



Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Administración de Empresas

**Planeación Estratégica para la mejora del servicio al cliente en los
colegios en la ciudad de Guatemala**

(Artículo científico – Trabajo de graduación)

Julia Yolanda Osoy Pérez

Guatemala, noviembre 2020

**Planeación Estratégica para la mejora del servicio al cliente en los
colegios en la ciudad de Guatemala**

(Artículo científico – Trabajo de graduación)

Julia Yolanda Osoy Pérez

M. Sc. Silda Miranda Medina (**Asesor**)

M. A. Alex Eduardo Cárcamo Guillén (**Revisor**)

Guatemala, noviembre 2020

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

M.Sc. Ingrid Sucely de León Piedra santa
Coordinadora

Guatemala, 07 de noviembre de 2019

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Presente

Por este medio doy fe que soy autor del Artículo científico titulado **“Planeación Estratégica para la mejora del servicio al cliente en los colegios en la ciudad de Guatemala”** 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,



Julia Yolanda Osoy Pérez

Licenciatura en Administración de Empresas

Carné No.: 201300268

REF.:C.C.E.E.LAE. A01-PS.003.2020.

LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS.
GUATEMALA, 03 DE MARZO DE 2020.

DICTAMEN

Asesora: M.Sc. Silda Iliana Miranda Medina

Revisor: M.A. Alex Eduardo Cárcamo Guillen

Artículo científico titulado: "Planeación Estratégica para la mejora del servicio al cliente en los colegios en la ciudad de Guatemala."

Presentada por: Julia Yolanda Osoy Pérez.

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

En el grado de: Licenciada en Administración de Empresas.

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz

Decano

Facultad de Ciencias Económicas



Guatemala, 26 de octubre 2019

Señores

Facultad de Ciencias Económicas

Universidad Panamericana

En relación al trabajo del artículo científico con el tema: **Planeación Estratégica para la mejora del servicio al cliente en los colegios en la ciudad de Guatemala**, realizado por Julia Yolanda Osoy Pérez, estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, con carné 201300268, he procedido a la asesoría del mismo, haciendo constar que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

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

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


M.Sc. Silda Iliana Miranda Medina
Colegiado 8455
Tel: 58252144

Guatemala, 17 de diciembre 2019

Señores

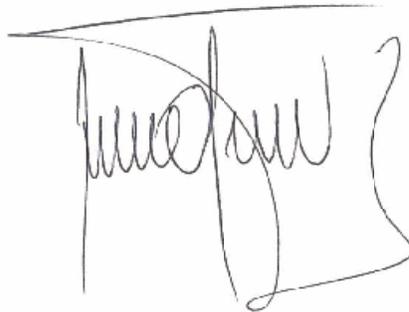
Facultad de Ciencias Económicas

Universidad Panamericana

En relación al trabajo del artículo científico con el tema: **Planeación Estratégica para la mejora del servicio al cliente en los colegios en la ciudad de Guatemala**, realizado por Julia Yolanda Osoy Pérez, estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, con carné 201300268, 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 a lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.

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



M. A. Alex Eduardo Cárcamo Guillén

Colegiado No. 8452

Contenido

Abstract	i
Introducción	ii
1. Metodología	
1.1 Planteamiento del problema	01
1.2 Pregunta de investigación	03
1.3 Objetivos de investigación	03
1.3.1 General	03
1.3.2 Específicos	03
1.4 Definición del tipo de investigación	03
1.4.1 Investigación descriptiva	03
1.5 Sujetos de investigación	03
1.6 Alcance de la investigación	04
1.6.1 Temporal	04
1.6.2 Geográfico	04
1.7. Definición de la muestra	04
1.7.1 Empleo muestra finita o Infinita	04
1.8 Definición de los instrumentos de investigación	05
1.9 Recolección de datos	06
1.10 Procesamiento y análisis de datos	06
2. Resultados	
2.1 Presentación de resultados	07
3. Discusión y conclusiones	
3.1 Extrapolación	26
3.2 Hallazgos y análisis general	29
3.3 Conclusiones	30
4.Referencias	31
Anexos	32

Abstract

En la década de los noventa, se consolidó una nueva tendencia la cual consistía en colocar al cliente y sus necesidades para todas las decisiones en primera instancia. A esto le llamaban “Filosofía del servicio al cliente”

En 1946 la ISO (Organización Internacional de Normalización) fijo estándares para el servicio al cliente.

En el año 1972 el Instituto de Calidad de servicio, proporcionó capacitaciones en el servicio al cliente, desarrollando seminarios, libros, videos y publicaciones orientadas a la capacitación. A medida que avanzan los años y con la introducción del internet se proporcionó una plataforma para dar mayor seguimiento y mejores oportunidades hacia el servicio al cliente. Los avances tecnológicos dan mejores oportunidades para ampliar las oportunidades de la comunicación entre los clientes y la empresa.

Se iniciaron las estrategias de marketing las cuales iniciaron la formación continua y en tiempo real la atención y la importancia al cliente para los empleados. La investigación que se desarrolló muestra la importancia de crear un plan general de acción que coadyuve a mejorar el servicio al cliente en los colegios de la ciudad de Guatemala. Se deja ver que el servicio tanto al cliente interno es decir estudiantes, como al cliente externo, padres de familia, deben ser prioridad en el plan estratégico de estas instituciones.

Introducción

En la actualidad una empresa tiene sentido porque tiene clientes, porque produce bienes o servicios que satisfacen sus necesidades. Brindar servicio al cliente es de vital importancia no importando si la empresa es pequeña, media o grande. Los clientes son la imagen de la empresa.

Garantizar la calidad del servicio es un gran compromiso y para eso se debe capacitar constantemente a los empleados, cumplir con las expectativas del cliente, no cometer errores y sobre todo cumplir con las necesidades de nuestros clientes.

Toda empresa que desea permanecer en el mercado, crecer y ser exitosa, debe saber a qué mercado está dirigida, conocer quiénes son sus clientes, el nivel de calidad de los servicios dependerá de las actitudes de todo el personal de la empresa. El servicio es la solución de un problema o la satisfacción de una necesidad.

Se desarrolla la investigación considerando los siguientes capítulos:

En el Capítulo 1 se realizó un análisis de la problemática basada en el servicio al cliente en las instituciones educativas privadas de la zona 16 de Guatemala, tomando en cuenta la opinión de alumnos, padres de familia y colaboradores de las instituciones.

En el Capítulo 2 a través de nuestro instrumento de investigación se realizó un cuestionario y dos entrevistas en la cual comprobamos la satisfacción de alumnos, padres de familia y empleados, con el fin de cumplir con nuestros objetivos y a la vez medir el servicio al cliente en las instituciones educativas privadas.

En el Capítulo 3 Se realizó un análisis de los resultados obtenidos de nuestros instrumentos de investigación para que a su vez podamos definir nuestras conclusiones para poder fortalecer y hacer una mejora en el servicio al cliente brindado por las instituciones educativas privadas.

Capítulo 1

Metodología

1.1 Planteamiento del problema

El personal administrativo, en todos sus niveles y responsabilidades, tiene a su cargo el desarrollo de procesos que apoyan la gestión operativa de la institución; por lo tanto, existe un gran número de funcionarios que son, tanto proveedores de otros funcionarios, como clientes internos de otros.

Ojeda Zambrano Carla. (2011). Calidad del servicio al cliente en instituciones de educación superior. www.gestiopolis.com

Conforme los años avanzan dentro de las instituciones educativas se ha visto mermado el servicio al cliente ya que la era de la tecnología ha invadido la sociedad y para poder crear un impacto positivo dentro de las mismas debemos contar con productos y estándares de alta calidad como también personal que le brinden un mayor valor a las instituciones poniendo en práctica experiencias y conocimientos para poder crear líderes dentro del mercado. Esto debido a la demanda por los estudiantes con el objetivo de cumplir y velar por sus necesidades, a la vez mostrar la importancia de mantener un servicio de alta calidad.

Carlos Jiménez Carrero (2017) Indica:

Esto nos lleva a la actualidad. Ahora tenemos la tecnología necesaria para ofrecer un software de atención al cliente que sea realmente “omnichannel” y que se centre en los canales digitales más usados por los clientes. El futuro del servicio de atención al cliente en redes sociales no es lineal, sino un ecosistema interactivo.

Con el software adecuado, los datos de los clientes son agregados y cada solicitud es enviada al agente más adecuado para el trabajo. De esta forma se pueden establecer conexiones personales entre los clientes y las marcas, dado que los agentes, gracias a los beneficios de la tecnología, pueden ofrecer el servicio personalizado que los clientes demandan. Se acabó la pérdida de información, los agentes sobrecargados e

ineficientes y el servicio reactivo. A partir de ahora, ofreceremos simple y llanamente un servicio de atención al cliente extraordinario, impulsado por las personas y perfeccionado por la tecnología.

Las tres etapas del servicio al cliente

- Voz: servicio lineal, no interconectado, transacciones funcionales.
- Variedad de canal: Todavía servicio lineal, poco uso compartido de datos.
- Omnichannel: servicio multifacético, atención al cliente en entorno interactivo, experiencia del cliente satisfactoria.

Karl Albrechten (2001) afirma que:

Ilustró como un triángulo la filosofía del servicio y definió cada uno de sus componentes:

1. El cliente: Es la persona que compra los bienes o servicios que vendemos y como tal es a quien debemos identificar y conocer.
2. La estrategia: Una vez se conoce al cliente tanto en sus partes demográficas (donde se le ubica, qué hace, como quién vive, nivel de ingresos, entre otros), como psicográfica (que corresponde a los que piensa y siente con respecto a nuestro producto o servicio), se establece la estrategia.
 - Servicio al cliente, la estrategia tiene dos orientaciones: una interna que tiene que ver con el servicio y otra externa que corresponde a la Promesa del servicio al cliente, que se ofrece a los clientes. Esta promesa que se hace a los clientes debe ser monitoreada, debe medirse el nivel o grado en que se cumple; a ello se le denomina Acuerdo de niveles de servicio, sobre los que se precisará más adelante al finalizar los componentes del triángulo de servicio.

Los colegios en Guatemala, tienen necesidad de brindar un servicio adecuado a sus usuarios, y es imprescindible utilizar herramientas que les permitan ese servicio de calidad, por lo que un plan estratégico podría convertirse en una herramienta que les apoye en el tema de la mejora de la atención a sus clientes. Por tal razón se considera importante realizar investigación que pueda dar lugar a contestar el siguiente cuestionamiento.

1.2 Pregunta de investigación

¿Es la planeación una herramienta para la mejora del servicio al cliente en instituciones educativas en la ciudad de Guatemala?

3 Objetivos de investigación

1.3.1 General

Averiguar si un plan de acción estratégico podría dar lugar a la mejora del servicio al cliente en las empresas educativas para que dichas organizaciones mejoren su posicionamiento en el mercado.

1.3.2 Específicos

- Indagar el uso de las herramientas existentes para identificar uno de los problemas internos dentro de la empresa que puede estar afectando la calidad del servicio.
- Analizar los costos que puede ocasionar la implementación de la alternativa de solución a la problemática.

1.4 Definición del tipo de investigación

1.4.1 Investigación descriptiva

Esta investigación nos ayuda a la recolección de información con el instrumento del cuestionario, la cual es sometida a un proceso de codificación, tabulación y análisis estadísticos, esto a su vez identifica formas de conducta, aptitudes de las personas que se encuentran en el universo de la investigación, descubre y comprueba la posible asociación de las variables de investigación.

1.5 Sujetos de investigación

Para poder evaluar el servicio al cliente es importante la participación en esta investigación de Directores, padres de familia, alumnos y docentes quienes emitirán su opinión e informarán como mejorar este servicio.

1.6 Alcance de la investigación

1.6.1 Temporal

La presente investigación tiene una duración de 06 meses, la cual inicio el 19 de mayo del 2019 y finalizara el 30 de noviembre del 2019.

1.6.2 Geográfico

La presente investigación se llevó a cabo en la ciudad de Guatemala, según datos obtenidos en el Ministerio de Educación, en donde se obtuvo listado de colegios actualmente están inscritos según reglamento, considerando para la investigación los colegios ubicados en la zona 16 de la ciudad de Guatemala.

Listado de los colegios

De las dos zonas.

1.7 Definición de la muestra

1.7.1.1 Empleo de muestra finita o infinita

Se determinó estadísticamente una muestra finita, dado que el listado de los colegios de las zona 16 son 10 colegios de renombre, quienes cuentan con una media de población de 500 estudiantes en cada colegio, por lo que se determina que la población de estudiantes de 5,000 estudiantes por lo que se aplica la siguiente fórmula.

Utilizando la fórmula estadística para definir el tamaño de la muestra o cantidad de personas que conformarían la muestra.

$$n = \frac{z^2 (p) (q) (N)}{e^2 (N-1) + z^2 (p) (q)}$$

N = universo estimado o inferido
 n = muestra buscada
 z = valor de z
 p = probabilidad de éxito
 q = probabilidad de fracaso
 e = error de la muestra

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (5000)}{(0.05)^2 (5000-1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)} \quad n = 357$$

El valor de z, corresponde a un nivel de confianza del 95% sobre la información que proporcionen las personas encuestadas; una proporción (p) de 0.50 y complemento (q) de 0.50; (cabe mencionar que los valores de “p” y “q” se asume que tienen un valor de 50% ó 0.50, por no conocerse mediante estudio previo el grado de satisfacción del servicio al cliente de los padres de familia, Directores, alumnos y docentes, la población (N) de 5,000 alumnos y un error de la muestra permitido del 5%, definido a criterio de esta investigación.

Se realizará para contar con un número par a 360 estudiantes, la muestra se divide para pasar a 36 estudiantes por colegio. Se realizará también una entrevista a profundidad a los Directores, subdirectores y algunos docentes de los diferentes colegios. Se traslada la entrevista a 50 Directores 25 subdirectores y a 25 docentes. Padres de familia, También se realiza una encuesta a profundidad para padres de familia y se traslada de forma aleatoria a diez padres de familia por colegio.

1.8 Definición instrumento de investigación

El instrumento que se utiliza para realizar la investigación es el cuestionario conformado por preguntas con respuestas dicotómicas y de opción múltiple para que sea de fácil comprensión y recopilación, fortalecido para revelar o aportar información de acuerdo con los objetivos propuestos y una encuesta a profundidad.

1.9 Recolección de datos

La recolección de datos se realiza durante el mes de septiembre, a través del cuestionario y entrevista elaborado y trasladado de forma digital a 360 alumnos y se realizara la entrevista a 50 Directores 25 subdirectores, 25 docentes y a 50 Padres de familia de los diferentes centros educativos de la zona 16 de la ciudad de Guatemala.

1.10 Procesamiento y análisis de datos

Este procesamiento y análisis de datos se desarrolla mediante un sistema estadístico, que permite analizar la información de forma cuantitativa y la presentación de resultados de forma gráfica para una fácil comprensión e identificación de los porcentajes de resultados obtenidos.

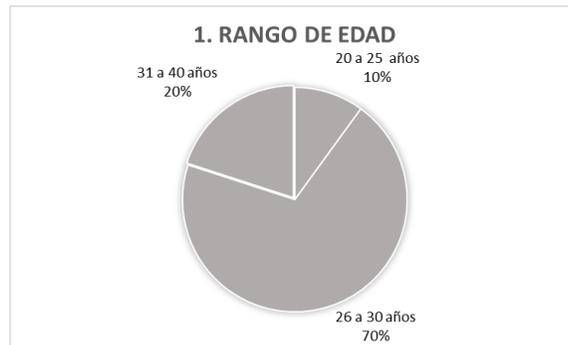
Capítulo 2

Resultados

2.1 Presentación de resultados

De acuerdo con las entrevistas a padres de Familia, se obtiene la siguiente información que a continuación se detalla:

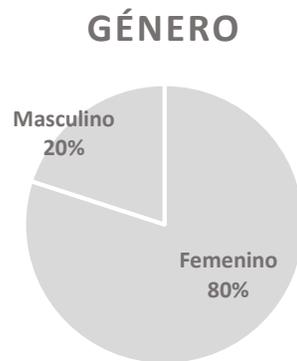
Gráfica 1 más grande la gráfica



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Se comprobó que la mayoría de los encuestados son padres de familia que se encuentran en un rango de edad comprendida entre los 26 a 30 años.

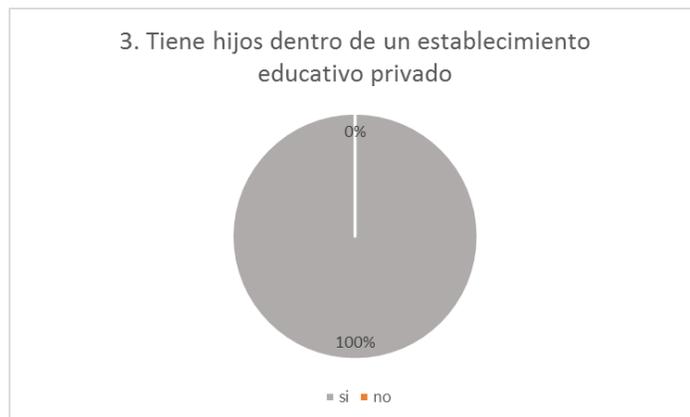
Gráfica 2



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

En esta pregunta, se evidencio que la mayoría de los padres encuestas son de género femenino.

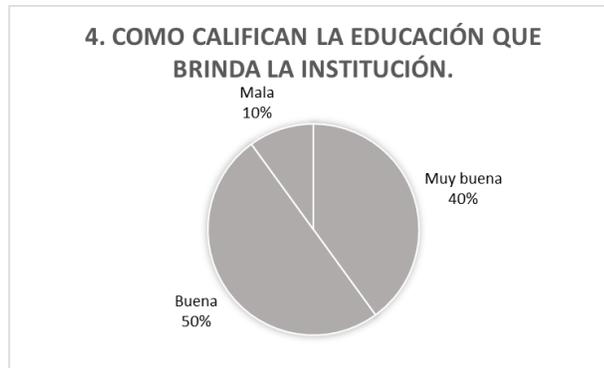
Gráfica 3



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

El 100% de las personas encuestadas tiene hijos en un establecimiento educativo.

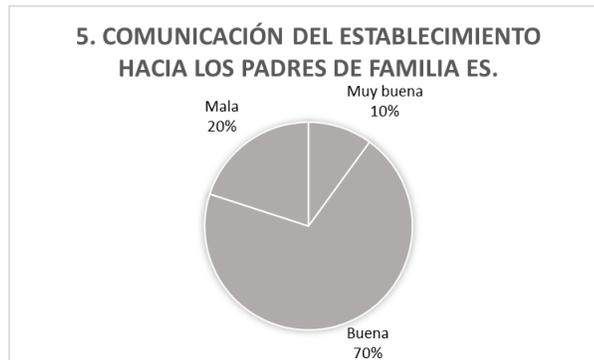
Gráfica 4



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

El 50% de los encuestados manifiesta que es buena la educación de la institución.

Gráfica 5



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

El 70% de las personas encuestadas creen que la comunicación es buena y solo un 10% cree que es muy buena.

Gráfica 6



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

El 40% cree que las instalaciones son adecuadas y otro 40% dicen que son muy buenas.

Gráfica 7



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Un 50% de los encuestados opina que los colegios informan de forma clara y comprensible y el otro 50% opina que no es así.

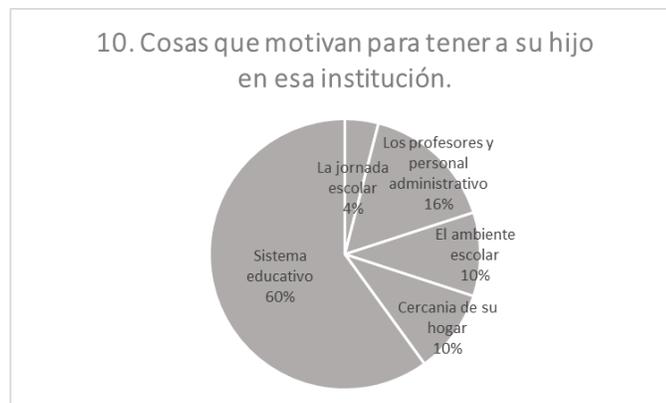
Gráfica 9



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

El 50% de los encuestados opinan que el personal de los colegios se muestra siempre atento y amable y un 30% opina que pueden mejorar.

Gráfica 10

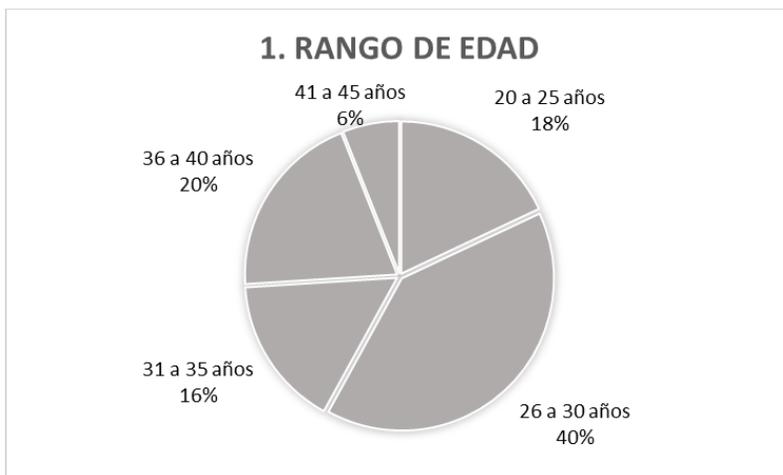


Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

El 50% de los encuestados dicen que el motivo por el cual escogen una institución educativa es por el sistema educativo.

De acuerdo con la entrevista realizada a Directores, Subdirectores y Docentes, se obtiene la siguiente información que a continuación se detalla:

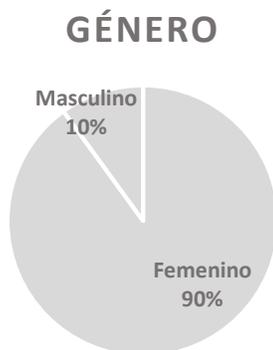
Gráfica 1



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Se comprobó que la mayoría de los entrevistados se encuentran en un rango de edad comprendida entre los 26 a 30 años.

Gráfica 2



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

En esta pregunta, se evidenció que la mayoría de Directores y Docentes entrevistados son de género femenino.

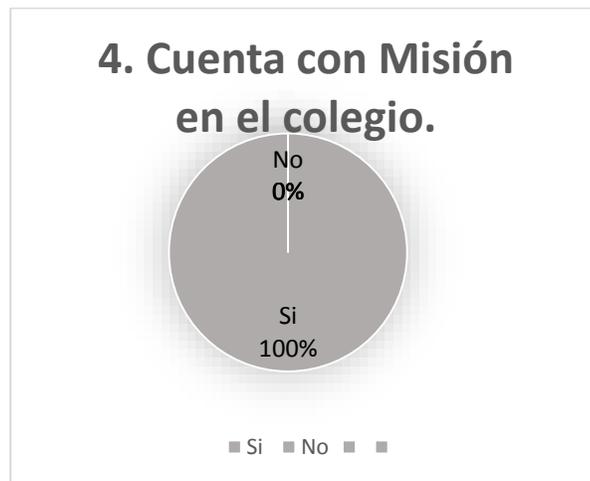
Gráfica 3



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

En esta grafica podes observar que el 96% de esta entrevista se realizó a los docentes.

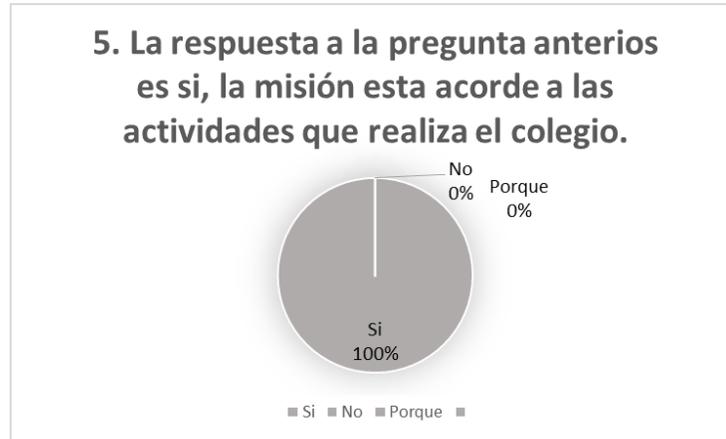
Gráfica 4



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

El 100% de los colegios cuenta con una misión.

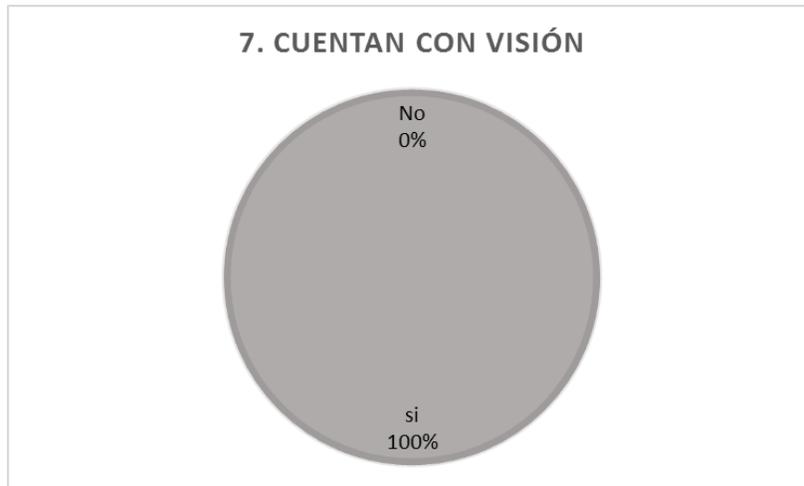
Gráfica 5



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

El 100% de los colegios cuenta con una misión que está acorde a las actividades que realizan.

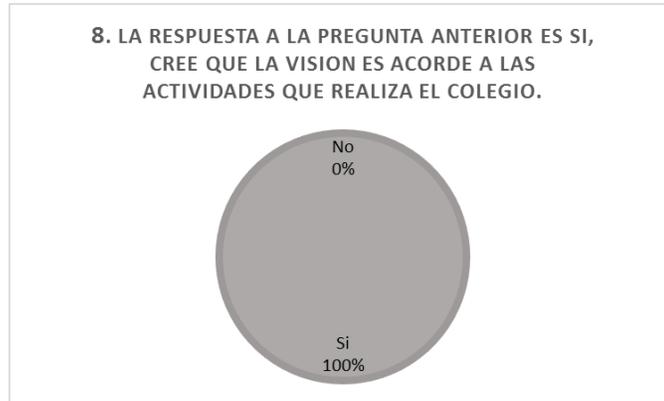
Gráfica 7



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

El 100% de los entrevistados dicen que el colegio si cuenta con una visión.

Gráfica 8



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

El 100% de los entrevistados dicen que la visión del colegio es acorde a sus actividades.

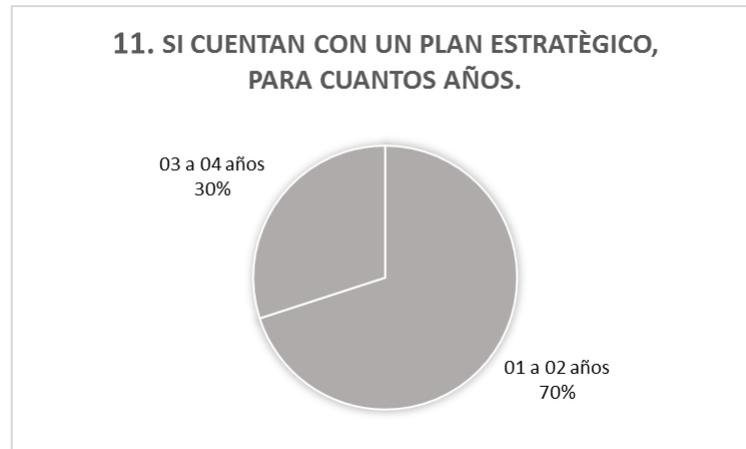
Gráfica 10



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

El 100% de los entrevistados indican que el colegio en donde laboran cuenta con un plan estratégico.

Gráfica 11



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

El 70% de los entrevistados indica que el plan estratégico es de 01 a 02 años.

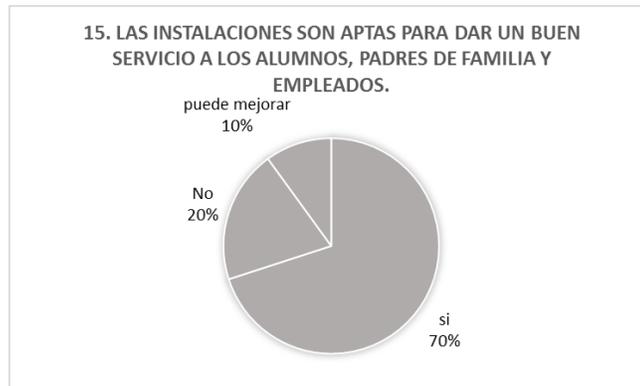
Gráfica 14



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

En esta grafica podemos observar el solo un 90% cree que el servicio que brindan es bueno.

Gráfica 15



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

En esta grafica se observa que el 70% opina que las instalaciones del colegio en el cual laboran son aptas para dar un buen servicio.

Gráfica 16



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

El 100% de los entrevistados está de acuerdo que reciben capacitaciones en los colegios.

Gráfica 17



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

El 100% de los entrevistados está de acuerdo que los colegios cuentan con un pensum de estudios actualizado ya acorde a las exigencias a la nueva tecnología.

Gráfica 18

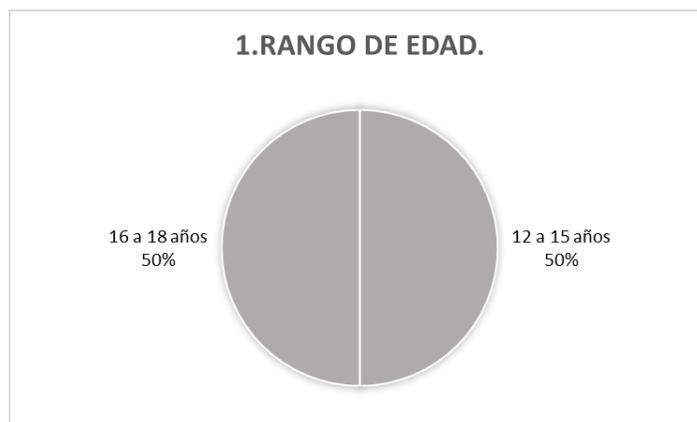


Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

El 50% de los entrevistados opina que las ventajas competitivas con relación a los colegios son las instalaciones, personal capacitado y pensum de estudio.

De acuerdo con la encuesta realizada a Alumnos, se obtiene la siguiente información que a continuación se detalla:

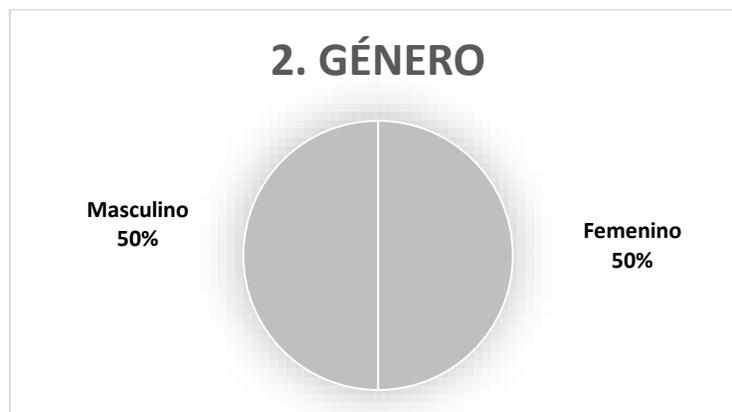
Gráfica 1



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

La encuesta se realizó a un 50% de alumnos de 12 a 15 años y a otro 50% de alumnos entre las edades de 16 a 18 años.

Gráfica 2



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Esta pregunta nos indica que los alumnos entrevistados son un 50% mujeres y un 50% hombres.

Gráfica 3



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Esta grafica nos muestra en qué grado cursan los alumnos encuestados.

Gráfica 4



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

El 90% de los alumnos encuestados opinan que estudian en un ambiente en donde estudiar es satisfactorio.

Gráfica 5



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

El 80% de los alumnos consideran que las actividades extra curriculares aumentan su rendimiento escolar.

Gráfica 6



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Un 60% de los alumnos opina que si toman en cuenta sus ideas para un mejoramiento dentro de la institución educativa.

Gráfica 7



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Esta grafica nos muestra que los alumnos indican que la comunicación asertiva es un 70%.

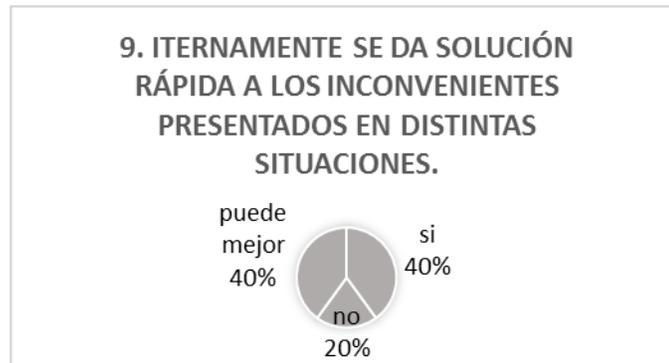
Gráfica 8



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

El 80% de los alumnos encuestas opina que el personal es siempre atento y amable.

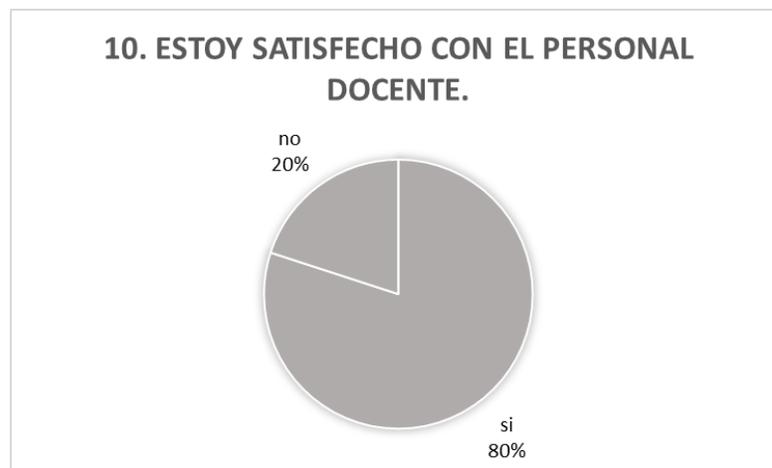
Gráfica 9



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Los resultados de esta grafica nos muestran que los alumnos opinan que la solución rápida a los inconvenientes presentados en distintas situaciones puede mejorar.

Gráfica 10



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Esta grafica nos muestra que el 80% de los alumnos encuestados están satisfechos con el personal docente.

Gráfica 11



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

El 80% de los alumnos encuestados opinan que las instalaciones son adecuadas para facilitar el aprendizaje.

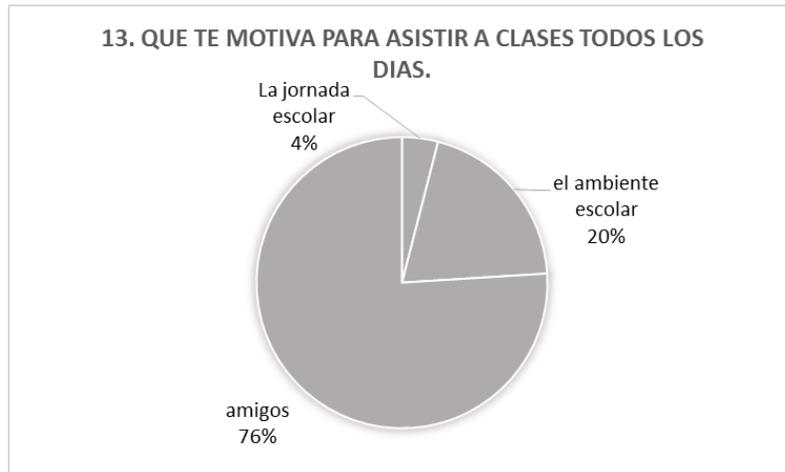
Gráfica 12



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Esta grafica nos muestra que el 70% de los alumnos está satisfecho con la metodología que utilizan los docentes.

Gráfica 13



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

La grafica nos muestra que el 76% encuentra motivación en sus amigos para asistir a clases todos los días.

Capítulo 3

Discusión y conclusiones

3.1 Extrapolación

Según los datos obtenidos en la página del Mineduc, en el año 2018 participaron 4,083 establecimientos educativos sienten un total de 158,161 estudiantes graduados los cuales fueron evaluados en el área de lectura y matemática. Esto con el fin de informar a la comunidad educativa acerca que nivel académico que obtienen los egresados del sistema Educativo Nacional, con los resultados de las evaluaciones se puede tomar decisiones para la mejora de calidad educativa. Esta evaluación es censal y obligatoria para todos los estudiantes de centros educativos públicos, privados, por cooperativa y municipales. Según la tabla de resultados la ciudad capital tiene un entra en el área con mejores resultados teniendo un resultado de un 41.72% en lectura y un 16.71% en Matemáticas. Así mismo se resalta que las instituciones educativas privadas tienen mejores resultados en ambas áreas, según los resultados de 1,151 centros educativos privados evaluados en el departamento de Guatemala, solo 130, es decir un 11.30% de los colegios, gana las pruebas

En la gráfica No.4 de la entrevista a padres de familia podemos observar que un 40% opina que la institución educativa le brinda una buena educación a sus hijos, esto se puede comprobar con los resultados que publica el Ministerio de Educación con las evaluaciones que realiza año con año a los estudiantes de tercero básico y a los estudiantes que están por graduarse, el nivel del pensum que los colegios establecen se comprueba con estas pruebas, se puede comprobar en la página del Mineduc que resultados obtienen los alumnos de los centros educativos.

En la gráfica No.5 de la entrevista a padres de familia se resalta que no solo se busca que los alumnos tengan un buen aprendizaje sino que también que se tenga una buena comunicación con los padres de familia ya que es muy importante que los padres de familia sean parte de la educación de los alumnos, no solo es trabajo de los centros educativos formar a los alumnos sino de los padres de familia también.

En la gráfica No. 8 de la entrevista a padres de familia observamos que un 50% está de acuerdo con la metodología que utilizan el centro educativo para la enseñanza de los alumnos. Es muy importante que esta sea clara y comprensible para que los alumnos puedan comprender así mismos los padres de familia.

En 2,002 Samuel Gento Palacios

Los resultados en los clientes se basaran en la evidencia de dos supuestos, a saber: la percepción que tienen los clientes externos sobre la empresa, y sobre sus productos y servicios, así mismo como de sus relaciones con dichos clientes, y la estimación por los propios evaluadores de los indicadores de rendimiento (imagen, fidelidad de los clientes o usuarios). pág. No 42.

En 2,005 Paulino Carnicero Duque

Las organizaciones educativas se caracterizan por constituirse en torno a unos objetivos comunes y conseguirlos aplicando determinados procedimientos. Para cualquier institución educativa es básico, pues lograr un cierto consenso en torno a esos objetivos y procedimientos ya que de ello depende existencia y su crecimiento. El intercambio comunicativo y de informaciones hace posible que se establezca ese vínculo de consenso entre el conjunto de personas que conforman la comunidad educativa.

Se realizó una entrevista a Directores, subdirectores y docentes de los diferentes centros educativos, en la cual podemos observar que todos están en la misma sintonía ya que conocen la misión, visión y los objetivos que la institución tiene, es muy importante que todos los empleados conozcan y se identifiquen con esta parte importante de la empresa.

Según Idalberto Chiavenato (2009) la administración es “el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales” pág. No.10

No se debe olvidar que ellos también son clientes internos de la empresa los cuales reciben los resultados de un proceso anterior, del cual se lleva en la empresa, a ellos se les debe mantener en constante capacitación, salarios competitivos, es importante mantenerlos motivados y

hacerles sentir que su trabajo es muy importante para la institución ya que ellos son la imagen del colegio, si ellos son muy buenos en su trabajo y saben transmitir la enseñanza a los alumnos, ellos están en contacto directo con los alumnos, los padres de familia están satisfechos y obtendremos clientes externos satisfechos.

Si el cliente está feliz con lo que le ofrecemos, seguramente regresara y nos recomendará con sus amigos, familiares o conocidos. Pero hay que trabajar diariamente en ello y obviamente requiere inversión, tiempo y esfuerzo.

Si un empleado no trata bien a un cliente, no tiene una buena actitud ante las necesidades del cliente, puede que ocasione molestias al cliente y puede que este ya no regrese. Si el cliente obtiene un buen servicio se siente valorado, siente que lo escuchan, conocen sus necesidades, el regresara y la institución ganara reputación.

Los alumnos también son clientes, la principal preocupación de las instituciones educativas debe ser la necesidad de realizar actividades académicas y de servicio con tanta eficiencia y calidad, para poder cumplir con las expectativas de los alumnos.

Ellos no solo pagan por un producto o servicio educacional, sino que también tienen expectativas y desean recibir servicios eficientes, experiencias y garantías de calidad en la educación impartida, que siempre esté disponible el personal docente así como el personal administrativo.

Una institución educativa orientada por el alumno=cliente significa que están preocupados en poner primer lugar los intereses de ellos, para tener un mejor beneficio y poder satisfacer las necesidades que ellos demandan. La comunicación y practicar los valores que la institución tiene es una gran herramienta para poder enfrentar a la competencia y tener satisfecho a nuestros clientes.

3.2 Hallazgos y análisis general

Uno de los factores que ayudó a realizar este estudio es que actualmente el servicio al cliente es muy importante dentro de las empresas no importando a que se dedique cada una de ellas, la competencia crece cada día, y debemos ajustarnos a la nueva era, a la nueva tecnología.

Se resalta la necesidad de fortalecer las técnicas del servicio al cliente ya es una potente herramienta de marketing, la capacidad de innovar dentro de la empresa es un elemento clave para que tengamos clientes internos y externos leales.

Se evidenció que es muy frecuente que la parte del servicio al cliente es muy importante en las instituciones educativas privadas ya que los padres de familia siempre están pendientes de cómo es la comunicación dentro y fuera de las instalaciones.

Actualmente existen libros que nos pueden ayudar a manejar mejor este tema y poder adaptarlo a todo tipo de empresas. Existen 10 claves para la atención del cliente

- ✓ El cliente es lo primero
- ✓ Escuchar, escuchar y escuchar
- ✓ Transmitir una imagen
- ✓ Actuar
- ✓ Hacer que el servicio de atención al cliente sea muy accesible
- ✓ Empoderar al departamento de atención al cliente
- ✓ Trabajar en equipo
- ✓ Contar con buen sistema de control de calidad
- ✓ Cumplir con todo lo que se promete
- ✓ Contar con un departamento de atención al cliente.

3.3 Conclusiones

En este estudio se evidenció que las empresas educativas deben de contar con un plan para la mejora del servicio al cliente ya que eso es una gran herramienta para los clientes externos y para los clientes internos. Así mismo este tipo de plan estratégico ayuda al posicionamiento dentro del mercado de empresas educativas.

En la actualidad, es indiscutible que las empresas consideren de suma importancia la evaluación de servicio al cliente pues ayudará a detectar en que estamos fallando o si estamos dando importancia más en un área que en otra, la empresa se debe a sus clientes y es de los clientes.

Cuando las empresas utilizan el costo de servicio, cada una de ellas determina una categorización o segmentación de clientes con base a criterios de atención que establecen. Sin embargo es importante considerar que las compañías requieren una inversión para cada cliente atendido.

Referencias

El servicio al cliente - GestioPolis <https://www.gestiopolis.com> › el-servicio-al-cliente

Francisco Javier Ariza Ramírez, Juan Manuel Ariza Ramírez. Información y atención al cliente. Comercio Marketing. Mc Graw Hill Education.

<https://www.gestiopolis.com/calidad-del-servicio-al-cliente-en-instituciones-educacion-superior/>Calidad del servicio al cliente en instituciones de educación superior

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511654337003> Ciencias Administrativas, núm. 11. 2018 Universidad Nacional de La Plata, Argentina

Modulo del servicio al cliente Contenido_Modulo_II_Servicio_al_cliente%20-%20copia%20(1).pdf Modulo del servicio al cliente

Paulino Carnicero Duque, (2,005). Compromiso con la educación. (1ª ed.). Instituciones educativas.

Samuel Gento Palacios, (2,002). **Instituciones educativas para la calidad total.** (3ª ed.). Editorial La Muralla, s.a.

Soledad Carrasco Fernández, (2018). **Guía práctica de atención al cliente.** (2018 Edi.). Paraninfo, s.a.

www.mineduc.gob.gt, **Mineduc**

ANEXOS

Anexo 1

CUESTIONARIO



Universidad Panamericana
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciaturas en Administración de Empresas

Boleta No. _____

Con la finalidad de realizar un artículo científico universitario y con objetivos estrictamente académicos, agradecemos su valiosa colaboración para responder las siguientes preguntas que servirán para la recolección de datos sobre los factores que influyen en el profesionalismo de los egresados de las universidades de la Ciudad de Guatemala, previo a finalizar estudios de licenciatura en la Facultad de Economía de la Universidad Panamericana.

1. ¿En qué rango de edad se encuentra?
 - 12 a 15 años
 - 16 a 18 años

2. ¿Cuál es su género?
 - Femenino
 - Masculino

3. ¿Qué grado cursa?
 - Primero básico
 - Segundo básico
 - Tercero básico
 - Diversificado

4. El ambiente de la institución en donde estudia es satisfactoria?
 - Si
 - No

5. Considera que uno de los factores que ayudan a aumentar su rendimiento son las actividades extra curriculares que brinda la institución?
 - Si
 - No.

6. ¿La institución toma en cuenta sus ideas para un mejoramiento dentro de la misma?
 - Si
 - No

7. ¿Existe la comunicación asertiva dentro de la institución en la que estudia?
 - Si

- No
- 8. ¿El personal se muestra siempre atento y amable?
 - Si
 - No

- 9. ¿Internamente se da solución rápida a los inconvenientes presentados en distintas situaciones?
 - Si
 - No
 - Puede mejorar

- 10. Estoy satisfecho con el personal docente?
 - Si
 - No

- 11. Las instalaciones (aulas y espacios docentes) son adecuados para facilitar mi aprendizaje?
 - Si
 - No

- 12. Estoy satisfecho con la metodología que utilizan los docentes?
 - Si
 - No.

- 13. Que te motiva para asistir a clases todos los días?
 - La jornada escolar
 - Los profesores y personal administrativo
 - El ambiente escolar
 - Cercanía de mi hogar
 - Sistema educativo
 - Amigos

Anexo 2

Entrevista padres de familia



Universidad Panamericana
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciaturas en Administración de Empresas

Boleta No. _____

Con la finalidad de realizar un artículo científico universitario y con objetivos estrictamente académicos, agradecemos su valiosa colaboración para responder las siguientes preguntas que servirán para la recolección de datos sobre los factores que influyen en el profesionalismo de los egresados de las universidades de la Ciudad de Guatemala, previo a finalizar estudios de licenciatura en la Facultad de Economía de la Universidad Panamericana.

1. ¿En qué rango de edad se encuentra?
 - 20 a 25 años
 - 26 a 30 años
 - 31 a 40 años
 - 41 a 45 años
 - 46 o más años

2. ¿Cuál es su género?
 - Femenino
 - Masculino

3. ¿Tiene hijos dentro de un establecimiento educativo privado?
 - Si
 - No

4. ¿Cómo califica usted la educación que brinda la institución?
 - Muy buena
 - Buena
 - Mala

5. ¿La comunicación del establecimiento hacia los padres de familia es?

- Muy buena
 - Buena
 - Mala
6. ¿Las instalaciones (aulas y espacios docentes) son adecuados para facilitar el aprendizaje?
- Muy buenas
 - Buenas
 - Pueden mejorar
 - Malas
7. ¿El colegio informa de forma clara y comprensible a los padres de familia?
- Si
 - No.
8. ¿La metodología que utilizan los docentes favorece el aprendizaje a los alumnos?
- Si
 - No
9. ¿El personal se muestra siempre atento y amable?
- Si
 - No
 - Puede mejorar
10. ¿Qué cosas le motivan para tener a su hijo en esa institución?
- La jornada escolar
 - Los profesores y personal administrativo
 - El ambiente escolar
 - Cercanía de su hogar
 - Sistema educativo

Anexo 3

Entrevista para el personal



Universidad Panamericana
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciaturas en Administración de Empresas

Boleta No. ____

Con la finalidad de realizar un artículo científico universitario y con objetivos estrictamente académicos, agradecemos su valiosa colaboración para responder las siguientes preguntas que servirán para la recolección de datos sobre los factores que influyen en el profesionalismo de los egresados de las universidades de la Ciudad de Guatemala, previo a finalizar estudios de licenciatura en la Facultad de Economía de la Universidad Panamericana.

1. ¿En qué rango de edad se encuentra?
 - 20 a 25 años
 - 26 a 30 años
 - 31 a 35 años
 - 36 a 40 años
 - 41 a 45 años
 - 46 o más años
2. ¿Cuál es su género?
 - Femenino
 - Masculino
3. ¿Cuál es su puesto dentro de la institución?
 - Director
 - Sub-Director
 - Docente
 - Secretaria
 - Otros
4. ¿Cuentan con Misión en el colegio?
 - Si
 - No
5. La respuesta a la pregunta anterior es Si, ¿Cree que la misión está acorde a las actividades que realiza el colegio?
 - Si

- No
- Porque

6. Si la respuesta a la pregunta No. 4 es No, ¿Considera que es importante redactar la misión de la institución?

- Si
- No
- Porque

7. ¿Cuentan con una visión?

- Si
- No

8. La respuesta a la pregunta anterior es Si, Cree que la visión es acorde a las actividades que realiza el colegio?

- Si
- No

9. Si la respuesta a la pregunta No.7 es No, ¿Considera que es importante redactar la misión de la institución?

- Si
- No

10. Cuentan con un plan estratégico en el colegio?

- Si
- No

11. Si cuentan con un plan estratégico, ¿Para cuantos años lo tienen establecido?

- 01 a 02 años
- 03 a 04 años
- 05 a más años

12. Si su respuesta en la pregunta No.10 es no, ¿Considera que es importante tener un plan estratégico?

- Si
- No

13. ¿Qué factores debería incluir el plan estratégico?

14. ¿Cree que el servicio que se le brinda a los clientes es bueno?

- Si
- No
- Puede mejorar

15. ¿Las instalaciones son aptas para dar un buen servicio a los alumnos, padres de familia y empleados?

- Si
- No
- Puede mejorar

16. ¿El personal docente está capacitado?

- Si
- No

17. ¿La institución cuenta con un pensum de estudio actualizado y acorde a las exigencias a la nueva era tecnológica?

- Si
- No

18. ¿Cuáles son las ventajas competitivas con relación a otros colegios?

- Instalaciones
- Docentes y personal capacitado
- Pensum de estudios
- Todas las anteriores