



Facultad de Ciencias Económicas

Licenciatura en Administración de Empresas

**Servicio al cliente para la fidelización empresarial
en parques turísticos de Retalhuleu**
(Artículo Científico - Trabajo de Graduación)

Jorge Romeo López Alejos

Guatemala, octubre 2020

**Servicio al cliente para la fidelización empresarial
en parques turísticos de Retalhuleu**
(Artículo Científico - Trabajo de Graduación)

Jorge Romeo López Alejos

Lic. Uri Cruz Díaz (**asesor**)

M.Sc. Sharon Marlene Soto Chilin (**Revisora**)

Guatemala, octubre 2020

AUTORIDADES DE LA 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 DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

M.A Ronaldo Antonio Girón Díaz

Decano

Lic. Juan Francisco Lara Samayoa

Coordinador

Guatemala, septiembre, 2019.

Señores

Facultad de Ciencias Económicas

Presente.

Por este medio doy fe que soy autor del artículo científico titulado **“Servicio al cliente para la fidelización empresarial en parques turísticos de Retalhuleu”** y confirmo que respeté los derechos autor de las fuentes consultadas y consigné las citas correspondientes.

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

Atentamente.



Jorge Romeo López Alejos
Licenciatura en Administración de Empresas
Carné No. 201902990



UNIVERSIDAD
PANAMERICANA
"Educatio est vita: ad vitam subleuat"

REF.: CCEE. LAE. 003-2020
SEDE RETALHULEU

LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
GUATEMALA, 26 DE OCTUBRE DEL 2020
ORDEN DE IMPRESIÓN

Asesor (a): Licenciado Uri Cruz Díaz

Revisor (a): Licenciada Sharon Marlene Soto Chili

Carrera: Licenciatura en Administración de Empresas

Artículo científico titulado: "Servicio al cliente para la fidelización empresarial en parques turísticos de Retalhuleu."

Presentada por: Jorge Romeo López Alejos

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

En el grado de: Licenciado

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



☎ 1779

🌐 upana.edu.gt

📍 Diagonal 34, 31-43 Zona 16

Guatemala, 28 de octubre 2019

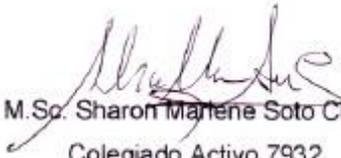
Señores:
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Presente

Estimados Señores:

En relación al Artículo científico titulado: "**Servicio al cliente para la fidelización empresarial en parques turísticos de Retalhuleu**", realizado por Jorge Romeo López Alejos, carné 201902990, 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 ofrecerse para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.


M.Sc. Sharon Marlene Soto Chilin
Colegiado Activo 7932

Retalhuleu, Retalhuleu, 21 de septiembre de 2019.

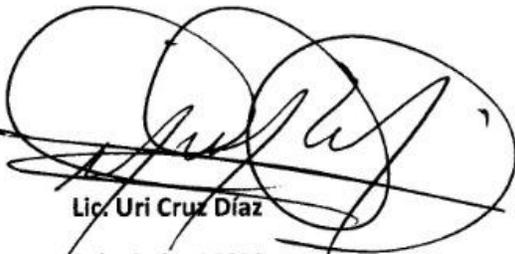
Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Presente.

Estimados Señores:

En relación a la Asesoría del Artículo Científico titulado **Servicio al cliente para la fidelización empresarial en parques turísticos de Retalhuleu.**, realizado por el estudiante Jorge Romeo López Alejos, ID 000095988 de la Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la asesoría del mismo, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.

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



Lic. Uri Cruz Díaz
Colegiado 14639

Dedicatoria

A Dios

Por darme la fortaleza y sabiduría para poder lograr la meta profesional en esta etapa de mi vida.

A mi familia

Por estar incondicionalmente a mi lado, dándome el apoyo necesario para no desfallecer.

Contenido

Abstract	i
Introducción	ii
Capítulo 1	1
Metodología	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Pregunta de investigación	2
1.3 Objetivos de investigación	3
1.3.1 Objetivo General	3
1.3.2 Objetivos específicos	3
1.4 Definición de la investigación	3
1.4.1 Investigación Descriptiva	3
1.5 Sujetos de investigación	4
1.5.1 Criterio de inclusión	4
1.6 Alcance de la investigación	5
1.6.1 Temporal	5
1.6.2 Geográfico	6
1.7 Definición de la muestra	6
1.7.1 Empleo de la muestra finita o infinita	6
1.8 Definir instrumentos de investigación	8
1.9 Recolección de Datos	8
1.10 Procesamiento y análisis de datos	9
Capítulo 2	10
Resultados	10
2.1 Presentación de resultados	10
Capítulo 3	20
Discusión y conclusiones	20
3.1 Extrapolación	20

3.2 Hallazgos y análisis general	23
3.3 Conclusiones	24
Referencias	25
Anexos	27

Abstract

El proceso de investigación, ha permitido formular un artículo científico, relacionado con el tema “Servicio al cliente para la fidelización empresarial en parque turísticos de Retalhuleu”, el cual es fundamental para el sostenimiento y crecimiento empresarial, por lo que se realiza desde el punto de vista empresarial, evaluando el comportamiento de las instituciones con relación a la aplicación de sus políticas, tácticas estrategias y el apoyo en la toma de decisiones para mantener un proceso de mejora continua que permita la fidelización empresarial. La aplicación correcta del proceso administrativo y las evaluaciones de desempeño para comparar los resultados con los objetivos institucionales es determinante para la implementación de programas de fidelización con relación al servicio que se presta, para lograr identificación con una cartera de clientes que usan las instalaciones de forma continua y que las empresas se constituyan en la opción número uno.

Introducción

Los programas de fidelización del cliente hacia las empresas, no es un tema de importancia en los procesos de evaluación administrativa, en donde los resultados financieros son los de mayor importancia y las políticas van enfocadas a cómo generar utilidades con relación a los objetivos empresariales definidos, no importando de que mercado viene el dinero. Estos programas presentan cierto grado de dificultad porque se relacionan con la evaluación del personal que tiene contacto directo con la prestación del servicio a los clientes, sin embargo el tema implica todo el proceso administrativo y operativo empresarial.

La evaluación del proceso de los programas de fidelización desde el punto de vista de “El servicio al cliente para la fidelización empresarial en parques turísticos de Retalhuleu”, implica la evaluación del comportamiento, políticas y estrategias del personal, en donde la comunicación es básica y representa el punto clave de éxito de las empresas, por la relación directa que se tiene con los clientes. Una adecuada comunicación del personal con sinergia y empatía, será la parte inicial de un proceso de fidelización de parte de los clientes, lo que implica un proceso de selección de personal de acorde a las funciones implícitas en cada puesto de trabajo y la capacidad de innovación para determinar los requerimientos de los clientes y brindar un servicio de acuerdo a sus necesidades.

La afluencia de personas a los parques turísticos de Retalhuleu, la constituyen locales, regionales, nacionales e internacionales, por lo que la calidad en la prestación de los servicios para alcanzar la fidelización es determinante, de tal forma que la capacidad de adaptación del recurso humano, con relación a la cultura de servicios de la diversidad de cliente será determinante en los programas de fidelización que implemente cada institución. La integración del personal en el establecimiento de los elementos de una administración enfocada a la prestación de los servicios turísticos permitirá la identificación de las necesidades de los clientes y de esta forma crear fidelización con la empresa para obtener el éxito empresarial.

En el capítulo uno se desarrolla el planteamiento del problema donde se describe el principal problema en la cual se llevara a cabo la investigación y desarrollo del documento en general resumiendo los puntos que se necesitan para dar soluciones y propuestas al mismo, se describe la pregunta de investigación que es el principal tema y que soluciones se pueden abordar al mismo, los objetivos de la investigación; general, describiendo si la calidad del servicio al cliente genera fidelización empresarial en los parques turísticos de Retalhuleu y específicos, describiendo los puntos más relevantes del tema antes mencionado. El tipo de investigación que se llevara a cabo para la recolección de información, los sujetos de investigación, lugares o personas que se necesitan para llevar a cabo la investigación, criterios de inclusión, la ubicación geográfica donde se llevara a cabo la investigación, alcances de la investigación describiendo con un cronograma el tiempo y los temas a llevar a cabo para la recolección del mismo, definición de la muestra, el tipo de muestra finita o infinita, empleo de la muestra la cual es Finita, definir instrumentos de investigación se utilizara otro cronograma detallando la actividad, fecha y temas que se van a abordar en el tiempo estimado. Procesamiento, análisis de datos, tabulación de información obtenida por medio de la encuesta presentada y graficas con su respectiva descripción,

En el capítulo dos encontraremos la tabulación de información obtenida gracias a las encuestas presentadas, describiendo cada una de las preguntas por medio de graficas indicando el porcentaje más relevante conforme a la pregunta realizada a las personas, describiendo estas con una breve descripción.

En el capítulo tres encontraremos un breve resumen sobre los puntos más relevantes observados durante la investigación del tema principal, resaltando temas importantes, soluciones y recomendaciones a las mismas, conclusiones donde se deja en claro que se pudo apreciar sobre el tema investigado y las dudas resueltas con respecto a los diferentes temas que fueron surgiendo con forme se iba investigando. Extrapolación breve resumen de todos los temas que han resaltado por medio de la pregunta de investigación, describiendo con fundamentos realistas y verdaderos citando algunos autores.

En el capítulo cuatro detallo todas las citas bibliográficas utilizadas en la investigación donde encontraremos, bibliográficas, digitales, legislativas y revistas. Estas fueron de ayuda para fundamentar los términos citando los autores más importantes y necesarios para la investigación.

En el capítulo cinco se adjunta la encuesta presentada a las diferentes instituciones para recabar información, la cual consta de 16 preguntas, membretada con el logotipo de la Universidad Panamericana y una breve descripción del por qué se lleva a cabo esta encuesta y sus respectivas instrucciones.

Capítulo 1

Metodología

1.1 Planteamiento del problema

En la actualidad los centros turísticos del departamento de Retalhuleu, carecen de un programa de fidelización con relación al servicio que se le brinda al cliente, criterio fundamentado en un proceso de observación con relación a registros en control de clientes y carencia de un servicio de seguimiento post visita, que determine la calidad de servicio que haya recibido el cliente, lo que demuestra su inconformidad al no programar visitas repetitivas a los centro turísticos visitados. De acuerdo a teorías administrativas modernas, el elemento determinante en alcanzar la fidelización de los clientes es el personal involucrado que tiene contacto directo o interactúa con los clientes durante su estadía, debido a esta causa es importante capacitar de forma constante al personal involucrado, con programas de fidelización empresarial para crear un vínculo de lealtad entre el personal y el usuario o visitante, dando a conocer la excelencia de los servicios, que permita alcanzar los objetivos institucionales, en donde se alcance un aumento en los ingresos, mejorar la imagen del centro turístico y lograr la satisfacción del cliente, que se constituye en la razón de ser de este tipo de instituciones.

Las inversiones económicas que se realizan en la compra de activos fijos, (terrenos, construcciones, mobiliario, equipo, maquinaria, vehículos, equipo de cómputo, programas, herramientas y otros activos) es superior a cualquier otro tipo de actividad, lo que convierte a estas instituciones en medianas empresas de acuerdo a la clasificación del tipo de empresa de parte del Ministerio de Economía y algunas en grandes empresas, por lo que es menester de forma inmediata al iniciar operaciones que generen ingresos para recuperar las inversiones, aunado a ello los costos directos y los indirectos deben de cumplir con todos os aspectos legales de acuerdo a la legislación guatemalteca, por lo que las recuperación de las inversiones es el objetivos primordial de estas instituciones, por lo que inician operaciones con el personal

mínimo requerido, con procesos de capacitación en inducción de acuerdo a las funciones asignadas a cada uno de los puestos generados.

En cuanto se da un contacto entre el personal, instalaciones, servicio de alimentación, hospedaje, entretenimiento y otros, se genera un criterio de parte de los clientes, por lo que antes del primer contacto es necesario capacitar al personal involucrado en programas de fidelización, de acuerdo a los principios de administración la fidelización es responsabilidad del personal operativo. Este nivel es el encargado de aplicar las políticas, procedimientos, estrategias para alcanzar un servicio eficiente y eficaz en el mantenimiento de la calidad, innovación y desempeño.

Los procesos de evaluación de deficiencias, con relación a la calidad de servicio que se brinda en los centros turísticos a los clientes están ausentes o no son prioridad dentro de las políticas institucionales, los procesos evaluativos, están enfocados a los resultados financieros, en donde lo primordial es reducir costos y maximizar utilidades. De tal forma que es necesario crear procesos de procedimientos con relación a políticas de seguimiento post venta de los servicios o visita de los clientes a estas empresas, ya que dichos procesos no existen de acuerdo a los registros, por lo que no se puede generar fidelización de clientes si no hay registro de seguimiento.

1.2 Pregunta de investigación

¿Establecer programas de fidelización del cliente, a través de la calidad en los servicios permitirá, la fidelización empresarial en parques turísticos del departamento de Retalhuleu?

1.3 Objetivos de investigación

1.3.1 Objetivo General

Determinar si la calidad del servicio al cliente genera fidelización empresarial en los parques turísticos de Retalhuleu.

1.3.2 Objetivos específicos

1. Determinar los niveles de satisfacción de los clientes y su relación con a la repitencia del uso de las instalaciones en un determinado período de tiempo.
2. Identificar las políticas institucionales con relación a programas de capacitación para alcanzar la fidelización de los clientes con las instituciones turísticas.
3. Determinar en porcentaje los ingresos generados a través de servicios presados a clientes repitentes con los servicios.
4. Identificar los elementos determinantes, de acuerdo a los conocimientos de los empleados que tienen contacto directo con los clientes, con relación a satisfactores que permitan generar fidelización hacia las instituciones.
5. Identificar los programas ideales con relación a la capacitación que permita establecer procesos de mejora continua, para alcanzar la calidad en cada uno de los servicios que se prestan en los centros turísticos del departamento de Retalhuleu.

1.4 Definición de la investigación

1.4.1 Investigación Descriptiva:

La investigación descriptiva como afirma (Arias Odon F. G., 2012) consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere.

Identificar las características o elementos que son determinantes en la relación empleado con el cliente, que hace uso de los servicios de los centros turísticos del departamento de Retalhuleu, han generado un comportamiento de ambos lados que son los hechos sujetos a ser evaluados para determinar dichos actos con relación a alcanzar la fidelización de los clientes con las instituciones, por lo que la generación del conocimiento en este proceso de investigación será determinante para brindar herramientas para alcanzar los objetivos empresariales.

Las empresas que se dedican a la prestación de servicios turísticos, tienen la característica de que los índices de repitencia se dan si y sólo si existe satisfacción en los servicios, por lo que es menester el análisis de todos los elementos involucrados en la prestación de los mismos, en el momento en que el cliente interactúa, desde la recopilación de información para tomar la decisión de que lugares visitar hasta el seguimiento post visita al centro turístico, cuando se establece esta relación, se establece una profundidad en el tema o fenómeno a investigar, obteniendo elementos para la construcción del conocimiento que brinde soluciones a la problemática identificada.

1.5 Sujetos de investigación

El proceso de investigación se realizará con el personal que presta sus servicios de cara al público de los siguientes centros turísticos: Dino Park, Museo de Juguetes Xulik, Parque de Aventuras Xejuyup, Parque Acuático Xocomil, Parque Temático Xetulul del departamento de Retalhuleu.

1.5.1 Criterio de inclusión

Los sujetos de investigación lo constituyen el personal de los centros turísticos ubicados en los municipios de Santa Cruz Muluá y San Martín Zapotitlán, que son considerados por los clientes un motivo u opción a visitar.

1.6 Alcance de la investigación

1.6.1 Temporal

El Desarrollo de la investigación comprende el periodo del 30 de marzo al 7 de septiembre de 2019.

No	Actividad	30/03/2019								07/09/2019
1	Determinación de tema de investigación, planificación del proceso de investigación.									
2	Solicitudes institucionales para llevar cabo el proceso de investigación y fundamentación teórica y diseño del proceso.									
3	Determinación de sujetos de investigación, elaboración de instrumentos y aplicación del trabajo de campo.									
4	Recopilación de información a través de los instrumentos de investigación de campo									
5	Presentación, análisis e interpretación de resultados, para elaboración del informe									
6	Revisión, correcciones y aprobación Artículo Científico									

1.6.2 Geográfico

La investigación se realizará en los parques turísticos del departamento de Retalhuleu, ubicados los municipios de San Martín Zapotitlán y Santa Cruz Muluá.

1.7 Definición de la muestra

1.7.1 Empleo de la muestra finita o infinita

La creación o construcción de conocimiento en los procesos de investigación, son confiables de acuerdo a los criterios establecidos por el investigador, con relación a los resultados que se quieran obtener con base a la información que permitan tomar decisiones en cada uno de las fases del proceso administrativo.

En el proceso de investigación se decide optar por un empleo de una muestra infinita, de acuerdo a las siguientes condiciones.

1. No se tiene definido un personal fijo que interactúa con los clientes en su estadía en las instalaciones de los centros turísticos.
2. El número de empleados designados en la atención al cliente difiere de acuerdo a las temporadas o días festivos.

Cálculo de muestra desconocida o infinita

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

En donde

- n= Muestra
- Z² El Valor de Z bajo el área de la curva normal
- p= Probabilidad de éxito que suceda un fenómeno
- q= Probabilidad de fracaso que no suceda un fenómeno.

Despejando.

$$0. n = \frac{2.706025 * 0.25}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.67650625}{0.0025}$$

$$n = 270.6025$$

$$n = 271$$

El número de personas a encuestar es de 271

De acuerdo a la magnitud de los centros turísticos el proceso de investigación se realizará de la siguiente manera.

Dino Park	33
Museo del juguete	34
Xejuyup	68
Xocomil	68
Xetulul	68
Total de boletas	271

Los sujetos de investigación lo constituye personal administrativo y operativo, que tiene contacto directo con los clientes.

1.8 Definir instrumentos de investigación

El proceso de investigación se realizará mediante un cuestionario estructurado, a través de una encuesta, en donde se desarrollan interrogantes con respuestas cerradas, así como criterios abiertos, con enfoque de brindar respuestas u obtener información para alcanzar conclusiones que permitan contribuir a la formación del conocimiento sobre procesos ideales en la formación del personal para generar fidelización de los clientes en las empresas turísticas.

1.9 Recolección de Datos

No.	Actividad	12/08/2019	12/08/2019	19/08/2019	20/08/2019	21/08/2019
1	Recopilación de información Dino Park					
2	Recopilación de información Museo del juguete					
3	Recopilación de información Xejuyup					
4	Recopilación de información Xocomil					
5	Recopilación de información Xetulul					

1.10 Procesamiento y análisis de datos

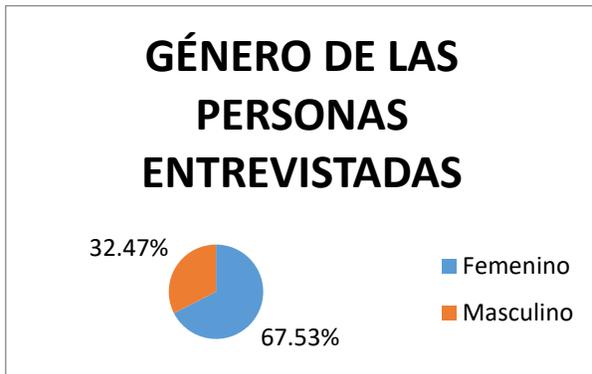
El proceso de investigación y análisis de los resultados obtenidos son procesados, analizados y representados a través del apoyo del Paquete de Office con la aplicación del programa de Excel, dicha información se establece en hojas de cálculo electrónicas que facilitan su presentación a través de gráficos que se pueden interpretar de acuerdo a elementos específicos que proporciona los elementos necesarios para comprender el tema sujeto a investigación.

Capítulo 2

Resultados

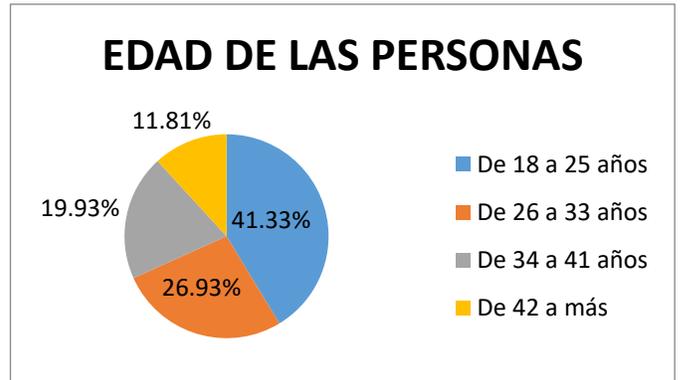
2.1 Presentación de resultados

Pregunta 1

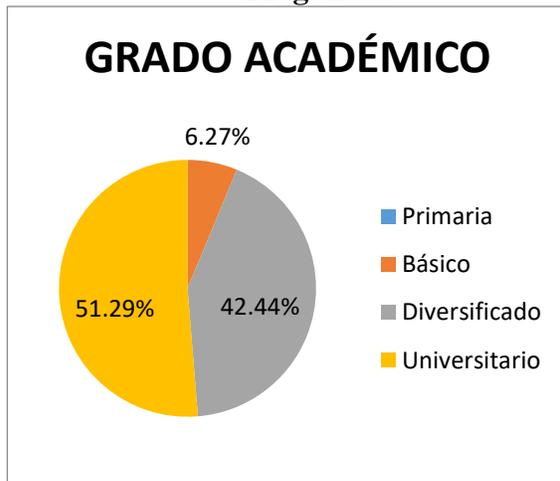


Fuente: investigación de campo agosto 2019. Retalhuleu

Pregunta 2

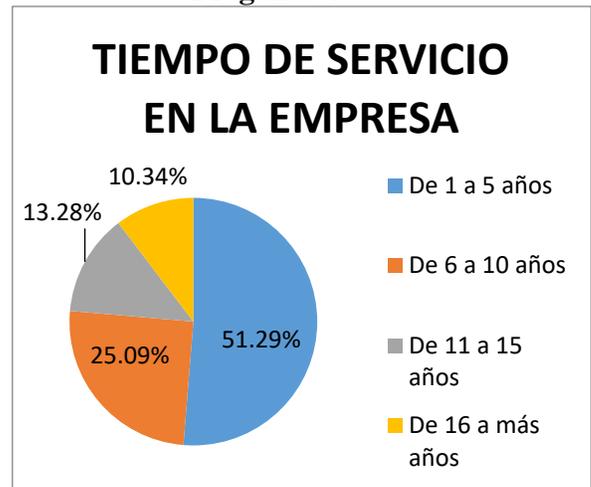


Pregunta 3



Fuente: investigación de campo agosto 2019. Retalhuleu

Pregunta 4



De acuerdo a aspectos culturales y la relación entre tipo de actividad laboral con relación al género la mayor parte de los empleados son de sexo femenino así lo representa el 67.53%, cuidando los aspectos de imagen y renovación de personal el 41.33% tiene entre 18 y 5 años, la preocupación de las persona en prepararse demuestra que el 51.29% tiene estudios universitarios y de acuerdo a las anteriores características el 51.29% tiene entre 1 y 5 años de trabajar para la empresa.

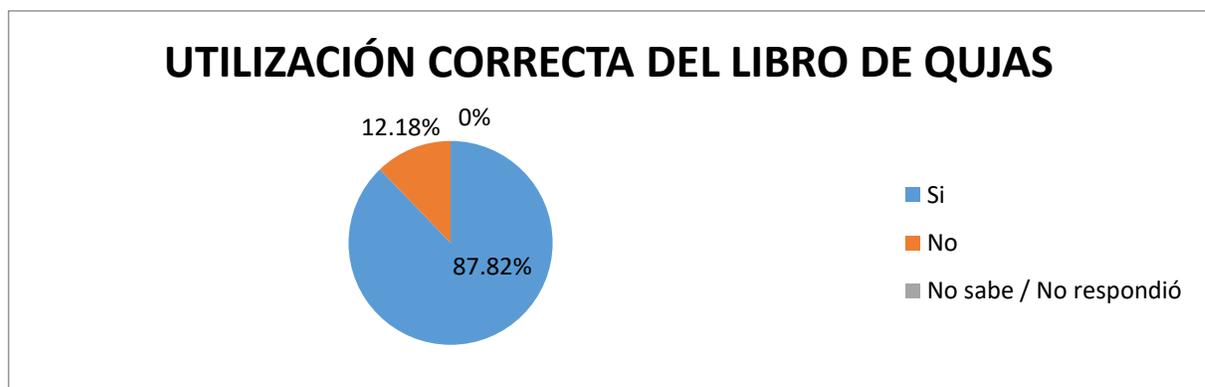
Pregunta 5



Fuente: investigación de campo agosto 2019. Retalhuleu

De acuerdo a los resultados obtenidos al 28% de los colaboradores de las organizaciones, no se les aplican evaluaciones de desempeño para calificar el grado de satisfacción sobre el servicio brindado, esto es un problema para las organizaciones porque no pueden identificar el grado de satisfacción o descontento de los clientes desde el punto de vista del empleado. El 72% determinó que en su área de trabajo aplican evaluaciones de desempeño, las cuales son de beneficio para que la organización pueda determinar cómo se desenvuelven los colaboradores con relación a la atención brindada a los clientes.

Pregunta 6

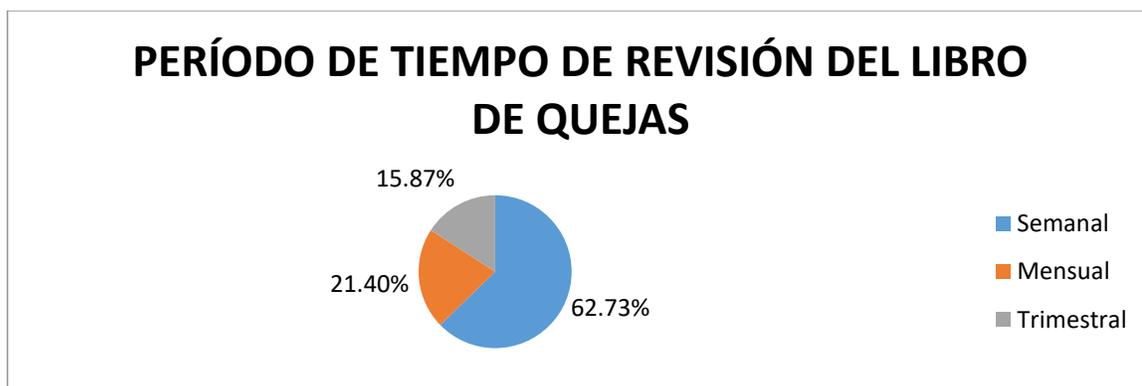


Fuente: investigación de campo agosto 2019. Retalhuleu

Datos recolectados determinan que el 88.82% de las organizaciones cuentan y utilizan de forma correcta el libro de quejas, esto es una herramienta que ayuda a saber cuáles son los problemas fuertes de servicio o atención el 12.18% afirma que no se utiliza de forma correcta el libro de

quejas, esto es perjudicial ya que al no utilizar de forma correcta esta herramienta la organización, no le interesa la opinión de los clientes.

Pregunta 7



Fuente: investigación de campo agosto 2019. Retalhuleu

El 63% de las organizaciones revisan el libro de quejas a cada semana, esto indica que las organizaciones dan soluciones inmediatas a los problemas generados en los clientes en cuanto a servicio o atención, el 15.87% indicó que la organización hace revisiones del libro de forma mensual, lo que suscita riesgos administrativos y legales, según la legislación guatemalteca se cuenta con 8 días para solucionar alguna problemática presentada. El 21,40% restante indicó que la organización para la cual laboran hacen revisión del libro de quejas a cada trimestre, lo que determina que no se tienen enfoques a nivel empresarial sobre programas de fidelización al cliente, si no le interesa a la empresa su opinión.

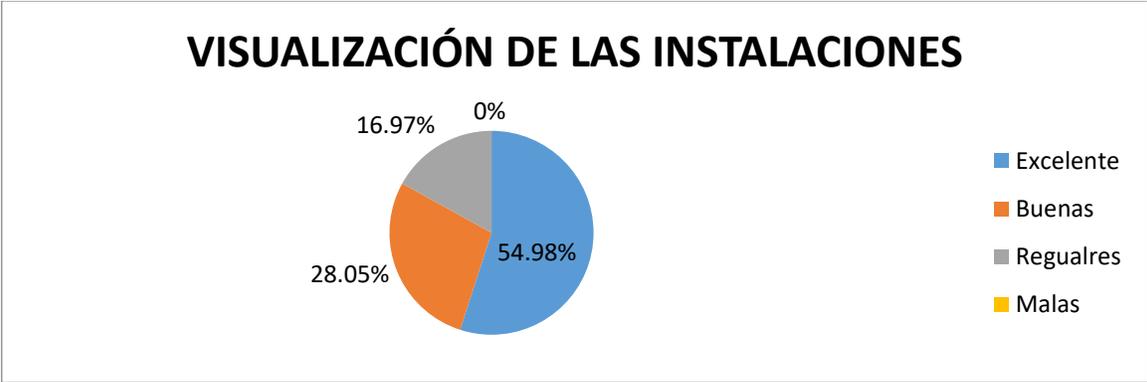
Pregunta 8



Fuente: investigación de campo agosto 2019. Retalhuleu

Datos recopilados indican que el 74.91% brinda un servicio de excelencia desde el punto de vista de los empleados, el 12.92% indicó que ofrece un servicio bueno y el 12.7% considera que el servicio brindado es regular. De acuerdo a la información brindada por los colaboradores, se nota el interés por mejorar su desempeño, se tiene la madurez para calificar de forma objetiva la institución para la cual trabaja.

Pregunta 9



Fuente: investigación de campo agosto 2019. Retalhuleu

Derivado de las opiniones sobre las instalaciones de las empresas el 54.98% indicaron que las instalaciones donde fueron recibidos los clientes son excelentes, esto es de motivación para seguir construyendo la organización sobre el mismo ambiente, el 16.97% indicó que se cuenta con instalaciones regulares se debe tener en cuenta esta opinión para introducir mejoras, el 28.05% calificaron de regulares las instalaciones, aspectos fundamentales para buscar la satisfacción a las necesidades o requerimientos de los clientes.

Pregunta 10



Fuente: investigación de campo agosto 2019. Retalhuleu

El 71.95% de los clientes calificaron el servicio de alimentación excelente, esto es de gran importancia ya que nos indica que cumple con las expectativas de cada cliente, en cuanto a buena presentación, higiene y economía es uno de los factores de mayor importancia puesto que no solo es de diversión o distracción que un cliente asiste a estos lugares sino también por los alimentos que son vitales, el 19.19% califico como bueno y el 8.86% de regular.

Pregunta 11



Fuente: investigación de campo agosto 2019. Retalhuleu

El 73.80% indica que los colaboradores conocen sobre lo reconocimientos obtenidos dentro de la organización, indagando se ha determinado que los reconocimientos son a nivel nacional e internacional, lo que pone de manifiesto la calidad de los centros turísticos, mientras que el 26.20% no conoce sobre los premios que ha obtenido su organización, debilidades que deben de superarse por cualquier información que requieran los clientes a los colaboradores.

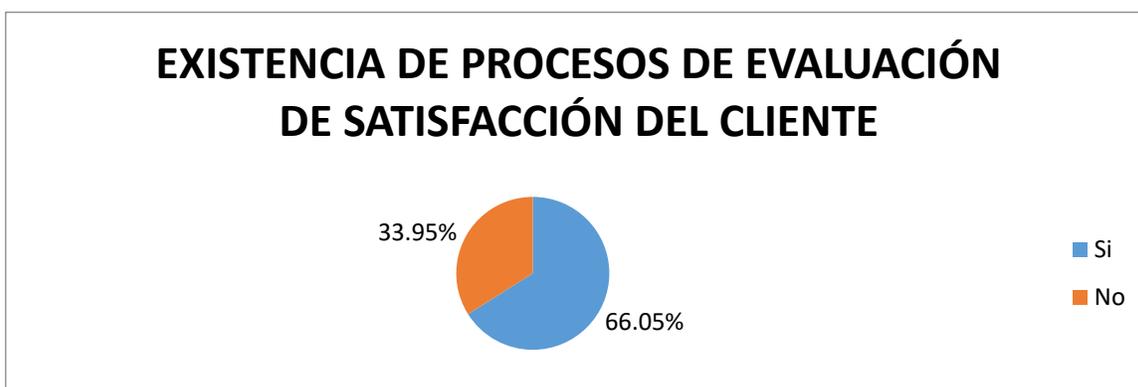
Pregunta 12



Fuente: investigación de campo agosto 2019. Retalhuleu

De acuerdo a la relación laboral empleado – empresa se puede determinar algunos aspectos determinantes que debe ser de conocimiento de los empleados, lo cual se manifiesta que sólo el 44.65% tiene conocimiento sobre el proceso de alguna certificación ISO a la que haya sido sometida la empresa. El 55.35% presenta desconocimiento sobre el tema, este tipo de certificación es determinante para la evaluación de procesos dentro de las empresas dedicadas al turismo.

Pregunta 13



Fuente: investigación de campo agosto 2019. Retailhuleu

Los procesos de evaluación son determinantes en los programas de fidelización, en las empresas sujetas a investigación, el 66.05% de las personas indicaron, que si existen procedimientos para evaluar la relación de satisfacción de los servicios, esto ayuda a conocer como se ha desarrollado la organización en el área, el 34% indicó que no existen estos procedimientos, es de gran importancia implementar estas herramientas para conocer las necesidades que tienen los clientes y darles solución para mejorar y garantizar la fidelización.

Pregunta 14



Fuente: investigación de campo agosto 2019. Retalhuleu

La capacidad de respuesta inmediata de insatisfacción de los clientes es determinante en los programas de fidelización, sólo el 33.95% de las empresas presentan resultados de evaluación de satisfacción de los servicios, el resto de las empresas el 66.05% lo realizan de forma trimestral. Si en la región las temporadas altas son semana santa, julio, agosto y diciembre, con relación a la medida del tiempo, no se tiene capacidad de respuesta para crear fidelización a los clientes, si los resultados se presentan cada trimestre para introducir mejora en los procesos y darlos a conocer a los clientes insatisfechos.

Pregunta 15



Fuente: investigación de campo agosto 2019. Retalhuleu

Dentro de los procesos de fidelización es importante las evaluaciones post prestación de los servicios, el 89.67% practica evaluaciones de post venta o prestación de los servicios después de que un cliente se ha retirado, estas evaluaciones ayudan a conocer cuáles son los servicios más

ofrecidos o vendidos determinando el porqué es más solicitado dicho servicio para implementarlo en ofertas, lo que determina que las evaluaciones están enfocadas a objetivos empresariales y no a procesos de satisfacción del cliente, el 10% indicó que no realizan estas evaluaciones se considera que dichas organización tiene un solo servicio o venta por lo que no es necesario evaluar el grado de satisfacción.

Pregunta 16



Fuente: investigación de campo agosto 2019. Retalhuleu

Los procesos de capacitación son indispensables para alcanzar un servicio con estándares de calidad, el 87% indicó que la organización tiene programas definidos de capacitación, mientras que el 12.92% indica que no cuentan o no existe programación de capacitación.

Pregunta 17



Fuente: investigación de campo agosto 2019. Retalhuleu

El 64.94% de los colaboradores indicaron que tiene conocimiento sobre los programas de fidelización, es importante que las personas conozcan sobre este tema pero es de mayor importancia que los conocimientos los pongan en práctica por ello se deben de tener en constantes evaluaciones para ver cómo se desenvuelven ante los clientes, el 35.06% indicó que no sabe sobre el tema.

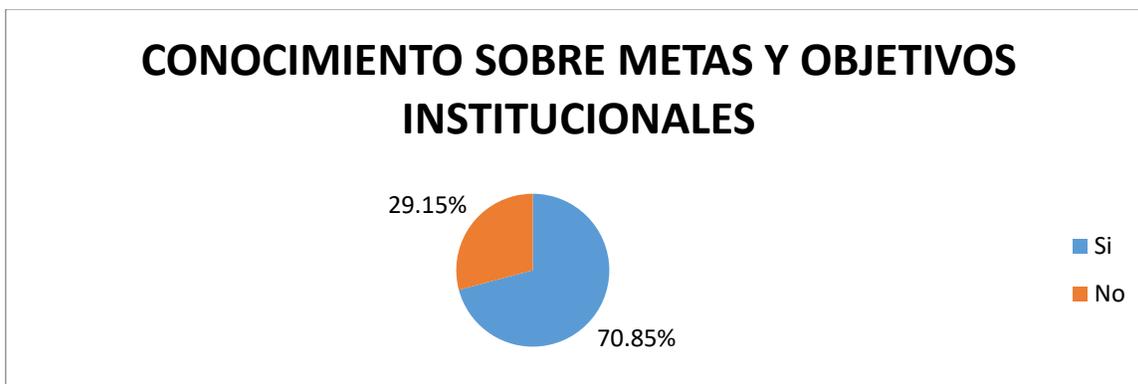
Pregunta 18



Fuente: investigación de campo agosto 2019. Retalhuleu

El 53.14% de los colaboradores indicaron que no sería una de sus opciones la empresa para la cual trabaja vacacionar en sus instalaciones, esto no indica que puede ser porque se tiene la experiencia de cómo es la atención que se da en las instalaciones, o bien sea porque han trabajado en esta instituciones por años y están aburridos de ir al mismo lugar, el 47% indican que si es una de las opciones para vacacionar, los colaboradores se sienten satisfecho con su trabajo.

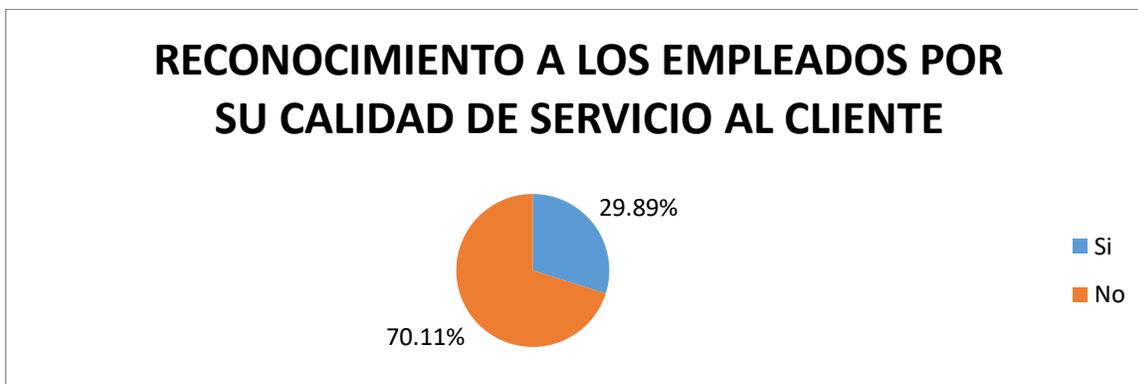
Pregunta 19



Fuente: investigación de campo agosto 2019. Retalhuleu

La identificación del personal con la empresa es determinante en los procesos de fidelización de los clientes, según datos estadísticos el 70.85% tiene conocimientos sobre los objetivos y metas que tiene la organización, el 29.15% indica que no conoce cuales son los objetivos y metas institucionales por estos detalles se puede ver reflejado lo resultados empresariales.

Pregunta 20



Fuente: investigación de campo agosto 2019. Retalhuleu

Los procesos de reconocimiento laboral, son determinante para que el empleado se identifique con la empresa y que adopte como política mejoras en su quehacer, sin embargo no es un tema de importancia en las empresa, sólo el 29.89% de los empleados a recibido un reconocimiento por su calidad de servicio al cliente, mientras que el 70.11% nunca ha recibido un reconocimiento, puede ser una alerta sobre el futuro de la empresa, ante el eminente peligro de la competencia.

Capítulo 3

Discusión y conclusiones

3.1 Extrapolación

Los paradigmas establecidos en las empresas guatemaltecas, con relación al tipo de trabajo son notorios en el sector turismo, enfocando las empresas que se dedican a servicios de alimentación, hotelería o servicio de recreación, por lo que la mayor parte del personal que trabaja para este sector son de género femenino, en edades jóvenes por un reflejo de juventud e imagen que desean transferir estas empresas, anteponiendo estos aspectos con relación a la experiencia. De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística INE (2014) La población de sexo femenino corresponde al 50.80% y de hombre el 49.20%. y las personas en edad productiva el 37.80% tiene entre 15 y 34 años (Pág. 8-9) sector en donde se ubica la mayor población de los sujetos de estudio.

Hernández (2012) “A través del proceso de aprendizaje, el sujeto deberá adquirir una serie de habilidades y contenidos que, internalizados en sus estructuras mentales, le permitirá aplicarlos en distintas situaciones y/o utilizarlos como recursos para adquirir nuevos conocimientos”. (Pág. 72) El hecho de trabajar para estas instalaciones, provoca un cambio de estatus quo, por lo que se pone de manifiesto la preocupación por prepararse académicamente en donde un número significativo de trabajadores tiene estudios universitarios, lo que provoca contar con un recurso humano que puede adaptarse a cualquier cambio que desee implementar la empresa, sobre todo que la mayoría tiene entre uno y cinco años de relación laboral, si en determinado momento no se logra motivar al personal o provocar oportunidades de superación dentro de la misma empresa puede representar un riesgo de rotación de personal I contar con mejores oportunidades fuera de la empresa.

Los procesos de evaluación del personal son determinantes en la creación de los programas de fidelización de las empresas, si y sólo si estos procesos son realizados para generar información para crear proyectos o programas que permitan a los empleados a mejorar en sus actividades laborales y que las empresa enfoquen sus esfuerzos en satisfacer los requerimientos de los clientes

y no utilicen esta herramienta en castigar o premiar al personal, lo cual puede provocar un ambiente hostil dentro de la empresa.

La estabilidad empresarial va acompañada del cumplimiento de los aspectos legales dentro de la empresa, con relación a la seguridad laboral que necesita el empleado, la relación de este tipo de empresa con el Instituto Guatemalteco de Turismo, ente que vela por la calidad y certificaciones de este tipo de empresas es determinante para brindar un servicio de calidad, así como el cumplimiento con relación a los compromisos de las empresas de acuerdo a las perspectivas que tienen los clientes al usar las instalaciones lo cual está determinando por lo que determina la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, herramienta que puede ser utilizada no sólo por aspectos legales, sino para corregir o implementar políticas de mejora continua para satisfacer los requerimientos de los clientes y brindar y servicio de calidad.

De acuerdo a los conceptos definidos en el término mercado Nadal (2010) “Afirmar que el mercado es un dispositivo social que se auto-regula equivale a sostener que la dimensión de lo económico no necesita de la intervención de las demás esferas de la vida social” (Pág. 2) El sector turismo tiene una ventaja ante cualquier otro tipo de empresas, lo cual consiste en que los clientes deben de contar con dinero y estar dispuestos a gastarlo, elemento fundamental en la relación, oferta y demanda. Ante esta característica la calidad de servicio en todo momento será cuestionada y referenciada, por lo que la calidad de servicio será determinante por lo que se deben establecer programas de fidelización aprovechando el recurso humano que el presente estudio se determina que la mayoría tiene estudios a nivel diversificado y universitario.

Pérez y Pérez (2006) “La aparición de las nuevas tecnologías en el trato al cliente ha permitido, además, una igualdad real de posibilidades entre grandes y pequeñas empresas en lo que respecta a la gestión de clientes. (Pág. 4), por lo que crear programas de fidelización es fundamental para la supervivencia de las empresas.

El reconocimiento de entrega y calidad de servicio a los empleados es fundamental para motivar a los empleados, de tal forma que se logre una identificación institucional y se preocupe por todos los aspectos que se relacionen con la institución de tal forma que se pueda proporcionar información sobre los reconocimientos que se tengan, así como las certificaciones que son inherentes a la calidad que se brinda de estos servicios.

La socialización de la información, sobre los resultados obtenidos tanto financieros como el grado de satisfacción de los clientes, es determinante para crear programas de fidelización de parte de los clientes hacia las instituciones dedicadas al turismo, estos procesos inciden en crear programas de mejora continua que se reflejan en la calidad de los servicios. La preocupación de las empresas por brindar un seguimiento luego que los clientes han utilizados las instalaciones, no se constituye en una política importante, sin embargo no es cultura institucional la aplicación de estos procesos en las empresas guatemaltecas.

Los enfoques de los programas de capacitación son parte importante dentro de la formación del recurso humano. De acuerdo al estudio realizado van enfocados a capacitaciones técnicas para mejorar las operaciones operativas o la calidad del servicio, sin embargo no existen procedimientos enfocados a programas del impacto que tiene este tipo de capacitación con relación de generar un proceso de fidelización desde la empresa hacia el mercado establecido, lo cual se refleja en que una significativa parte de las personas sujetas de estudio no tienen conocimiento sobre este tipo de programas. Estos resultados se reflejan en que la mayor parte de trabajadores no ven como una opción las instalaciones como un destino turístico en el momento en que decidan una salida familiar.

El proceso administrativo aplicado en este tipo de empresas, tiene enfoques estratégicos que ha permitido socializar la información con los empleados, de tal forma que se tiene conocimiento sobre los objetivos y las metas institucionales.

3.2 Hallazgos y análisis general

El proceso de investigación realizado en las empresas dedicadas al turismo en Retalhuleu, con el tema “Servicio al cliente para la fidelización empresarial en parques turísticos de Retalhuleu” ha determinado que la mayoría de personas que tienen una relación directa de comunicación entre los usuarios de los servicios, son de sexo femenino y que se tiene capacidad de recurso humano para la implementación de programas de fidelización para brindar calidad en los servicios y buscar la fidelización de parte de los clientes, pues están preparados académicamente por tener estudios a nivel diversificado y universitario.

Las instituciones dedicadas a esta actividad, cumplen en su mayoría con la legislación guatemalteca, con relación al Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) y a la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, las cuales han sido sometidas a procesos de certificaciones tanto a nivel nacional como internacional, por lo que la calidad en cuanto a la prestación de los servicios de alimentación, hospedaje y calidad de instalaciones ha sido la preocupación, pero se ha descuidado de forma leve procesos de fidelización al cliente a través de programas que busquen la identificación de recurso humano, tomando en cuenta que dicho proceso se inicia desde los empleados hasta el consumidor de los servicios.

Los empleados están conscientes que la calidad en los servicios tienen deficiencias, lo cual se refleja en los procesos de evaluación tanto a nivel personal, con evaluaciones de desempeño, las cuales van enfocadas a determinar la productividad de los empleados y no a generar programas de capacitación que permitan una mayor identificación de los empleados con la institución, de tal forma que la relación de programas de fidelización, capacitación, enfocados a brindar un servicio de calidad, será determinante mientras se brinde un empoderamiento a los empleados, con relación a su quehacer laboral y que puedan tomar decisiones inherentes a su puesto de trabajo, que les permita alcanzar una identificación institucional que pueda ser transmitida a los consumidores finales a través de un servicio con sinergia y empatía y que pueda ser visualizada por los clientes en busca de la satisfacción de sus requerimientos y necesidades.

3.3 Conclusiones

1. Los programas de fidelización no están establecidos dentro de los procedimientos de las instituciones dedicadas al turismo en Retalhuleu, la mejora continua con relación a la calidad de los servicios está enfocada a procesos de capacitación en busca del alcance de los objetivos institucionales, sin tener procesos de evaluación sobre la satisfacción en la prestación de los servicios a los consumidores
2. El nivel de la calidad que brindan los centros turísticos es aceptable, condicionada por dos fuerzas externas, como lo es la legislación guatemalteca, que busca mantener estándares internacionales en este tipo de instituciones, así como la introducción de nuevos competidores en el mercado, este tipo de actividad atrae a mayores inversionistas, por lo que la calidad del servicio a través de programas de fidelización establecidos a través de la formación del recurso humano será determinante para la sostenibilidad y desarrollo de estas empresas.
3. Este tipo de empresas cuenta con una ventaja laboral, ya que la mayoría de sus trabajadores cuenta con un grado académico ideal (diversificado y universitario) para la implementación de programas de fidelización a través de procesos de capacitación y software que faciliten la evaluación de los niveles de satisfacción de las personas que hacen uso de las instalaciones.
4. Las empresas ven a los empleados como una fuente generadora de ingresos, mediante la calidad de los servicios que se presten, determinado por el bajo nivel de reconocimiento personal que se realiza a los empleados, por lo que existe una baja identificación del personal con relación a la preferencia de uso de las instalaciones desde el punto de vista personal.

Referencias

Bibliográficas

- Alcaide, J. (2015). Fidelización de clientes. Madrid: ESIC. Recuperado el 19 de Marzo de 2016.
- Alcaide, Juan Carlos (2010) Fidelización de clientes, Esic editorial, Torrejon de Ardoz (Madrid, España)
- Instituto Nacional de Estadística de Guatemala (2015) República de Guatemala: Estadísticas Demográficas y Vitales 2014.
- Nadal, Alejandro El Concepto de Mercado. Universidad Nacional Autónoma de México. Marzo 2010. Editorial Conceptos y Fenómenos Fundamentales de Nuestro Tiempo.
- Oliva, (2008), La calidad en el servicio al cliente España, Publicaciones Vértice.
- Pérez David y Pérez Martínez de Ubago, Isabel. (2006) La Fidelización de los Clientes. Técnicas CRM. Las nuevas aplicaciones del Marketing Moderno. Escuela de Negocios.
- Pérez Torres, Vanessa Carolina (2010) Calidad total en la atención al cliente, Editorial ideas propias, vigo 2006

Digitales

<https://www.diacogob.gt/site/index.php/files/19/COM>

Ley Reglamento de la ley de Protección al Consumidor y Usuario

<http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1364/mercado.html>

Definición de Mercado

<https://www.ine.gob.gt/ine/>

Instituto Nacional de Estadística

<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/icap/unpan031175.pdf>

Educación y Aprendizaje <http://www.inguat.gob.gt/>

Instituto Nacional de Turismo

Legislación

Acuerdo Gubernativo 425-95 Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO)

Acuerdo Gubernativo Número 777-2003 Ministerio de Economía. Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario.

Código de Trabajo de Guatemala, Decreto No. 1441.

Constitución Política de la República de Guatemala, Asamblea Nacional Constituyente, Mayo 1,985

Ley Orgánica del Instituto Nacional de Turismo. Decreto 1701 del Congreso de la República de Guatemala

Revistas

Revista de la Educación Superior, Volumen 13, septiembre 2012 Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. México Distrito Federal

Anexos

Boleta de encuesta

Universidad Panamericana, sede Retalhuleu, requiere dentro del proceso de formación académica en la carrera de Licenciatura de Administración de Empresas, establece la generación de conocimiento a través del estudio de problemáticas, administrativas, económicas, mercadológicas de procesos o sociales para generar información que contribuya a proponer soluciones, por lo que se realiza una investigación descriptiva, para determinar como el Servicio al cliente permite la fidelización empresarial en los parques turísticos de Retalhuleu.

Instrucciones: A continuación se realizan interrogantes las cuales debe responder de forma objetiva. La información es confidencial.

Sección I: información general.

Género: F M

Edad: _____

Grado académico _____

Puesto que ocupa: _____

Tiempo de servicio a la empresa _____

Sección II: preguntas para investigación.

1. ¿En su puesto de trabajo aplican evaluaciones de desempeño?

SI NO No sabe/No respondió

2. ¿Utilizan de forma correcta el libro de quejas?

SI

NO

No sabe/No respondió

Si la respuesta es SI, pasar a la tercera pregunta, si la respuesta es NO, pasar a la cuarta pregunta.

3. ¿A cada cuánto revisan el libro de quejas?

Semanal

Mensual

Trimestral

4. ¿Cómo considera el servicio que se le brinda a los clientes?

Excelente

Bueno

Regular

Malo

5. ¿Cómo considera las instalaciones?

Excelentes

Buenas

Regulares

Malas

6. ¿Cómo considera el servicio de alimentación que se le brinda?

Excelente

Bueno

Regular

Malo

7. ¿Conoce sobre algún reconocimiento que haya recibido el parque para la cual trabaja, por calidad en sus servicios?

SI

NO

Mencione algunos _____

8. ¿Conoce alguna certificación ISO a la cual haya sido sometida la empresa para la cual trabaja?

SI

NO

Mencione algunas _____

9. Dentro de las políticas institucionales ¿Existe un procedimiento para evaluar la relación de satisfacción de los servicios?

SI

NO

Si la respuesta es afirmativa pasar a la pregunta 10 en caso contrario pasar a la 11.

10. ¿A cada cuánto presentan los resultados de satisfacción al cliente?

Semanal Mensual Trimestral Semestral Anual

11. Dentro de las políticas institucionales ¿Realizan evaluaciones post venta o prestación de los servicio después que el cliente se haya retirado de las instalaciones?

SI

NO

12. Dentro de la institución ¿Tienen definida un programación de capacitaciones con enfoques en la calidad del servicio?

SI

NO

13. ¿Tiene conocimiento sobre programas de fidelización?

SI

NO

14. Las instalaciones de la institución para la cual trabaja, ¿Sería una de sus opciones para vacacionar?

SI

NO

15. ¿Tiene conocimiento sobre los objetivos y metas institucionales?

SI

NO

16. ¿Alguna vez ha recibido algún reconocimiento por la calidad de servicio que le brinda a los clientes?

SI

NO