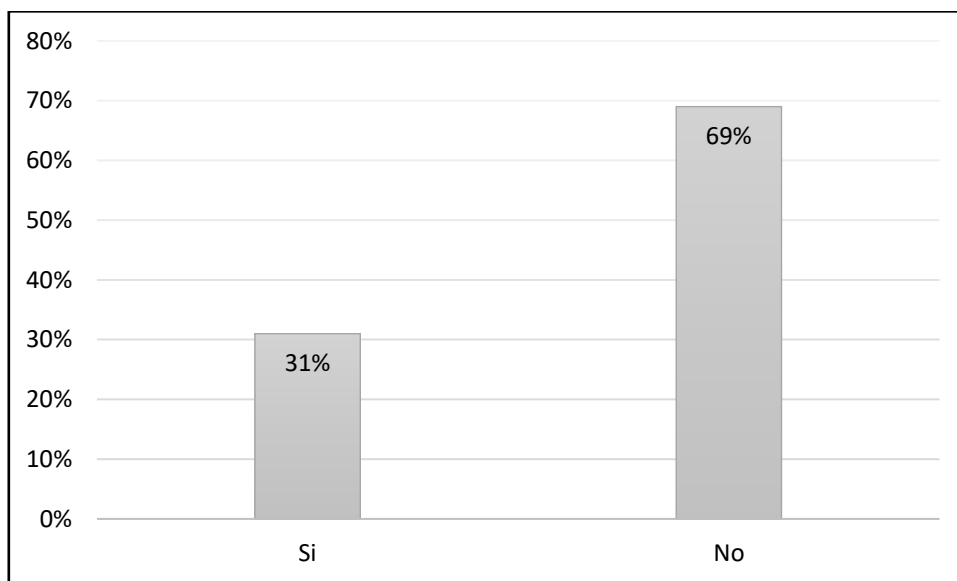


Fuente: elaboración propia, (2019)

La gráfica demuestra que únicamente el 25% posee conocimiento sobre la realización de inventario y políticas de venta y el 75% no están preparados para ninguna de las dos actividades.

7. ¿Utiliza una técnica para vender a sus clientes?

Gráfica No. 7 Técnicas para vender

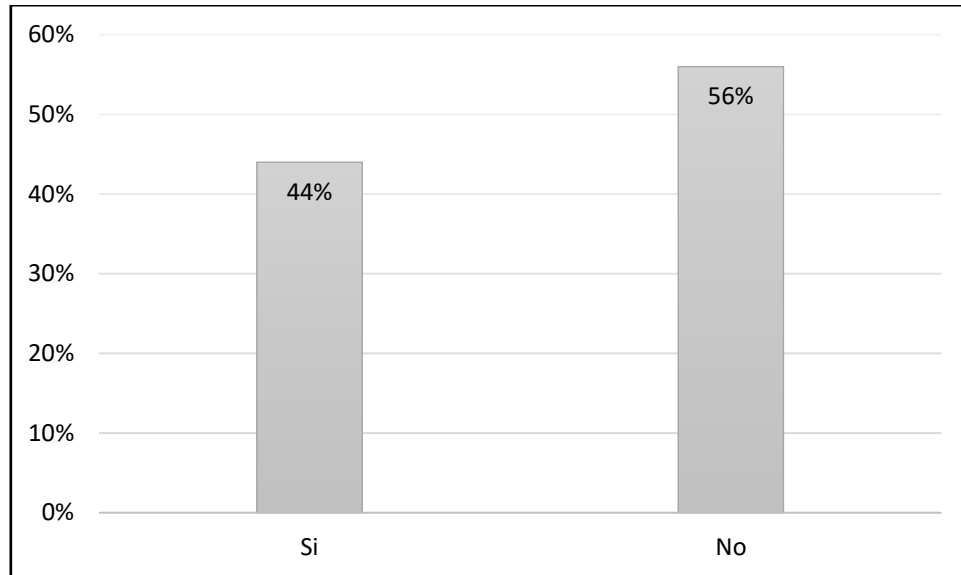


Fuente: elaboración propia, (2019)

El 31% de empleados han demostrado que usan distintas técnicas para ofrecer a los clientes y vender productos; el 69% no utiliza técnicas de ventas por lo que el vendedor se considera no apto para el área de ventas.

8. ¿Mantiene una actitud dinámica al momento de atender al cliente?

Gráfica No. 8 Actitud dinámica hacia el cliente

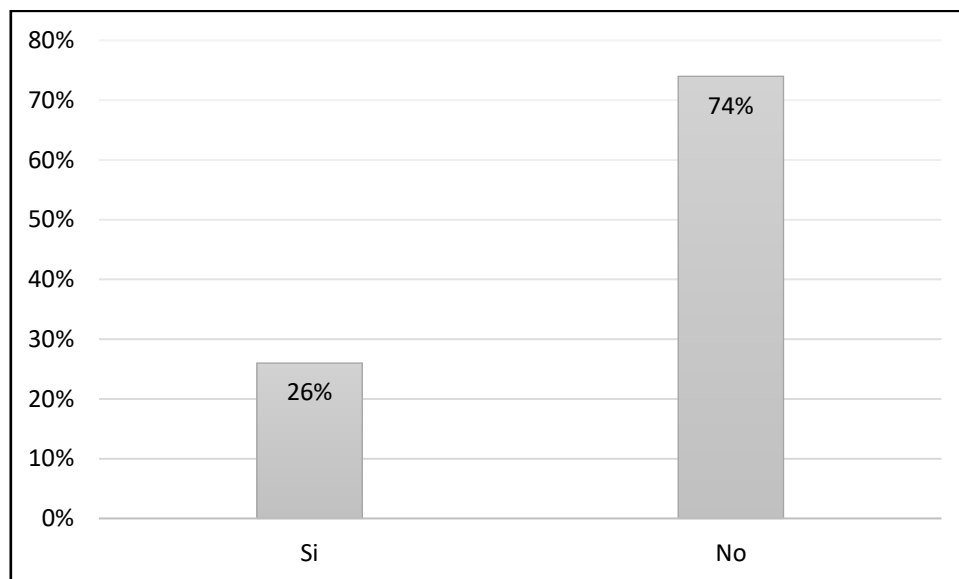


Fuente: elaboración propia, (2019)

Cuando se atiende al cliente la gráfica demuestra que el vendedor mantiene una actitud dinámica y de confianza representado por el 44% y el 56% no la posee.

9. ¿Se adapta al clima laboral en su área de trabajo?

Gráfica No. 9 Adaptación al clima laboral

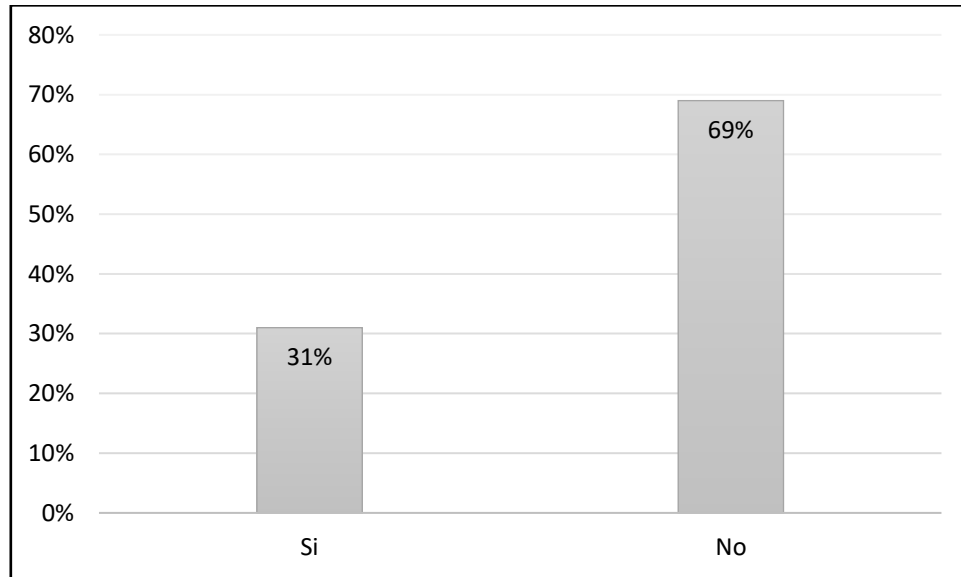


Fuente: elaboración propia, (2019)

Solo el 26% de los empleados pueden adaptarse al clima laboral que les corresponde y el 74% no lo logra por lo que hacen mal su trabajo o renuncian.

10. ¿Realiza todas las actividades como una estrategia?

Gráfica No. 10 Actividades distintas como estrategia de ventas

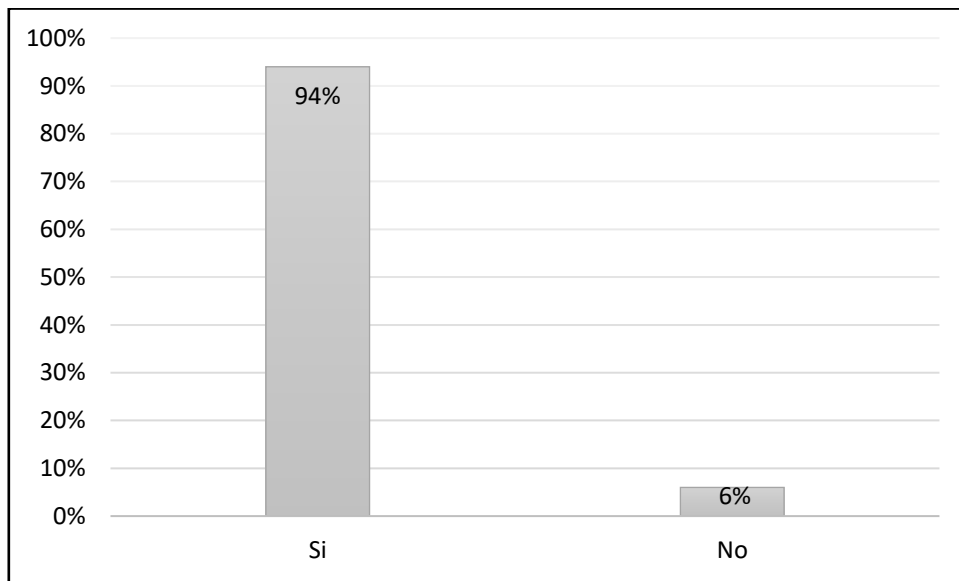


Fuente: elaboración propia, (2019)

Los empleados ubicados en el área de ventas según la gráfica indica que el 31% realiza diferentes actividades como etiquetar productos de oferta, ser amables, invitar al cliente a pasar adelante, estas como estrategias de ventas y el 69% no se interesa por practicar estrategias para mejorar sus ventas.

11. ¿Puntualiza cada una de sus negociaciones con los clientes?

Gráfica No. 11 Puntualidad en negociaciones

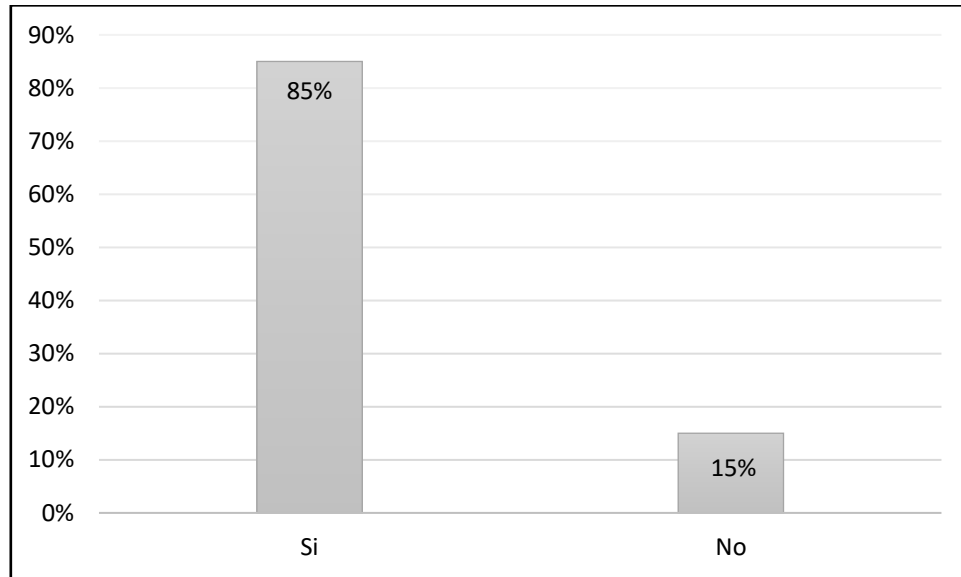


Fuente: elaboración propia, (2019)

El 94% indica que si hay puntualidad en negociaciones con los clientes, haciendo entrega de productos, y el 6% indica que sus empleados no son especifica claramente sus ventas.

12. ¿Atiende al cliente de una manera respetuosa?

Gráfica No. 12 Atención respetuosa

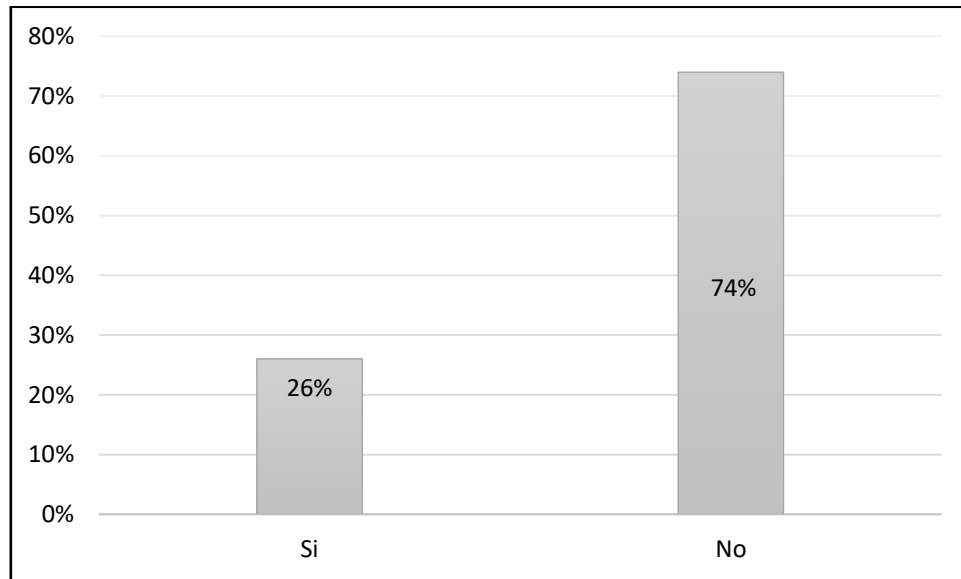


Fuente: elaboración propia, (2019)

Los empresarios indican con esta gráfica que el 85% de sus empleados mantienen el respeto con los clientes y el 15% indica que muchas veces han observado faltas de respeto entre empleado y cliente.

13. ¿Es tolerante con los clientes?

Gráfica No. 13 Manejo de tolerancia

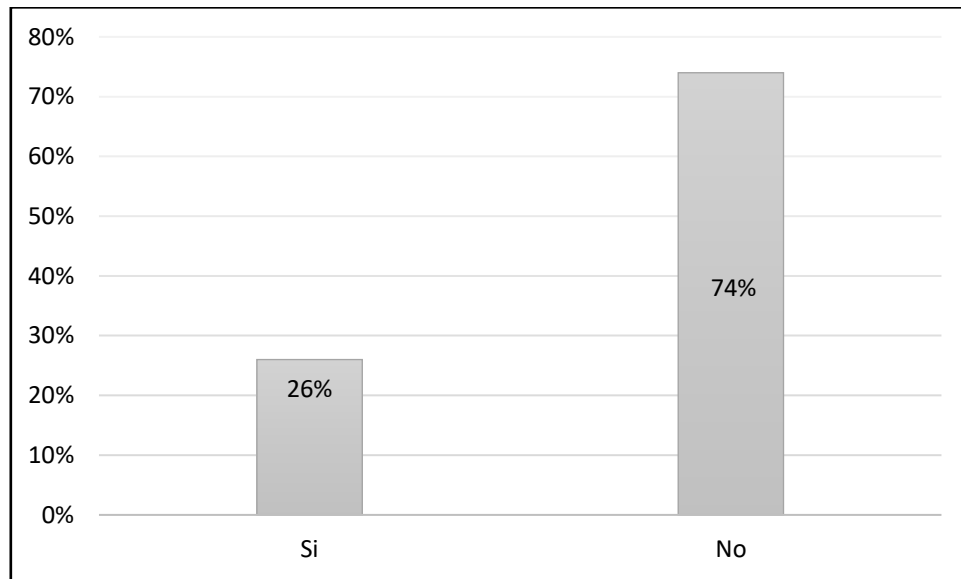


Fuente: elaboración propia, (2019)

El 26% indica que si han sido tolerantes con los clientes en momentos tensos, pero la mayoría representando un 74% han sido impacientes en el momento que el cliente no se decide por sus compras o precios.

14. ¿Posee facilidad de palabras para atender al cliente?

Gráfica No. 14 Lenguaje hábil para atención al cliente

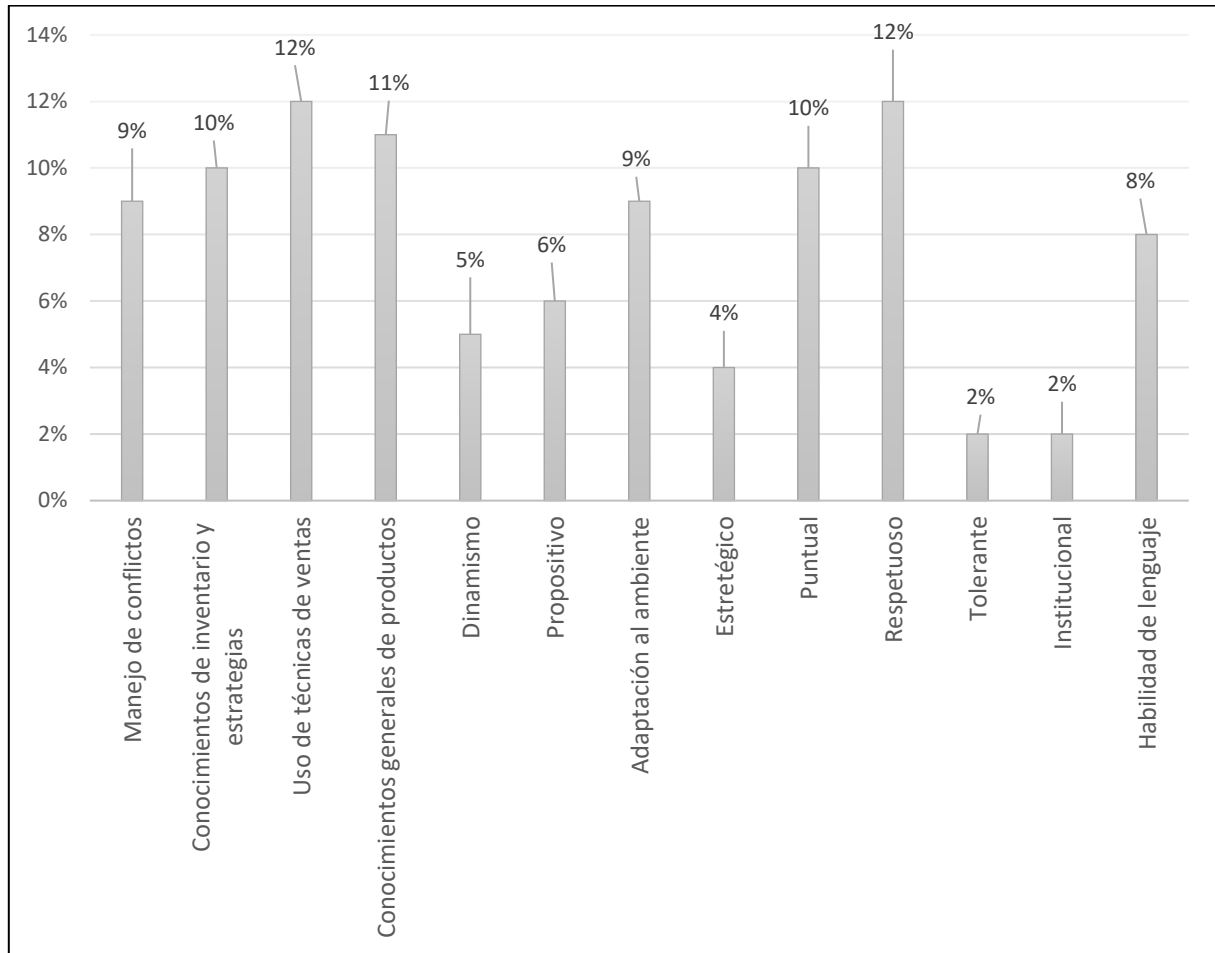


Fuente: elaboración propia, (2019)

La gráfica demuestra resultados sindicando que el 26% de empleados poseen habilidades de palabras para ofrecer productos promoviendo mayores ventas, mientras que una gran mayoría de empleados el 74% no posee esas habilidades de lenguaje.

15. Análisis general de Conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador

Gráfica No. 15 Fijación de compromisos



Fuente: elaboración propia, (2019)

La gráfica demuestra los compromisos del empleado en su labor, el 9% habilidad para el manejo de conflictos, el 10% conocimientos de inventario y venta, 12% usa técnicas de ventas, 11% conocimientos generales de productos, 5% empleado dinámico, 6% propositivo, 9% se adapta al ambiente laboral, 4% es estratégico para vender, el 10% puntual, el respeto un 12%, tolerante e institucional un 2% y el empleado posee una habilidad de lenguaje representado por el 8%.

Capítulo 3

Discusión

3.1 Extrapolación

Para el mejoramiento de la prestación del servicio al cliente en definitivo es la capacitación continua en el servicio al cliente, durante el proceso de elaboración del presente estudio científico se observó que existen muchas empresas donde sus colaboradores fallan en ese aspecto, mostrándose como evidencia de ello tanto en él, lenguaje facial y corporal al momento de atender, como en el trato que se brinda al consumidor que muchas veces no es el adecuado, generando así un ambiente tenso.

Rodríguez (2007) indica que “la capacitación busca lograr ciertos objetivos” (p. 249). En el cual se podría hacer mención que el objetivo general consiste en conseguir adaptar al personal para el ejercicio de determinada función o ejecución de una tarea específica en una empresa determinada. Entre los objetivos particulares de la capacitación se puede hacer mención de:

- Incrementar la productividad
- Promover la eficiencia del trabajador, sea obrero, empleado o funcionario
- Proporcionar al trabajador una preparación para desempeñar puestos de mayor responsabilidad
- Promover un ambiente de mayor seguridad en el empleo
- Ayudar a desarrollar condiciones de trabajo más satisfactorias mediante los intercambios personales que surgen durante la capacitación
- Promover el mejoramiento de sistemas y procedimientos administrativos
- Contribuir a reducir las quejas del personal y elevar la moral de trabajo
- Facilitar la supervisión del personal
- Promover ascensos con base en el mérito personal
- Contribuir a la reducción del movimiento de personal
- Contribuir a la reducción de los accidentes de trabajo
- Contribuir a la reducción de los costos de operación

- Promover el mejoramiento de las relaciones humanas en la organización y de la comunidad interna
- La capacitación se requiere a nivel operativo; es decir, la requiere el obrero, el maestro de taller. El nivel administrativo desempeña un papel decisivo en cuanto a la capacitación. A este nivel le corresponde promover y participar en la planeación del programa de capacitación. Además del nivel operativo, la capacitación debe extenderse a los jefes de departamento, a los subgerentes y a los gerentes de área, los cuales también requieren ser capacitados

Según Bohlander y Snell (2008) “una vez que se han determinado las necesidades de capacitación, el siguiente paso es diseñar el tipo de ambiente de aprendizaje necesario para su fortalecimiento. El éxito de los programas de capacitación depende más de la capacidad de la organización para identificar las necesidades de capacitación. El éxito depende de tomar la información obtenida de los análisis de necesidades y utilizarla para diseñar programas de capacitación de primera categoría” (p. 301)

Con esto el autor da a conocer que el empleado necesita estar en constante capacitación sobre atención al cliente, manejo de estrategias de ventas, debe conocer las características de productos, ventajas y desventajas. Esta necesidad se ve reflejada en la gráfica No. 1 los resultados indican que el 32% de empleados brindan una atención amable y adecuada al cliente, pero el resto no lo hace por lo que las indicaciones de este autor son necesarias para la implementación en las empresas.

La gráfica No. 6 indica que son bajos los conocimientos que el empleado tiene sobre la realización del inventario mensual, trimestral y anual y no maneja las políticas de ventas; se indica que el 25% logra tener menores conocimientos y un 75% no posee ninguna de las dos propuestas.

Rodríguez (2007) define capacitación como “un acto intencionado que proporciona los medios para hacer posible el aprendizaje” (p. 248). El aprendizaje es un fenómeno interno que motiva al individuo.

Las empresas buscan el crecimiento en ventas y producciones, pero muchas veces no establecen las estrategias adecuadas para emplearlas con sus empleados en el área de ventas específicamente, se requiere de un personal altamente capacitado para poder enfrentar las demandas que la sociedad exige.

La gráfica 12 demuestra que el 85% de los empleados han mantenido una atención respetuosa hacia los clientes, pero la gráfica 13 está indicando que aunque haya respeto para atender hay una problemática que sucede y es la falta de tolerancia, ya que el 74% de empleados no poseen este valor hacia los clientes debido a que en muchas ocasiones su paciencia no está capacitada para enfrentar situaciones de desespero con cierta clientela.

Rodríguez (2007) manifiesta que al elaborar un programa de capacitación hay que revisar distintas partes, comenzando por la motivación de la persona para que desee ser capacitada. Consiste en cambiar comportamientos, lo que se puede lograr siguiendo algunos pasos:

- Convencer al trabajador de que los cambios en su comportamiento favorecen sus intereses
- Crear conciencia en los trabajadores de que los cambios en su comportamiento y el convertir este en un hábito redundara en un mejor desempeño
- Decirle al trabajador que tiene que aceptar la capacitación si así se le ordena su jefe inmediato o sus superiores de más alto nivel. En este último caso el trabajador cambiará por obligación y no porque reconozca que al recibir capacitación mejorará su desempeño o su tarea será más gratificante

Cuando se inicia labores dentro de una empresa se requiere que el empleado esté a la disposición de su jefe inmediato y que se adapte a las necesidades que se requieren, la gráfica 14 demuestra que es necesario mantener la habilidad de palabras para la atención, esta señala que el 26% posee

estas habilidades que permiten que las ventas aumenten debido a su capacidad de convencimiento cuando el cliente realiza sus compras.

Silíceo (2006) define que la “capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en el conocimiento, habilidades y actitudes del colaborador” (p. 25)

La grafica 15 demuestra el porcentaje que se establece en cuanto a la necesidad de aplicar la fijación de compromisos específicos al empleado que permite el crecimiento, preferencia de clientes y estar ante una competencia estable o mayor a lo necesario. En esta se menciona la importancia de saber manejar conflictos dentro de la empresa, ser amable para atender, uso de lenguaje apropiado, ser dinámico para las responsabilidades del trabajo, poner en práctica estrategias de ventas, ser puntual, mantener el respeto con todos los que le rodean, ser tolerante con opiniones y situaciones que no le agraden, entre otras.

Lo anteriormente escrito confirma que es necesario mantener un proceso de capacitación continua para mejoramiento de los servicios al cliente a colaboradores de las PYMES, en el Naranjo, La Libertad, Petén.

3.2 Hallazgos y Análisis General

Los colaboradores en la mayoría de los resultados demostraron debilidad con relación a: Manejo de conflicto en el área de venta, poco conocimiento sobre inventario y políticas de venta, uso de algunas técnicas de venta, conocimiento general de producto o servicio ofertado, poco dinámicos, les falta ser tolerantes, no tienen facilidad de palabras y pocas estrategias.

Los colaboradores como algunos empresarios no tenían en claro la importancia de la prestación de los servicios en el mercado laboral debido a que la prestación de servicios es algo que no se puede tocar, pero si influye ya que es el cliente el que si percibe y siente como lo tratan, el cliente siempre va a ser primero y el cliente siempre va a tener la razón, siendo algo que les cuesta asimilar en la prestación de los servicios, porque deben tomar en cuenta que existen diferentes caracteres y personalidades.

Se resaltó que deben aprender a manejar sus emociones lograr dejar los problemas de la casa en la casa y los problemas del trabajo en el trabajo, para que no afecte la relación entre los clientes que a diario visitan las diferentes empresas, brindar buena atención, buena presentación en el vestuario, el lugar donde laboran debe estar limpio, los productos en los estantes deben estar ordenados, para que al cliente no le sea difícil ubicar lo que desea comprar.

Deben manejar comportamiento y lenguaje adecuado al momento de presentarse ante los clientes, aprender a solucionar los problemas que se les presenta, con relación a la atención hacia los clientes.

Los colaboradores no saben quiénes son sus contactos, se dieron cuenta que en realidad necesitan esforzarse más, para prestar un mejor servicio en la empresa, llegaron a la conclusión que les hace falta conocer más sobre el producto que venden y les cuesta entablar conversación con los nuevos clientes, les hace falta amar lo que hacen, deben fomentar la capacidad de resolver los problemas en el momento, atender a los clientes en tiempo prudencial sin hacerlo esperar tanto para atenderle, como para cobrarle, el cliente lo agradecerá, deben aprender a ceder, a manejar un tono de voz sin exagerar, sin hablar muy despacio sino que tener un tono apropiado.

Herzberg (1966) los llamó en su momento factores motivadores, y los relacionó con el enriquecimiento del puesto de trabajo. Las actividades que plantea Herzberg, (1968) buscan que el potencial de las personas se libere a favor de la realización de la tarea, al trasladarse el control del puesto de trabajo directamente al personal responsable de los procesos; es esta idea, uno de los ejes de la teoría de Gestión de Calidad de Deming (1989).

En términos generales es de suma urgencia que los empresarios tomen carta en el asunto e inicien con un plan de capacitaciones continuas para sus colaboradores a efecto mejorar los servicios de atención a los clientes.

3.3 Conclusiones

Para que las empresas funcionen de una manera eficaz, eficiente y rentable es de vital importancia realizar los procesos de capacitación continua para el mejoramiento de los servicios a los clientes.

El motivo por el cual los empresarios no están capacitando a su personal en el tema relacionado a la prestación de sus servicios, es debido al poco interés que tienen con relación al tema.

Los empresarios que se tomaron en cuenta para realizar el presente les quedo en claro que una persona con conocimientos científicos a través de un proceso de capacitación, es una persona que aporta valor adquisitivo a la empresa, porque no trabaja solo por trabajar, sino que se siente motivada a hacerlo, comprendieron que a través de ese proceso disminuirá la mala atención a los clientes y conocerán nuevos métodos y técnicas actuales para la venta o prestación de servicio.

Se logró concientizar al empresario que es importante aplicar un proceso de capacitación al personal de una manera continua, efectuar periódicamente evaluaciones o estudios de percepción de servicios, implementar nuevas técnicas que permitan la auto evaluación tales como hacerla de comprador incognito para generar el control y motivación al mismo tiempo, que implementen servicio a domicilio a sus clientes.

Referencias

Libros

1. Barrientos, S. (2009). Detección de necesidades de capacitación en el departamento de mercadería de la empresa 7- Eleven. Licenciatura en Administración, Instituto Politécnico Nacional, México.
2. Bohlander, G. y Snell, Minchinton, J. (2008). Mejora esa Actitud. (1ª Ed.) Buenos Aires, Argentina: SIRIO S.A.
3. Díaz Sanjuan, Lidia. La observación, texto de apoyo didáctico. Facultad de psicología, UNAM, 2011.
4. Martínez, José. Dinámica de la Artículo Científico. Publicaciones AMC, primera edición, Guatemala, 2017.
5. Mondy, W. y Noé, R. (2005). Administración de recursos humanos. (1ª. Ed.). México: PEARSON PRENTICE HALL.
6. Reyes, M. (2005). Capacitación de mandos medios en el área de recursos humanos, para mejorar el trabajo en equipo y eficiencia técnicas de SIME. Tesis Maestría, Universidad San Carlos de Guatemala, Guatemala.
7. Reza, J. (2006). Nuevo diagnóstico de necesidades de capacitación y aprendizaje en las organizaciones. (1ª Ed.). México: PANORAMA.
8. Robbins, S. (2005). Administración. (8ª Ed.) México: PEARSON.
9. Rodríguez, J. (2007). Administración moderna de personal. (7ª. Ed.). México y América Central: TomsonLearning.
10. Sampieri, H. (2006). Introducción a la metodología de la Artículo Científico. (1ª Ed.). Argentina: BRUJAS.

Revistas

11. Revista: Monografía del Naranja Frontera, año 2008.

Digítales

12. Legrand, Fernando. Test para determinar el grado de responsabilidad social de empresas publica el 07 de marzo de 2004. <https://rseonline.com.ar/2004/03/test-grado-sre-empresa/>
13. Ludewing, C. (2000). Universo y muestra. Recuperado de <https://docplayer.es/4858962-Universo-y-muestra-elaborado-por-dra-cristina-ludewing.html>
14. Maram, Luis. 40 preguntas de RSE para coordinadores del área de responsabilidad social, publicado el 23 de agosto del 2013. <https://www.luismaram.com/40-preguntas-de-rse-para-coordinadores-del-area/>.
15. Pacto mundial de naciones unidas. Una llamada a la acción para empresas sostenibles. https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2018/02/Flyer-New-Strategy-GC-2018_20180126.pdf
16. Pobeá Reyes, Lic. Margarita. La Encuesta. Sala de lectura digital David Wald, CNICM BM n, sin lugar ni fecha. Documento en pdf.
17. Síntesis de “Estrategia de la Artículo Científico descriptiva” en Manual de técnica de la Artículo Científico educacional de Deobold B. Van Dalen y William Meyes. https://noemagico.blogia.com/2006/091301-lainvestigaci-n-descriptiva_php .

Anexos

Anexo 1



UNIVERSIDAD PANAMERICANA

Licenciatura en Administración de Empresas

Facultad de Ciencias Económicas

Sede: El Naranjo, La Libertad, Petén.

Título del Estudio Científico “Capacitación Continua para Mejoramiento de servicio al Cliente a Colaboradores de las PYMES, en El Naranjo, La Libertad, Petén”. Encuesta realizada para obtener información acerca de la prestación de servicios por parte de los colaboradores de las diferentes empresas y proponer estrategias para orientar y capacitar continuamente a cada uno de ellos para brindarles un mejor servicio. Yo José Morales Mejía, estudiantes de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas y estar llevando a cabo el trabajo de graduación profesional solicito su colaboración, a efecto de llenar el presente formulario, que servirá para asuntos propiamente académicos.

Fecha (dd/mm/aa)	<input type="text"/>	Nombre de la persona que le atendió	<input type="text"/>
Hora de entrada	<input type="text"/>	Nombre del Visitante (opcional)	<input type="text"/>

LISTADO DE PREGUNTAS

1. APARIENCIA DEL PERSONAL

	SI	NO	Observaciones sobre las preguntas
Porta uniforme y gafete de identificación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>

2. LABOR DE VENTAS

Saludo al llegar o entablo conversación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Pregunto el propósito de su visita	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Tono de voz amable	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Le oriento adecuadamente acerca de que comprar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Menciono los beneficios del producto solicitado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Otorga una despedida, aunque no se finalice la venta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>

3. ATENCIÓN Y TIEMPO EN GENERAL

Tiempos de espera hasta el primer contacto		1. Inmediato
Tiempo desde que se solicita un producto hasta recibirlo después de pagar		2. Menos de un minuto 3. Uno a tres minutos 4. Tres a cinco minutos
¿Cuántas personas están atendiendo?		
¿Cuántos clientes hay al entrar a la tienda?		
Atención general		1. Muy mala 2. Mala 3. Regular 4. Buena

4. INSTALACIONES

La limpieza de la tienda u oficina es buena		
Los productos se encuentran en su lugar y orden		
todos los productos tienen información de precio		
existen huecos por falta de mercancía en los muebles de exhibición		
Los productos y muebles se encuentran con polvo		

Anexo 2

FORMATO PARA EVALUAR EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS EMPLEADOS DE VENTA EN LA PYMES

Evaluado:

Evaluador:

Meta organizacional:

Propósito principal del empleo objetivo de evaluación:

Acuerdo de compromisos laborales

Fijación de compromisos	Indicador del logro	Logros alcanzados		Evidencias o soportes	Valor ponderado del indicador del logro			
		SI	NO		Periodo 1		Periodo 2	
Conocimientos 40%	Manejo de conflicto en área de venta	SI	NO		10		10	
	Conocimiento sobre inventario y políticas de venta	SI	NO		7		7	
	Uso de alguna técnica de venta	SI	NO		15		15	
	Conocimiento general de producto o servicio ofertado	SI	NO		8		8	
Habilidades y actitudes 60%	Dinamismo	SI	NO		5		5	
	Propositivo	SI	NO		3		3	
	Adaptable	SI	NO		5		5	
	Estratega	SI	NO		10		10	
	Puntual	SI	NO		7		7	
	Respetuoso	SI	NO		10		10	
	Tolerante	SI	NO		10		10	
	Institucional	SI	NO		5		5	
Facilidad de Palabras	SI	NO		5		5		

Primer seguimiento	Porcentaje de avance durante el periodo _____ -
Segundo seguimiento	Porcentaje de avance durante el periodo _____ -
Calificación Definitiva	Motivación de la calificación definitiva

Nota aclaratoria: La calificación de la columna del valor ponderado del indicador del logro son susceptibles a cambios según criterio del empresario.