



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**ESTRATEGIAS DE SERVICIOS PARA MEJORAR LA CALIDAD EN LA
ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA ASOCIACIÓN PLAYAS LIMPIAS DE
PUNTA CARNERO, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA
ELENA, AÑO 2018.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR:

Miguel Ángel Suárez Yagual

LA LIBERTAD - ECUADOR

MAYO – 2019



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

ESTRATEGIAS DE SERVICIOS PARA MEJORAR LA CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA ASOCIACIÓN PLAYAS LIMPIAS DE PUNTA CARNERO, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018.

Autor: Miguel Ángel Suárez Yagual

Tutor: PhD. Arturo Benavides R.

RESUMEN

El estudio realizado sobre la temática referente a las Estrategias de Servicios que brinda la Asociación Playas Limpias para mejorar la calidad en la atención al cliente en la playa de Punta Carnero, tiene como objetivo general, determinar las estrategias de servicio de la Asociación Playas Limpias mediante un trabajo de campo que oriente el mejoramiento de la calidad en la atención al cliente en la playa de Punta Carnero del cantón Salinas en la Provincia de Santa Elena, que se sustenta en la forma de mejorar el servicio con el fin de lograr clientes bien atendidos, para lo cual la metodología desarrollada se orienta en un estudio descriptivo, basado en los métodos inductivo y analítico, con los instrumentos aplicados mediante la encuesta a los socios y clientes, para la recolección de los datos y la información oportuna, cuyos resultados orientaron las necesidades y requerimientos de la organización en función de los cuales se diseñó la propuesta de elaboración del programa de mejora de la calidad en la atención al cliente de la Asociación Playas Limpias del sector Punta Carnero del cantón Salinas en la provincia de Santa Elena..

Palabras clave: Estrategia, servicio, calidad, cliente, Asociación.



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

TEMA:

**ESTRATEGIAS DE SERVICIOS PARA MEJORAR LA CALIDAD EN LA
ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA ASOCIACIÓN PLAYAS LIMPIAS,
PUNTA CARNERO, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA
ELENA, AÑO 2018.**

Autor: Miguel Ángel Suárez Yagual

Tutor: PhD. Arturo Benavidse R.

ABSTRACT

The general objective of the study about the services strategy provided by the clean beaches Association to improve the quality attention customers of the beach in ram tip is to analyze the service of the Clean Beaches Association through field work that guides the improvement of the quality of service at the ram tip beach in the canton of Salinas in the Province of Santa Elena, which is based on the way to improve the service in order to achieve well-served clients, for which the methodology developed is oriented in a descriptive study, based on the inductive and analytical methods, with the instruments applied through the survey to partners and clients, for the collection of data and timely information, whose results guided the needs and requirements of the organization based on which The proposal for the preparation of the training improvement program was designed to improve the quality of attention to customer of the Clean Beaches Association of the ram tip sector of the Salinas canton in the province of Santa Elena.

Keywords: Streategy, service, quality, customer, Association.

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En calidad de tutor (a) del presente trabajo de titulación denominado:
**“ESTRATEGIAS DE SERVICIOS PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL
CLIENTE DE LA ASOCIACIÓN PLAYAS LIMPIAS DE PUNTA
CARNERO, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO
2018”**, elaborado por el egresado Miguel Ángel Suárez Yagual de la Carrera de
Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la
Universidad Estatal Península de Santa Elena, considero que el estudio cumple con
todos los aspectos y requisitos tanto institucionales como metodológicos realizado
bajo mi orientación, revisión y aprobación, por lo tanto autorizo se realice la
respectiva sustentación pública.



Ing. Arturo Benavides Rodríguez, PhD.

Docente Tutor

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

El presente Trabajo de Titulación denominado “ESTRATEGIAS DE SERVICIOS PARA MEJORAR LA CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA ASOCIACIÓN PLAYAS LIMPIAS DE PUNTA CARNERO, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018.”, elaborado por **Miguel Ángel Suárez Yagual**, declara que la concepción, análisis y resultados obtenidos son verídicos, aportando a la actividad científica, educativa, empresarial y administrativa.

Transferencia de derechos autorales

Declaro que, una vez aprobado el tema de investigación otorgado por la **Facultad de Ciencias Administrativas** de la Carrera **Administración de Empresas**, pasan a propiedad exclusiva de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE)** y, su reproducción, total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.

Atentamente,



MIGUEL ÁNGEL SUÁREZ YAGUAL

CC. No: 092646379-5

AGRADECIMIENTO

A Dios por la salud y fuerza, que han permitido seguir adelante con mis propósitos.

A mis padres por haber compartido lágrimas, alegrías, decepciones, luchas y haberme acompañado incondicionalmente en toda mi etapa universitaria.

A mis profesores, por sus recomendaciones y haberme impartido sus conocimientos para terminar con éxitos el presente trabajo de investigación.

Miguel Suárez Yagual.

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a mi madre porque es ella quien constituye el motivo, la razón y esperanza en mi vida. Por el constante apoyo para mi continua preparación académica y personal, lo que me motiva a encarar los reveses de la vida y no dejarme llevar por los problemas, inculcándome sentido de honestidad y responsabilidad.

A mi esposa por ese optimismo que siempre me impulsó a seguir adelante, por no dejarme desmayar a pesar de las adversidades y que siempre estuvo ahí en cada trayecto de mi vida.

Además, a mis compañeros y amigos presentes y pasados, quienes sin esperar nada a cambio compartieron sus conocimientos, alegrías y tristezas; y a todas aquellas que estuvieron apoyándome y lograron que cada día lleguemos a cumplir nuestras metas propuestas desde el primer día de clases.

Miguel Suárez Yagual.

TRIBUNAL DE GRADO



Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
DECANA(e) DE LA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
DIRECTORA(e) DE LA CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Ing. Arturo Benavides Rodríguez, PhD.
PROFESOR-TUTOR



Lic. Eduardo Pico Gutiérrez, MDE.
PROFESOR DEL ÁREA



Ab. Victor Coronel Ortiz, MSc.
SECRETARIO GENERAL(e)

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	II
ABSTRACT	III
APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA.....	IV
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	V
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA	VII
TRIBUNAL DE GRADO	VIII
ÍNDICE GENERAL.....	ix
Índice de Tablas	xii
Índice de Gráficos	xiv
ÍNDICÉ DE ANEXOS.....	xvi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	13
MARCO TEÓRICO.....	13
1.1 Revisión de la Literatura.....	13
1.2 Desarrollo de Teorías y Conceptos.....	20
1.2.1 Estrategias de Servicio.....	20
1.2.1.1 Servicio al cliente.....	21
1.2.1.1.1 Cliente	21
1.2.1.1.2 Atención al cliente.....	22
1.2.1.1.3 Satisfacción	23
1.2.1.2 Desarrollo personal	24
1.2.1.2.1 Capacidades.....	25
1.2.1.2.2 Habilidades.....	25
1.2.1.2.3 Satisfacción del trabajo	25
1.2.2 Calidad en la atención.....	26
1.2.2.1 Factores de calidad.....	27

1.2.2.1.1	Elementos tangibles	27
1.2.2.1.2	Actitud.....	28
1.2.2.1.3	Empatía	29
1.2.2.2	Tipos de calidad	29
1.2.2.3	Calidad esperada	30
1.2.2.4	Calidad que satisface	30
1.2.2.5	Calidad que sorprende	30
1.2.2.6	Estrategias de calidad.....	31
1.2.2.6.1	Percepciones.....	31
1.2.2.6.2	Capacidad de respuesta	32
1.2.2.6.3	Fiabilidad, Seguridad y fidelidad	33
1.3	Factores Filosóficos, Sociales, Psicológicos y Legales.....	35
1.3.1	Filosóficos.....	35
1.3.2	Sociales	36
1.3.3	Psicológicos	37
1.3.4	Legales	38
CAPÍTULO II		42
MATERIALES Y MÉTODOS		42
2.1	Tipos de Investigación.....	42
2.2	Métodos de Investigación.....	43
2.3	Diseño del Muestreo.....	44
2.3 1.	Población	44
2.3 2.	Muestra	45
2.4	Diseño de Recolección	47
CAPÍTULO III.....		50
RESULTADOS Y DISCUSIÓN		50
3.1	Análisis de los Datos	50
3.1.1	Análisis de los Resultados de la Entrevista.	50
3.1.2	Análisis de los resultados de la Encuesta a Socios.	55
3.1.3	Análisis de los Resultados de la Encuesta a Clientes.	72
3.2	Limitaciones	89

3.3	Discusión de Resultados.....	90
3.4	Propuesta	92
3.4.1	Antecedentes.....	92
3.4.2	Descripción	94
3.4.3	Justificación	95
3.4.4	Objetivos.....	96
	Objetivo general	96
	Objetivos específicos.....	96
3.4.5	Políticas.....	97
3.4.6	Estrategias.....	98
3.4.7.	Cursos de acción	98
3.4.9	PLAN DE ACCIÓN PERÍODO 2019.....	108
3.4.10	Responsables	110
3.4.11	Beneficios	110
3.4.12	Presupuesto	111
3.4.12.1	Recursos requeridos	111
3.5	Conclusiones	113
3.6	Recomendaciones.....	114
	ANEXOS.....	117

Índice de Tablas

Tabla 1: Género.....	55
Tabla 2: Nivel de Instrucción.....	56
Tabla 3: Servicios que Prestan	57
Tabla 4 Estrategias de atención al cliente	58
Tabla 5: Satisfacción del cliente	59
Tabla 6: Capacitaciones	60
Tabla 7: Actividades de temporada.....	61
Tabla 8: Actualización de conocimientos	62
Tabla 9: Estructura física	63
Tabla 10: Mejorar actitud.....	64
Tabla 11: Calidad en atención al cliente	65
Tabla 12: Calidad de productos y servicios	66
Tabla 13: Perspectiva de calidad.....	67
Tabla 14: Felicitaciones por superación de expectativas	68
Tabla 15: Convenios con instituciones	69
Tabla 16: Capacidad de respuesta.....	70
Tabla 17: Incorporación de nuevos productos y servicios	71
Tabla 18: Género.....	72
Tabla 19: Nivel de instrucción	73
Tabla 20: Servicio Oportuno.....	74
Tabla 21: Estrategias de asociación	75
Tabla 22: Satisfacción al cliente	76
Tabla 23: Capacidades individuales.....	77
Tabla 24: Habilidades y destrezas.....	78
Tabla 25: Desempeño laboral.....	79
Tabla 26: Estructura física	80
Tabla 27: Mejorar actitudes	81
Tabla 28: Aplicación de estrategias	82
Tabla 29: Calidad al adquirir un servicio.....	83

Tabla 30: Satisfacción de percepciones	84
Tabla 31: Superación de expectativas	85
Tabla 32: Servicio eficiente	86
Tabla 33: Capacidad de respuesta	87
Tabla 34: Fiabilidad y seguridad.....	88

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Género.....	55
Gráfico 2: Nivel de Instrucción.....	56
Gráfico 3: Servicios que Prestan	57
Gráfico 4: Estrategias de atención al cliente	58
Gráfico 5: Satisfacción del cliente	59
Gráfico 6: Capacitaciones	60
Gráfico 7: Actividades de temporada.....	61
Gráfico 8: Actualización de conocimientos	62
Gráfico 9: Estructura física	63
Gráfico 10: Mejorar actitud.....	64
Gráfico 11: Calidad en atención al cliente	65
Gráfico 12: Calidad de productos y servicios	66
Gráfico 13: Perspectiva de calidad.....	67
Gráfico 14: Felicitaciones por superación de expectativas	68
Gráfico 15: Convenios con instituciones	69
Gráfico 16: Capacidad de respuesta.....	70
Gráfico 17: Incorporación de nuevos productos y servicios.....	71
Gráfico 18: Género.....	72
Gráfico 19: Nivel de instrucción	73
Gráfico 20: Servicio Oportuno.....	74
Gráfico 21: Estrategias de asociación	75
Gráfico 22: Satisfacción al cliente	76
Gráfico 23: Capacidades individuales.....	77
Gráfico 24: Habilidades y destrezas.....	78
Gráfico 25: Desempeño laboral	79
Gráfico 26: Estructura física	80
Gráfico 27: Mejorar actitudes	81
Gráfico 28: Aplicación de estrategias	82
Gráfico 29: Calidad al adquirir un servicio.....	83

Gráfico 30: Satisfacción de percepciones	84
Gráfico 31: Superación de expectativas	85
Gráfico 32: Servicio eficiente	86
Gráfico 33: Capacidad de respuesta	87
Gráfico 34: Fiabilidad y seguridad.....	88

ÍNDICÉ DE ANEXOS

ANEXOS 1: Entrevista	117
ANEXOS 2: Encuesta.....	119
ANEXOS 3: MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	123

INTRODUCCIÓN

El servicio que ofrecen y brindan las instituciones públicas o privadas, requiere de una cuidadosa planificación por considerarse de suma importancia para el desarrollo institucional, el crecimiento personal e institucional. La formación de profesionales debe desarrollarse en correspondencia con las necesidades de la región y la sociedad, debido a que evolucionan y se modifican por el tiempo, la modernización, tecnificación, organización o diversos factores que inciden en el ejercicio de la profesión o actividad a la que se dedican los involucrados.

Las últimas décadas del desarrollo mundial expresa (Santamaría, 2016) están marcadas por la creciente tendencia a la globalización de la economía, la formación de un nuevo orden internacional y la perseverancia de las transformaciones científicas y tecnológicas, el desarrollo de los pueblos no sigue un comportamiento lineal, está caracterizado por situaciones internas de cada área geográfica, que aprovechando determinadas condiciones objetivas internas y externas permiten dar los saltos necesarios para lograr el bienestar y la calidad de vida que requiere la población.

En Ecuador existen muchos lugares y zonas económicamente deprimidas; sin embargo, cuentan con recursos suficientes como para emprender un mejor desarrollo socio económico del que se encuentran. De ahí que, debe plantearse una adecuada publicidad de todos los beneficios de los lugares y de las zonas, buscar un desarrollo sostenido, manteniendo el ecosistema en las zonas que se requiera y generando empleo en los sectores a donde se dirija la inversión.

La provincia de Santa Elena cuenta con sectores turísticos, balnearios y playas visitadas por turistas nacionales y extranjeros, especialmente lugares del cantón Salinas, tales como: La Chocolatera, La Lobería, Chipipe, Las Palmeras, San Lorenzo, Punta Carnero y Mar Bravo. En épocas denominadas feriados, temporada alta, y feriados locales, las playas se convierten en uno de los principales atractivos de los visitantes.

En el ámbito turístico, vivimos en una zona de afluencia masiva de personas del interior y del exterior del País, quienes requieren atención de calidad y para el efecto el cantón Salinas tiene varias asociaciones de comerciantes y vendedores que brindan múltiples servicios al turista visitante que disfruta de las playas y los lugares atractivos que rodean las costas del pacífico, así podemos mencionar las principales: el alojamiento y la recreación.

El alojamiento en el contexto del cantón Salinas y en general en la provincia de Santa Elena es muy diverso puesto que se encuentra desde hoteles cinco estrellas y de todos los niveles jerárquicos en cuestiones de hospedaje, hasta las más sencillas habitaciones para que el cliente elija de acuerdo a sus gustos, preferencias y disponibilidad de recursos económicos que le permita ajustarse a su bolsillo, ya que se encuentran frente al mar y con más alto costo, así como en los distintos sectores del cantón, cuyo precio va disminuyendo en tanto más lejos de la playa se encuentren, y según los servicios, confort y glamour que incluyen en sus ofertas, que dependen mucho del periodo en el que los turistas buscan alojamiento ya que varían en temporada de calor, temporada de frío y épocas bajas de visitantes.

La recreación se constituye en una de las mejores oportunidades de servicios para los residentes y de relajamiento para los turistas, puesto que pueden disfrutar de la tranquilidad de la playa y el mar tanto en el día como en la noche, de los sitios acogedores que ofrece la madre naturaleza en las amplias costas, los deportes acuáticos, los museos, la gastronomía y en especial la calidez de la gente que recibe a los turistas que visitan las playas del cantón Salinas.

Se pueden identificar entre otros, el servicio de restaurante, hoteles, modernas discotecas, lugares atractivos para visitar en familia, ventas de bebidas, alquiler de motos acuáticas, recorridos en lanchas, observación a las ballenas, otros servicios complementarios como: alquiler de carpas, parasoles, llegando a dimensionarse a otros sectores como Punta Carnero.

Es así, que para el éxito de las empresas que brindan servicios a los turistas se debe fortalecer como herramienta fundamental la calidad del servicio al cliente, por lo cual se considera importante lo que dice el autor (Redhead García, 2015), expresa que la calidad es lo que quiere el cliente, como él juzga. Es un concepto sistemático de la búsqueda de la excelencia. La calidad de un mismo producto o servicio puede ser diferente para diferentes clientes y para el mismo cliente en diferentes momentos. Este criterio es muy importante considerando que la oferta de servicios está orientada a complacer al cliente, lograr la excelencia en el servicio debido a que el mismo cliente en determinado momento puede percibirlo de distinta forma, y que para cada cliente puede ser diferente, mientras unos dirán que excelente servicio, otros podrían decir es un buen servicio.

Se consideran relevantes las aportaciones de varios autores, que hacen referencia al servicio y a la calidad en la atención con muchos significados, entre los cuales, algunos especialistas consideran que se constituye en la carta de presentación de la organización o empresa que lo ofrece y un medio para desarrollar la fuerza de trabajo en las instituciones, otros la interpretan más ampliamente y consideran que sirve para mejorar el desempeño en el puesto, se extiende también el criterio a un nivel intelectual por medio de la educación general, que conciben al servicio como la empatía de la persona que lo brinda, porque debe tratar como quiere ser tratado.

La calidad en la atención al cliente que se proporcione en toda institución, empresa o negocio grandes o pequeños depende mucho de la predisposición del talento humano o de las personas de todos los niveles jerárquicos que están directamente relacionados con el servicio que otorgan a los consumidores por lo que su preparación y entrenamiento se vuelve indispensable para brindar la mejor atención posible en especial del personal que conforma la Asociación Playas Limpias del sector Punta Carnero del cantón Salinas.

Por lo tanto, se confirma que toda organización para facilitar un excelente servicio a sus clientes debe contar con un personal motivado y fidelizado, además conocer la importancia que tiene un cliente para la empresa o para el emprendedor que oferta un producto o servicio en su negocio por más pequeño que éste sea, consecuentemente es necesario que se utilicen recursos pertinentes y oportunos que permitan proporcionar conocimientos nuevos y entrenar adecuadamente a los colaboradores que trabajan directamente con los consumidores finales, en amabilidad, cordialidad, respeto y actitudes positivas.

Por otra parte, el turismo se ha constituido como una de las fuentes de ingresos económicos de mayor crecimiento en los últimos años, y es muy importante para el desarrollo sostenible de los lugares donde han implementado una gran infraestructura turística que son atractivos interesantes para los turistas nacionales y extranjeros, que buscan turismo urbano, rural, de naturaleza, cultural, deportivo, de negocios, recreativo, entre otros, que son actividades potenciales para el desarrollo económico de los sectores productivos que aportan a mejorar la calidad de vida de las personas que habitan en Punta Carnero.

El sector de Punta Carnero, ubicado en la parte oeste de Salinas, es privilegiado por sus espacios y la concurrencia de muchos bañistas, que aparte de disfrutar sus aguas, del espacio amplio para prácticas de varios deportes y de manera preferencial el sol, y la caída del sol en el ocaso; esto significa que los visitantes requieren de algunos servicios como sillas, parasoles, carpas, bebidas refrescantes, productos de piqueos, entre otros, que son atendidos por integrantes de la Asociación Playas Limpias de Punta Carnero.

El problema más complejo es la atención, debido a la escasa formación de los asociados, que influye mucho en la calidad de los servicios que brindan a los clientes o usuarios que acuden a disfrutar del sol, la arena, la playa, el mar y todo lo que incluye una actividad vacacional o turística, que implica descanso, recreación, y tiene la expectativa de recibir la mejor atención posible al lugar que visita, y que en muchos casos no recibe lo que espera precisamente por la deficiente capacitación de los integrantes de la Asociación Playas Limpias del sector Punta Carnero en el cantón Salinas.

El propósito de contar con un mejor nivel de atención al cliente y fortalecer la calidad de los servicios y los productos que ofrecen, deben canalizarlo, esto se corrobora con la afirmación de que varios de ellos citan la necesidad de invertir en la preparación en todos los niveles y afinar la relación con los centros de educación superior, el SECAP y otros con quienes se puede realizar convenios de cooperación o vinculación con la colectividad, que aporten a los integrantes de la Asociación y de los turistas que aspira un servicio excelente.

Por lo tanto, la preparación en servicio y atención al cliente requiere de una minuciosa planificación que se concrete en un desarrollo con las necesidades de la región, tales como: la Asociación Playas Limpias de Punta Carnero, que no han evolucionado ni modificado con el tiempo, ni han tomado en cuenta los procesos de la modernización, tecnificación, organización o por diferentes factores que inciden directamente en el ejercicio de la profesión.

Es importante recalcar que se debe buscar la mancomunidad de las autoridades provinciales, cantonales y locales para que desarrollen un trabajo en conjunto, con la finalidad de promover mejores servicios turísticos e impulsar a los microempresarios del turismo a laborar asociados, puesto que juntos pueden fortalecer sus unidades de negocios e invertir en mejorar la calidad de los servicios y la atención al cliente que ofrecen a los turistas en particular los comerciantes o vendedores ambulantes que forman parte de esta Asociación con el fin de fortalecer su formación integral y su preparación para superar las percepciones y expectativas de los clientes.

Toda empresa, sin importar el tamaño o el servicio que presta debe buscar un retorno de inversión, por lo que es necesario que cuente con personal calificado que visualice que el objetivo de toda empresa debe ser lograr la satisfacción de los clientes para que ellos regresen nuevamente a ella, menciona que para alcanzar el objetivo es necesario el empoderamiento a los trabajadores para tomar sus propias decisiones al momento de estar con el cliente y no hacerlo esperar, lo cual requiere alinear los planes estratégicos, planes de mejora y demás herramientas administrativas con las necesidades del cliente.

De esta forma, la problemática del estudio se origina debido a los diferentes inconvenientes que se presentan en la Asociación Playas Limpias del sector Punta Carnero, al realizar sus actividades diarias en la playa, tales como: problemas internos que terminan en discusiones frente a los turistas, calidad de servicio que cada integrante presta a sus clientes, tener diferentes valores por los productos y servicios que prestan cada asociado, discusiones con vendedores que no pertenecen a la asociación, entre otras cosas, que afectan la calidad de los servicios y los productos que consumen los clientes en especial los turistas que visitan el sector de Punta Carnero.

Es fundamental expresar que existe la concientización de parte de los integrantes de la Asociación en cuanto a la problemática latente puesto que asumen sus responsabilidades y se manifiestan que en realidad necesitan una formación integral con el fin de prepararse muy bien para brindar un excelente servicio a la colectividad que visita las playas del sector Punta Carnero del cantón Salinas.

La **formulación del problema** está orientada al cuestionamiento de las variables en función de su aporte al desarrollo de la temática y se circunscribe a la pregunta: ¿Cómo contribuye las estrategias de servicio en el mejoramiento de la calidad en la atención al cliente de la Asociación Playas Limpias de Punta Carnero del cantón Salinas en la provincia de Santa Elena?

El **objetivo general** es Determinar las estrategias de servicio mediante un análisis de la situación actual que oriente el mejoramiento de la calidad en la atención al cliente de la Asociación Playas Limpias de Punta Carnero del cantón Salinas en la Provincia de Santa Elena.

El desarrollo del estudio se focaliza en la contribución de las estrategias de servicio que apliquen los integrantes de la Asociación Playas Limpias, para mejorar la calidad en la atención al cliente, cuyos resultados de la presente investigación se focalizan en las siguientes **tareas científicas**:

- ❖ Diagnosticar la situación actual de la Asociación Playas Limpias de Punta Carnero mediante instrumentos metodológicos adecuados que ausculten la forma de atención a los turistas de la playa en Punta Carnero.
- ❖ Identificar estrategias de servicios en base al análisis de las áreas funcionales que permitan la mejora de la calidad en la atención al cliente de la Asociación Playas Limpias de Punta Carnero del cantón Salinas.
- ❖ Elaborar un programa de mejora del servicio en base a los resultados obtenidos que impulse el fortalecimiento de la calidad en la atención al cliente de la Asociación Playas Limpias de Punta Carnero en el cantón Salinas.

La **Justificación** en el presente trabajo de investigación tiene suficientes fundamentos explicativos que aportan al desarrollo del mismo, es así que como justificación teórica se puede destacar el criterio de (Monsalve & Hernández, 2015), la calidad del servicio es un concepto acogido por las organizaciones, dada la necesidad de ser competitivos frente a la ampliación de la oferta de los diferentes servicios en el mercado, por esta razón todas las experiencias generadas en una visita conllevan a la definición de un servicio de calidad.

(Vargas, 2014), que manifiesta “El enfoque de la calidad está estrechamente relacionado con los valores y virtudes de las personas que conforman la organización, tanto por su entorno específico como por el familiar, la empresa privada o la entidad estatal. Calidad: Búsqueda permanente de la perfección en el servicio, en el producto y en los seres humanos. Para ello se necesita de la participación, la responsabilidad, la perfección y el espíritu del servicio”.

La calidad del servicio es primordial para cubrir las expectativas del cliente y lograr su satisfacción oportuna, por lo tanto, el servicio depende de los valores y la capacitación que reciban los colaboradores en la organización con proyección a ejecutar las acciones pertinentes que orienten el mejoramiento del servicio.

En consecuencia, es necesario facilitar las herramientas necesarias, pertinentes y oportunas en cada área para que los trabajadores de la organización la apliquen en la práctica con responsabilidad, respeto y un trato especial a los usuarios y consumidores de los productos o servicios que ofrece la Asociación Playas Limpias de Punta Carnero.

La justificación metodológica se fundamenta en la aplicación de un enfoque mixto cualitativo y cuantitativo, que se focaliza en el servicio en los diversos campos de acción en los que laboran los integrantes de la Asociación, utiliza el tipo de investigación descriptiva, debido a la interacción de las variables porque el servicio adecuado contribuye al mejoramiento de la calidad en la atención que brinda la organización, se desarrolla a través del método deductivo, para llegar desde puntos de vista generales a explicar los elementos particulares de la información recopilada en la investigación.

El diseño del muestreo se basa en la población total de los integrantes de la Asociación en estudio y fundamentalmente lo constituyen los turistas que son los usuarios de los servicios, que visitan las playas de Punta Carnero en el cantón Salinas; y el diseño de recolección de la información se sustentará en la entrevista a los altos dirigentes de la entidad y en las encuestas aplicadas a los miembros de la institución y a los usuarios o consumidores del servicio que ofrecen la Asociación Playas Limpias Punta Carnero.

En relación a la justificación práctica, se debe tener en cuenta lo esencial de promover el excelente servicio de forma permanente en las organizaciones con el fin de mejorar el desempeño de los trabajadores que actúan directamente con los usuarios como en el caso de la Asociación en estudio, por tanto diseñar el programa de mejora será de mucha importancia en el entorno en el que se desenvuelven los involucrados, porque les ayudará a crecer como personas, estar motivados en sus labores, mejorar las relaciones interpersonales y cambiar el concepto que tienen como asociados de un gremio que requiere mejorar.

Además, se requiere conseguir mejores relaciones con la sociedad y el entorno microempresarial, y buscar apoyo de organizaciones, entidades, instituciones y organismos públicos y privados para proyectos que se puedan crear internamente, con el fin de mejorar la calidad en la atención a los usuarios y consumidores que brinda la Asociación Playas Limpias de Punta Carnero del cantón Salinas, como para la comunidad en general.

Es importante destacar también que el sector donde se encuentran ubicados y en el que se desenvuelven en sus actividades laborales cotidianas es muy concurrido en temporada de playa, y por tanto, el usuario que consume sus productos y servicios que son los turistas nacionales y extranjeros, conoce la tranquilidad del entorno y visita con frecuencia la playa, además la misma gente que habita en la región conoce que el sector es amplio y divertido para pasar una tarde en familia, por tanto hay que considerar a todos los usuarios que visitan las playas de Punta Carnero y Mar Bravo en la provincia de Santa Elena.

La **idea a defender** en la presente investigación es: La ejecución de un programa de mejora del servicio contribuirá a mejorar la calidad en la atención al cliente o usuario de la Asociación Playas Limpias de Punta Carnero del cantón Salinas.

El presente estudio vincula el servicio que se debe promover en las organizaciones con el fin de superar las expectativas de los consumidores respecto a las estrategias de servicios que se pueden implementar para mejorar la calidad en la atención al cliente para lo cual se estructura en función de la normativa establecida los tres capítulos que se detallan a continuación:

En el Capítulo I, se presenta el sustento del marco teórico en el que se describe el contexto de las estrategias de servicio y la calidad en la atención al cliente donde se hace referencia a la revisión de la literatura, acerca de artículos o tesis relevantes, referentes al tema investigado, el desarrollo de las teorías y conceptos que serán definidos según varios autores que fundamenten el trabajo, y los fundamentos sociales, psicológicos, filosóficos y legales que describan el contexto en el que se desarrolla la Asociación Playas Limpias de Punta Carnero un importante sector turístico del Cantón Salinas.

El Capítulo II, describe la metodología de investigación del presente trabajo cuya modalidad comprende el tipo de investigación aplicada, los métodos que se han practicado, el diseño de muestreo a quien se va a aplicar los instrumentos de recopilación de información y el diseño de recolección de datos que se ha ejecutado en base a las técnicas apropiadas para desarrollar el trabajo de investigación.

Finalmente, en el Capítulo III que comprende los Resultados y Discusión, contiene el análisis de los datos de la entrevista y la encuesta, las limitaciones, la discusión de los resultados y la propuesta sobre el programa de mejora de la calidad en la atención al cliente de la Asociación Playas Limpias del sector Punta Carnero del cantón Salinas; y las conclusiones y recomendaciones del estudio efectuado.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Revisión de la Literatura.

Entre los documentos auscultados más relevantes que se encontraron se destacan algunas tesis y artículos científicos referentes a la temática investigada entre los que se describen los siguientes:

Tesis A:

Proyecto de Mejora del Servicio al Cliente en la Empresa Distribuciones AC SAS, Bogotá, Colombia, año 2017. Universidad Santo Tomás.

(Gaitán, 2017), Facultad de Ciencias Administrativas. Tesis para optar por el grado de Licenciada en Administración de Empresas. Bogotá – Colombia. Se refiere a lo esencial que es mejorar el servicio al cliente en las empresas u organizaciones por ser primordial para el desarrollo institucional.

Problema

¿Cómo se puede mejorar el servicio al cliente en la empresa Distribuidora AC SAS de Bogotá, Colombia?

Objetivo

Mantener sus clientes actuales e incrementar la clientela externa a nivel nacional, mejorando significativamente el servicio al cliente.

Metodología

Se concentra en un estudio cuantitativo sustentado en encuestas dirigidas a funcionarios y clientes de la organización para diagnosticar el o los posibles problemas que pueden afectar las relaciones con los clientes internos y externos.

Instrumentos

Cuestionarios con preguntas cerradas mediante escala de Likert para aplicar las encuestas a funcionarios y a clientes de la empresa.

Resultados

Los resultados expresan que se debe fortalecer el servicio al cliente en la empresa para contribuir al crecimiento económico y ayudar a mejorar su posicionamiento en el mercado.

El estudio se constituye en un valioso aporte a la investigación porque es una alternativa de solución para resolver las muchas inconformidades que los clientes tienen con el servicio ofrecido por parte de la empresa Distribuciones AC SAS. El ajuste al salario de los funcionarios connota agradecimiento por la labor

desempeñada, de inmediato nace un incentivo para trabajar con entusiasmo, en busca de coadyuvar al crecimiento de la empresa.

Finalmente concluye que la compra de los equipos tecnológicos facilitará el desarrollo de las actividades, mejorará el ambiente de trabajo tanto para el cliente interno como externo debido a que se está invirtiendo en calidad de tiempo.

Tesis B:

Propuesta de Evaluación de la capacitación y su impacto en la calidad de servicio, año 2012.

Universidad de La Molina.

(Ahumada, 2012.), Facultad de Ciencias Administrativas, Tesis para optar por el grado de Magíster en Administración de Empresas. Se refiere a las necesidades de capacitación que tienen las organizaciones para fortalecer la calidad de servicio que ofrecen a sus consumidores.

Problema

¿De qué manera se evalúa la capacitación y su impacto en la calidad de servicio en las empresas de la ciudad de Lima en el año 2012?

Objetivo

Diseñar propuesta dinámica de evaluación de la capacitación en base a las necesidades para medir el impacto en la calidad de servicio en las empresas de Lima, año 2012.

Metodología

El estudio se concentra en un tipo de investigación descriptiva que facilita la explicación detallada de los resultados y se aplica encuestas dirigidas al personal que labora al interior de las empresas tomadas como muestra de la población efectiva.

Instrumentos

En el trabajo de investigación se aplicó el instrumento del Cuestionario aplicado mediante la técnica de la encuesta al personal que labora en las empresas de la ciudad de Lima.

Resultados

Los resultados expresan que es muy importante aplicar la capacitación porque la efectividad del promedio de la primera etapa de preparación del personal es de 84,34, el alto dominio del puesto a través de la capacitación mencionan que es del 84,30; además se expresa que entre otros factores que afectan la calidad del servicio al cliente están la experiencia 44,5, y la actitud 33,4%; estos datos demuestran que se requiere capacitar de forma continua al personal en las organizaciones porque es la herramienta que garantiza el fortalecimiento o la mejor atención posible a los usuarios y consumidores que requieren utilizar los productos o servicios que se

ofrecen en los sectores y lugares con mayores atractivos turísticos de la ciudad de Lima del país del Rimac.

Artículo Científico A

Artículo científico titulado: Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Pachuca, Andahuaylas, año 2015.

(Inca Alcecahuamán, 2015), Pachuca, Andahuaylas. La publicación se refiere a las deficiencias detectadas en la calidad de servicio que influye en la satisfacción de los usuarios del municipio de Pachuca, Andahuaylas.

Problema

¿Qué efecto tiene las deficiencias en la calidad de servicio frente a la satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Pachuca, Andahuaylas?

Objetivo

Analizar la calidad de servicio en función de la situación actual que ilustre técnicamente la satisfacción del cliente de la municipalidad distrital de Pachuca, Andahuaylas.

Metodología

El estudio se realizó mediante una investigación de campo, con un enfoque cualitativo y método analítico, que facilitó el análisis de las variables y los indicadores.

Instrumentos

Se aplicó un cuestionario de preguntas cerradas y alternativas múltiples para auscultar información de los protagonistas del Municipio.

Resultados

Se manifiesta que la relación que existe entre la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Pachuca es relevante por motivo de que existe relación significativa entre la capacidad de respuesta de los trabajadores y la satisfacción de los usuarios.

Luego de someterse al coeficiente de Spearman ha arrojado una correlación de 0.497, lo que significa que hay una correlación positiva moderada entre las variables capacidad de respuesta del talento humano y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Pachuca. Se concluye que se debe mejorar la calidad de atención que reciben los clientes externos con el fin de fortalecer la imagen institucional y conservar la categoría de servicio que brinda la Municipalidad.

Artículo Científico B

Artículo científico titulado: Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador.

(Salazar Yépez & Cabrera-Vallejo, 2016) la publicación hace énfasis en la calidad del servicio que se presta en el proceso de matriculación en la universidad y los defectos o deficiencias que esta presenta.

Problema

¿Cómo incide la calidad del servicio prestado en el proceso de matrícula en la atención de los clientes de la Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador?

Objetivo

Medir la percepción referente a la calidad del servicio en los procesos institucionales especialmente en el ámbito administrativo correspondiente al proceso de matrícula mediante la aplicación de instrumentos válidos en los estudiantes de la Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador.

Metodología

La investigación que se realizó se apoyó en una investigación tipo descriptiva, con un enfoque cualitativo, que permitió realizar el análisis correspondiente a las variables objeto de estudio.

Instrumentos

Se aplicó un cuestionario con 22 preguntas, aplicando el modelo SERVQUAL que permitirá medir el grado de calidad del servicio.

Resultados

Los resultados reflejaron la existencia de deficiencias entre el nivel de expectativas del cliente para con la calidad del servicio brindado, donde se obtiene como promedio de calidad de 3.3 sobre 5 de acuerdo a las respuestas obtenidas por los clientes.

Además, se obtiene que el índice de calidad no está relacionado con la satisfacción general que tiene el cliente, por otro lado, al aplicar el modelo de SERVQUAL se obtuvieron respuestas negativas entre las dimensiones establecidas en el trabajo referente a la Universidad.

Al concluir con la investigación se determina la situación real y actual de la Universidad Nacional de Chimborazo, en el centro del país Ecuador referente a la calidad del servicio donde se demostró que los clientes no están satisfechos con el servicio en el proceso de matrícula recibido por los estudiantes de los diferentes niveles de la institución de educación superior.

1.2 Desarrollo de Teorías y Conceptos

1.2.1 Estrategias de Servicio

El especialista en calidad de servicio (Pizzo, 2013), expone que “El servicio es el hábito desarrollado y practicado por una organización, empresa o institución para detectar e interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes, usuarios o consumidores y ofrecerles, de la mejor forma posible, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible y oportuno”.

El servicio de acuerdo a (Botía, 2012) es la actividad en la que participan sinérgicamente variables asociadas a la empresa, al funcionario y al mismo cliente, se convierte en un factor de alto impacto en la captación de nuevos clientes, en el logro de su fidelización y en la promoción de indicadores del éxito organizacional y empresarial.

Muchos especialistas en temas relacionados con el servicio y las estrategias para mejorarlo expresan que se constituye en las formas o hábitos que ejecutan las organizaciones a través de su personal en las distintas áreas y actividades que realiza en la empresa, dirigida a cumplir las expectativas de los clientes o usuarios.

La estrategia de servicio también se considera que es un arte por la multiplicidad de acciones que implica su cumplimiento y genera la oportunidad de desarrollar toda una gama de acciones creativas que fomenten innovación continua para poder cumplir con las expectativas de los usuarios o consumidores cada vez más exigentes en el mercado, en especial en el sector turístico, donde cada vez es más fuerte y poderosa la competitividad.

1.2.1.1 Servicio al cliente

Es una herramienta esencial en el mundo de negocios como expresa (Reyes, 2014):

La transmisión de información y atención al cliente constituye un pilar fundamental para conocer las necesidades de los clientes y conseguir así satisfacer sus intereses. A la hora de evaluar la calidad del servicio, este tema ocupa un lugar predominante. Las personas encargadas de atender al público son indiscutiblemente el rostro de las empresas e instituciones, son los responsables de transmitir la imagen corporativa.

1.2.1.1.1 Cliente

Desde el punto de vista turístico, (Panosso, 2015), dice que cliente es aquel que por diversos motivos se desplaza de su residencia habitual, necesita de hospitalidad, un buen recibimiento, una buena comida, la atención a sus necesidades básicas y

especiales, la comprensión y que se le proporcione una buena cama para descansar, con lo que se puede sentir complacido.

También (Ortega, 2015) expresa que los clientes son definidos con relación a un determinado proceso, son los que reciben el producto o servicio resultante de un proceso, pueden ser usuarios internos o externos respectivamente, cuando el producto es intermedio, o es un producto final de la actividad de la organización.

En su terminología más simple es la persona que consume un servicio o un producto que se oferta en el mercado, por tanto, en la actividad turística se convierte en el consumidor del alojamiento, la comida, los servicios que se ofertan y que aspiran recibir la mejor atención en cualquier lugar que visite para cumplir sus expectativas.

En el contexto empresarial para muchos emprendedores, ejecutivos y administradores de empresas y negocios es el elemento más importante del quehacer comercial y productivo que hasta han llegado a afirmar que “el cliente siempre tiene la razón”, por lo que se debe poner mucho énfasis en el trato, la calidad, la forma en que se le brinda la atención porque se constituye en el eje de la rentabilidad de los negocios y las organizaciones.

1.2.1.1.2 Atención al cliente

La atención al cliente expresa (Abad, 2014), es esencial porque si no se les da la importancia fundamental que ellos tienen como representantes de la misma, seguramente la organización contará con personas que cumplen con su obligación, más no profesionales comprometidos con su labor y sólo ese compromiso hace que la empresa funcione de manera que estén dispuestos a colaborar para el

crecimiento y satisfacción de las necesidades de los clientes.

El entorno de los negocios y las empresas de todo tipo en especial las que están vinculadas con el turismo tienen la premisa de brindar un excelente servicio al cliente puesto que la información que transmitan y la forma en que les traten los empleados y trabajadores de las entidades generará en los usuarios la satisfacción de sus percepciones o el alcance de sus deseos e inclusive se pretende en muchos casos superar las expectativas que tienen del personal de la empresa u organización de quienes reciben la atención con el fin de lograr la fidelización anhelada de las personas que visitan las playas de Punta Carnero.

1.2.1.1.3 Satisfacción

Según Fornell (2011) menciona que: “La satisfacción del cliente no es una percepción estática en el tiempo, sino que la satisfacción del cliente recoge la experiencia adquirida con la compra y uso de un determinado producto o servicio hasta ese instante de tiempo” (pág. 65).

La satisfacción del cliente es un concepto muy conocido por las empresas, puesto que, en la actualidad, se busca obtener eso de los clientes para mantener la calidad del servicio; la satisfacción en el área del marketing es considerada como la experiencia que tiene el cliente en relación al bien, producto o servicio que ha consumido y que los mismos hayan cumplido con las expectativas que el usuario tenía. En otras palabras, es el resultado proveniente entre la comparación del servicio que se prometía con el servicio recibido.

1.2.1.2 Desarrollo personal

El autor (Chiavenato I. , 2014), expresa que el desarrollo personal es muy importante en cada ser humano y está conformado por experiencias y conocimientos, no necesariamente relacionadas con el puesto actual, que brindan oportunidades para el desarrollo y crecimiento profesional del individuo en la actividad que se desenvuelve o pretende desempeñarse en menor plazo posible.

El desarrollo personal según (Mondy, 2010), constituye el aprendizaje significativo que va más allá del trabajo o el puesto actual y que tiene un enfoque a largo plazo, donde el trabajador pueda demostrar su progreso personal en el área de su competencia.

Todos los seres humanos por inercia, sentido común o profesionalismo intentan superarse y lograr un desarrollo personal al más alto nivel, a través de una preparación adecuada, una formación integral oportuna y hasta una educación idónea, que en conjunto se convierte en una capacitación completa, conformada por nuestros conocimientos, experiencias, habilidades y actitudes que impulsen el crecimiento individual y aporten al desarrollo de la entidad que nos ha dado la oportunidad de desenvolvernos en un ambiente laboral agradable.

Las competencias que desarrolla un trabajador o empleado en una empresa como sus capacidades, destrezas y experticias están directamente relacionadas con la calidad de educación y capacitación que la persona ha tenido durante su espacio en los centros de formación y de la capacitación que reciba por iniciativa personal o por la oportunidad que le brinda la institución donde labora, en conjunto pueden crear un excelente ser humano que luego llegará a ser un profesional exitoso.

1.2.1.2.1 Capacidades

Las capacidades son aquellos recursos y aptitudes que toda persona tiene para desempeñar cualquier tipo de cargo o trabajo en una empresa, conocimientos que ayudarán a desempeñar correctamente una tarea específica, de tal forma que pueda alcanzar un rendimiento óptimo.

El potencial de los seres humanos se suele admirar a través de sus capacidades que se pueden descubrir con el tiempo, ya que nadie nace sabiendo de lo que es capaz, hasta que se demuestra a sí mismo hasta donde es posible alcanzar sus anhelos teniendo presente las aptitudes que posee.

1.2.1.2.2 Habilidades

El medio idóneo para fortalecer e incrementar las habilidades suelen ser el entrenamiento, la capacitación y la formación integral de los empleados que aumentarán su rendimiento, destreza y agilidad, dependiendo el área que la empresa desee reforzar, es importante que las capacitaciones sean didácticas con métodos de aprendizaje efectivo., que impulsen el desarrollo de nuevas habilidades en base a las ya adquiridas.

1.2.1.2.3 Satisfacción del trabajo

Según Robbins & Judge (2013) señala que: “cuando se habla de las actitudes de los empleados, por lo general, se habla de satisfacción laboral, la cual hace referencia al sentimiento positivo y comodidad que tiene un trabajador” (pág. 22).

La satisfacción laboral es el nivel de comodidad que tiene un empleado en el entorno del trabajo, mientras mayor sea la satisfacción mayor será la productividad

del mismo. Es necesario, que no se realicen comparaciones entre empleados, puesto que ocasionaría malestar y sobre todo que se respete las potencialidades de cada individuo con el fin de motivarlos a desarrollarse mejor en su área de trabajo.

1.2.2 Calidad en la atención

El autor (Rodríguez, 2012) expresa “La conceptualización de calidad de servicio es compleja, pero se puede mencionar que es la satisfacción de las necesidades del usuario a través del cumplimiento de las expectativas en relación a prestación de un bien o servicio que una organización entrega a sus clientes. Esto permite que la institución este en constante mejora para entregar un servicio de calidad”.

Según (Pizzo, 2013) la calidad de servicio es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible y satisfactorio”

El sinónimo de calidad lo expresan varios autores está estrechamente ligada con la excelencia en la atención y el servicio que se le puede brindar a los clientes o consumidores que suelen y aspiran alcanzar la satisfacción de sus necesidades y si es posible que superen lo que ellos esperaban, por tanto las empresas deben preocuparse de dar el mejor trato a los usuarios en base a la capacitación efectiva

de los empleados y trabajadores que atienden en todos los niveles y áreas de la organización.

Se debe considerar además que para lograr la calidad existen normas establecidas en el contexto global que influyen en el logro de resultados que en definitiva es hacia donde apuntan las organizaciones en la actualidad, debido a que casi todos buscan brindar productos y servicios de calidad.

1.2.2.1 Factores de calidad

Según Almeida (2012) señala que los factores de calidad “también son denominados factores de selectividad que cuentan con indicadores o parámetros que permiten medir la eficiencia de la calidad en los servicios de una empresa, donde se considera necesario evaluar la infraestructura física, la actitud y la empatía” (pág. 67).

1.2.2.1.1 Elementos tangibles

Un factor primordial en la calidad de servicio que se presta en las empresas u organizaciones sin lugar a dudas es el espacio físico que ésta presenta; debido que es la carta de presentación o primera impresión que se lleva el cliente de la empresa y la calidad en la atención que se impregna como un sello de excelencia. Dentro de los elementos tangibles se considera las instalaciones y la apariencia del personal que labora; tal como señala Hernández (2014) “la infraestructura física de una

empresa tiene un gran valor agregado en las primeras instancias del cliente, donde este ingresa a la empresa y analiza la comodidad y procesos que llevan a cabo, considerándose un parámetro importante para la satisfacción del cliente” (pág. 72).

1.2.2.1.2 Actitud

Según Valencia (2010) señala lo siguiente: “Es la disposición que mostramos hacia ciertas situaciones, influye para realizar nuestras actividades y nos permite facilitar u obstaculizar nuestro camino” (pág. 13).

También el autor Pamies (2010) indica que: “La actitud de servicio inicia con los líderes, y los empleados deben ser los primeros beneficiados, no sería congruente esperar actitud de servicio de los integrantes de un equipo donde no se practica internamente”(pág. 65).

Uno de los últimos factores que permiten alcanzar la satisfacción del cliente indudablemente es la actitud de servicio con la que los trabajadores reciben a los clientes, también es considerada como la predisposición que tiene el empleado para con los usuarios independientemente a las situaciones que se presenten.

Es fundamental la actitud del empleado ya que puede encontrarse con clientes difíciles o clima laboral pesado, donde los trabajadores deben actuar de manera

adecuada y demostrando agilidad en los procesos con el fin de cumplir sus labores para satisfacer a los clientes.

1.2.2.1.3 Empatía

Según Hoffman (2012) menciona lo siguiente: “La empatía es la capacidad de base genética para entenderse, relacionarse y reaccionar a los demás, aunque mostrándose en muy diferente grado en los distintos individuos” (pág. 24).

Según Bermejo (2011) “Es la actitud que regula el grado de implicación emocional con la persona a la que queremos comprender a ayudar en su sufrimiento” (pág. 45)

La empatía es una habilidad que debe desarrollarse en la atención con el cliente, puesto que al comprender las necesidades o expectativas que el usuario busca se logrará establecer una mejor relación y comunicación, es decir, el trabajador debe ponerse en el lugar del cliente y entender lo que verdaderamente le frustra o lo que realmente necesita de tal manera que, poniéndose en el lugar del cliente, el vendedor o la persona que lo atiende pueda pensar y sentir como él.

1.2.2.2 Tipos de calidad

La calidad es un tema importante en la actualidad, debido al gran impacto que este tiene para las empresas, donde las mismas, buscan cubrir las necesidades del consumidor de la mejor manera posible. Por ello, el término calidad influye en las decisiones de compra o adquisición del cliente; entre los tipos de calidad tenemos: el esperado, el de satisfacción y la calidad sorpresiva.

1.2.2.3 Calidad esperada

La calidad esperada es aquella que se da cuando en el servicio o producto que se busca específicamente están presentes todas las propiedades y características que los consumidores o clientes asumen que hallarán en los mismos. Cuando el consumidor acierta y encuentra estas propiedades en bienes o servicios específicos, ellos quedan satisfechos, pero en el caso de no encontrarlas pierden seguridad y confianza en la empresa, ocasionando el no regreso de los mismos.

1.2.2.4 Calidad que satisface

Este tipo de calidad se presenta cuando existen propiedades y características que los clientes solicitan específicamente, y que, de encontrarse en cualquier producto, los clientes quedan satisfechos sin importar la magnitud, tamaño o dimensión del bien o servicio; cuestiones que no son relevantes para el consumidor, sino en obtener lo que realmente busca.

1.2.2.5 Calidad que sorprende

Este tipo de calidad es aquella donde el cliente o consumidor no busca características o propiedades en sí de algún producto, es decir, el cliente no solicita cualidades, sino que al comprar o adquirir el bien, éste supere sus expectativas. En otras palabras, es el tipo de calidad que va más allá de lo que el cliente quería ya sea beneficios u otro aspecto desconocedor por parte del consumidor.

En el desarrollo de las actividades que realiza un trabajador en una empresa u organización suele haber personas que se empoderan de su trabajo de tal forma que se esmeran por brindar una calidad de atención que sorprende al cliente.

1.2.2.6 Estrategias de calidad

De acuerdo los autores Getz&Lee (2011) señalan que: “para establecer estrategias se deben analizar las distintas alternativas que permitan mejorar las deficiencias o problemas internos de la empresa, por ello, se requiere un estudio preciso y un diálogo entre los involucrados de la empresa para el establecimiento de parámetros”

Por consiguiente, las estrategias son un plan o un conjunto de pasos para alcanzar una meta establecida, en este caso, son parámetros para mejorar la calidad del servicio que se presta en la empresa, donde se debe promover una mejor percepción del servicio, que los empleados respondan a las necesidades en un tiempo oportuno y eficiente con el fin de brindar fiabilidad y seguridad a los clientes o usuarios.

1.2.2.6.1 Percepciones

Según Vargas (2010) menciona: “La percepción depende únicamente de estímulos físicos y sensaciones recibidas por parte de otra persona y, también es considerada como la primera impresión que se obtiene de algo o de alguien” (pág. 152).

Además, Myers (2010) indica que: “La representación mental del mundo se consigue a través de la sensación; pero, sin la capacidad para seleccionar, organizar e interpretar nuestras sensaciones esta representación no sería completa” (pág. 167).

La percepción como mencionan los autores se trata de los estímulos recibidos o la forma en que el cerebro detecta sensaciones, por diversas acciones que realiza el mundo exterior a través de los sentidos, la percepción en la calidad del servicio se orienta en cómo el usuario siente el servicio recibido o la primera impresión que tiene por la atención prestada.

1.2.2.6.2 Capacidad de respuesta

Según Dawson (2012) indica que: “La capacidad de respuesta al cliente está dando con exactitud y perspicacia a los clientes lo que necesitan, lo que quieren o no saben que quieren y lo hacen más rápidamente que cualquier otra persona” (pág. 126).

Según Bitner (2012) indica que: es la capacidad que tiene una persona o máquina en producir la demanda que se solicita en un tiempo oportuno, definiéndose como estándares o indicadores contra los cuales se juzga su desempeño” (pág. 45).

La capacidad de respuesta juega un papel importante en el mundo de los negocios, puesto que los clientes, son los únicos de juzgar el desempeño de un servicio o atención que se les brinda; la capacidad de respuesta debe ser ejecutada en un tiempo oportuno y dar soluciones eficientes al usuario.

1.2.2.6.3 Fiabilidad, Seguridad y fidelidad

Fiabilidad

Según Soto (2013) indica que: “Es la forma de expresar la cantidad de error, tanto aleatorio y sistemático, inherente a cualquier medición, por lo tanto la confiabilidad de un instrumento es el grado en que esta es reproducible, con casi el mismo valor cada vez que se la mida” (pág. 45).

Según Runger (2013) es “La probabilidad de que desempeñe la función para la cual ha sido diseñado bajo unas condiciones determinadas y durante un espacio de tiempo especificado” (pág. 122).

La fiabilidad en un negocio es un aspecto importante para generar la calidad del servicio, pues, esta se trata de la aptitud que tiene un determinado elemento sea un bien o servicio para ejecutar la función establecida, sin presentar errores, deficiencias y demora. La fiabilidad permite captar la seguridad del cliente para con la empresa. Además, es necesario cumplir con 3 criterios como: Realizar el servicio en el tiempo programado, la prestación del servicio debe ser excelente a la primera y sobre todo que la función principal a desempeñar sea ejecutada en un tiempo oportuno y satisfactorio. En pocas palabras, fiabilidad es brindar el servicio correcto desde el primer momento.

Seguridad

Ávila (2010) define este término de la siguiente manera: “Conocimiento, destreza y habilidad que presentan los empleados hacia sus clientes en el momento que

prestan sus servicios, inspirando confianza y credibilidad en sus labores y en la empresa”(pág. 142).

Según Abello (2013) indica que: “el cliente deposita sus problemas con respecto a alguna necesidad de un bien o servicio en una empresa y confía plenamente que obtendrá respuestas favorables, donde el cliente brinda credibilidad en las labores demostrando seguridad hacia la empresa”(pág. 34).

La seguridad es un aspecto clave para la satisfacción del cliente, debido a que proporciona confiabilidad y credibilidad, mientras más cómodo esté el cliente con el servicio mejor será para la empresa, porque en caso de que el cliente perciba que la persona que lo está atendiendo no tiene conocimiento de lo que está realizando el usuario presentará dudas e inseguridad para solicitar nuevamente el servicio.

Fidelidad o Fidelización

Según Rivero (2013) señala que: “La fidelización de clientes pretende que los compradores o usuarios de los servicios de la empresa mantengan relaciones comerciales estables y continuas”(pág. 15).

Además, el autor Alexander (2011) expresa que fidelización es: “la acción comercial que trata de asegurar la relación continuada de un cliente con una empresa, evitando que sea alcanzado por la competencia. Es un objetivo fundamental del marketing de relaciones el mantener a los clientes antiguos en la empresa” (pág. 111).

La fidelización en marketing se trata sobre la lealtad que tiene el cliente para con la empresa, producto o marca; para las organizaciones es una estrategia el retener clientes y crear la fidelidad en ellos para asegurar las ventas.

Es pertinente identificar a los clientes fieles y brindarles un excelente trato de tal forma que se pueda asegurar y garantizar que mediante la calidad en la atención al cliente se conserve a los clientes antiguos, así como a los nuevos clientes, considerando que ambos pueden ser referentes para otros usuarios que sean atraídos por la empresa.

Es lógico que también se suele conquistar a los prospectos que se identifica en el mercado en el que se encuentra la empresa laborando, de tal manera que se pueda lograr catapultar a la organización a desarrollar una excelente atención al cliente para satisfacer sus expectativas y conservarse en el sector como un referente.

1.3 Factores Filosóficos, Sociales, Psicológicos y Legales

1.3.1 Filosóficos

Desde el principio de la civilización, a través del tiempo, en cada etapa del desarrollo de la humanidad y con el apareamiento de las ciencias, cuya madre es la filosofía, la enseñanza ancestral, las doctrinas teológicas y el acervo científico ha permitido tomar y utilizar frases como “Dios es el camino, la verdad y la vida” que orienta la existencia de los Cristianos, la del maestro Sócrates, “Solo sé, que no se nada”, que ilustra la amplitud del conocimiento, o la del ilustre sabio Aristóteles que expresó “El hombre creador del lenguaje, utiliza las palabras como vehículo para transmitir sus ideas”, que focaliza la fortaleza de las ideas del ser humano para

interrelacionarse con sus semejantes y enseñar, interactuar y compartir los conocimientos mediante el servicio a sus discípulos y seguidores.

El servicio bien orientado y preparado instruye al ignorante, mejora el desempeño del trabajador, inspira el talento del discípulo o estudiante, contribuye al desarrollo del ser humano y potencia las habilidades y competencias de la persona que por sentido común, el libre albedrío, el conocimiento técnico, las capacidades adquiridas o el profesionalismo busca la oportunidad de ser mejor en todos los ámbitos de su vida y en especial en aquel en el que se desenvuelve en el momento crucial de su existencia en que decide servir para realizar mejor su trabajo en la empresa o de forma independiente en su vida cotidiana, lo esencial es que la filosofía de vida de cada ser humano se conjugue con la filosofía de la organización o empresa a la que presta servicios de tal forma que pueda desempeñarse con efectividad.

1.3.2 Sociales

La sociedad en tiempos pasados solía ser más comunicativa de forma directa, existía mayor interrelaciones sociales que permitían una mejor comunicación entre los integrantes de una familia, la comunidad y en una empresa consecuentemente, se participaba en reuniones familiares y comunitarias en el barrio, la parroquia, la ciudad, las empresas, aquellas sesiones o eventos eran amenos, dinámicos y divertidos, con juegos, intervenciones, actuaciones, discursos, poemas, bailes, entre otros; en la actualidad la misma sociedad es cada vez menos comunicativa cara a cara por la invasión de tecnología, la telefonía móvil, tabletas, iPhone, con

audífonos, es decir son los mismos seres humanos con diferentes actitudes, percepciones, expectativas que prefieren socializar a través de las redes sociales que compartir un diálogo directo con sus familiares, amigos, compañeros de trabajo, conocidos, etc.

En el entorno social es muy importante el aporte de la Asociación a la comunidad debido a que contribuye a brindar la oportunidad de tener una ocupación o negocio a los integrantes de la entidad, mejora su estatus y su estilo de vida, tal es así la capacidad de servir ayuda a mejorar las relaciones laborales y en especial a brindar un mejor trato a los clientes o usuarios que consumen los productos o servicios que ofrece la institución en las playas de los sectores Punta Carnero y Mar Bravo del cantón Salinas en la provincia de Santa Elena, Ecuador, en las costas del Pacífico sur, donde la calidez humana, el clima, y los atractivos turísticos vinculados con la arena, el sol y el mar, hacen de las playas un excelso lugar de entretenimiento y sana diversión.

1.3.3 Psicológicos

En relación a los aspectos psicológicos es relevante expresar que las personas evolucionan su manera de ser y actuar conforme pasa el tiempo y las experiencias que en sus actividades cotidianas les permite nutrirse de elementos importantes para hacer mejor las cosas que suelen cumplir en su trabajo o en sus quehaceres diarios, sin embargo mediante el proceso de mejora del servicio, la formación y el entrenamiento focalizado en las actividades que se desenvuelven ayudará a mejorar

su desempeño, en especial cuando se trata de proporcionar calidad en la atención de forma directa a los clientes o usuarios de una organización.

La actitud mental positiva y la predisposición para hacer bien las cosas influyen de forma preponderante en las acciones que cumple un trabajador o un miembro de una entidad que ofrece productos o servicios de forma directa al consumidor final, para desarrollarlas de forma efectiva hay que preparar al personal orientándoles hacia la calidad en la atención adecuada y oportuna que promueva el mejoramiento de su desempeño laboral, utilizando las herramientas intrínsecas que potencian el talento de cada persona en el lugar de trabajo.

Otros elementos importantes que influyen en la psicología de los trabajadores son la salud mental, la estabilidad emocional en el hogar y el trabajo, el clima organizacional que exista y fundamentalmente las interrelaciones afectivas con sus compañeros de labores, aspectos esenciales que debe orientarse en la Asociación Playas Limpias del sector Punta Carnero del cantón Salinas.

1.3.4 Legales

La Constitución de la República del Ecuador (Asamblea, 2008), publicada en el Registro oficial el 20 de octubre del 2008, expresa entre los puntos más relevantes:

Art. 3.- Son deberes primordiales del Estado:

1. Garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y los instrumentos internacionales, en particular la educación, la salud, alimentación, seguridad social y el agua para sus habitantes.

5. Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir.

Art. 13.- Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.

Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

El Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021, Toda una Vida.

Publicado por (Senplades, 2017), Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, el 22 de septiembre de 2017, en la que expone, entre otros objetivos y políticas, los siguientes:

Objetivo 1. Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas. A cumplirse mediante las Políticas:

1.2 Generar capacidades y promover oportunidades en condiciones de equidad, para todas las personas a lo largo del ciclo de vida.

1.5 Fortalecer el sistema de inclusión y equidad social, protección integral, protección especial, atención integral y el sistema de cuidados durante el ciclo de vida de las personas, con énfasis en los grupos de atención prioritaria, considerando los contextos territoriales y la diversidad sociocultural.

Objetivo 3. Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones. A aplicarse con las Políticas:

3.4 Promover buenas prácticas que aporten a la reducción de la contaminación, la conservación, la mitigación y la adaptación a los efectos del cambio climático, e impulsar las mismas en el ámbito global.

3.7 Incentivar la producción y consumo ambientalmente responsable, con base en los principios de la economía circular y bio-economía, fomentando el reciclaje y combatiendo la obsolescencia programada.

LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES

Art. 4.- DERECHOS DEL CONSUMIDOR. - Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;

Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;

Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes, incluyendo los riesgos que pudieren presentar;

Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;

Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos.

CAPÍTULO II

MATERIALES Y MÉTODOS

2.1 Tipos de Investigación

El trabajo realizado se fundamentó en un enfoque Cualitativo que es el que permite sustentar el trabajo con la argumentación, las palabras o ideas y el consenso, que se determina con los valores, la forma de ser, las visiones, percepciones y sentimientos de los protagonistas como lo expresa entre sus investigaciones el autor (Tamayo, 2012), que emite un juicio técnico esencial que es de orden explicativo para comprender la orientación del estudio, considerando los argumentos citados se establece que la investigación es de tipo exploratoria descriptiva, porque se sustenta en documentos, registros, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la descripción de los fenómenos, determinantes e indicadores que ocurren en el proceso de atención a los usuarios, para establecer conclusiones relevantes fundamentadas en realidades concretas.

También se aplicó investigación bibliográfica debido a que se utiliza los datos y la información de fuentes documentales, libros de texto, libros virtuales, tesis, artículos científicos y páginas web; así como la investigación de campo que se utiliza para la recolección de datos en el lugar de los hechos, mediante la entrevista

a los dirigentes de la Asociación y la encuesta a los socios y a los usuarios o consumidores de los productos y servicios que ofrecen al público objetivo que visita las playas de Punta Carnero y Mar Bravo en la provincia de Santa Elena.

2.2 Métodos de Investigación

El estudio se desarrolló en base al método deductivo, que permite llegar a través de las consideraciones o ideas generales a especificaciones o situaciones particulares como en el caso de las expectativas o percepciones de los clientes o usuarios de los productos o servicios en donde por regla general requieren el mejor servicio, pero lo que para unos es el mejor servicio para otros satisface parcialmente sus aspiraciones y la interpretación de los datos se vuelve más subjetiva; o en el caso de los trabajadores el servicio y la calidad en la atención son necesarias fortalecerlas, pero existirán algunos que en ciertas áreas ya conocen aquello en que se pretende prepararlos o instruirlos, sin embargo es pertinente recordar ciertos conocimientos para fomentar un nivel de desempeño alto que tienda a mejorar la atención a los turistas.

Se aplicó también el método analítico, debido a que facilita la descomposición de elementos o factores que conducen a la comprensión de situaciones o problemas que se generan en el proceso de atención al cliente y sobre todo al análisis de las quejas o reclamos que pueden surgir de parte de los clientes o usuarios, en especial en la interpretación de los resultados de las encuestas, de la misma forma en los

requerimientos de los trabajadores sobre los temas de mayor interés, para desarrollar el programa de mejora del servicio que les permita prepararse mejor para brindar la atención de calidad, que cubra las expectativas de los usuarios y consumidores de los productos y servicios que ofrece la Asociación Playas Limpias del sector Punta Carnero en el cantón Salinas de la provincia de Santa Elena, en las costas del Pacífico Sur.

2.3 Diseño del Muestreo

2.3 1. Población

El diseño de un trabajo de investigación requiere la identificación de la Población y la segmentación de la Muestra con la que se va a trabajar, en consecuencia se ha considerado los datos del Ministerio de Turismo que proporciona información fidedigna en Santa Elena, expresa que entre el 2015 y el 2017 el promedio de turistas que visitan las principales playas de la provincia en los feriados es de 204.000, y de acuerdo a estos datos del MINTUR, Ministerio de Turismo del Ecuador, manifiesta que aproximadamente el 45,2% de turistas prefieren las actividades de sol y playa, lo que significa que la población de usuarios del servicio en la provincia son alrededor de 92.208 personas que visitan las playas de la costa peninsular; y, en la Asociación Playas Limpias del sector Punta Carnero del cantón Salinas se cuenta con 64 integrantes de la organización, de los cuales 4 son los Directivos principales y 60 los socios de base que conforman la población total:

POBLACIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Directivos	4
Socios de base	60
Turistas o Usuarios	92.208
Total:	92.272

FUENTE: Mintur

2.3 2. Muestra

La muestra representa la parte de la población elegida o seleccionada para aplicar el trabajo de campo, para los estudios de investigación (Carrasco, 2017), expresa que suelen sustentarse en la información fidedigna que la proporcionan los informantes calificados de acuerdo al tipo de estudio que se realiza, lo que significa que en este caso se considera como muestra para aplicar la entrevista a todos los Directivos de la Asociación, mientras que para el desarrollo de la encuesta se toma en cuenta como muestra a todos los integrantes que conforman el grupo de socios de base de la institución, por considerarse que es una población pequeña en el interior de la entidad, que puede proporcionar la información oportuna respecto a la capacitación y la forma de atención al cliente que se aplica.

En cuanto a los turistas o usuarios que conforman los consumidores directos de los productos o servicios considerando la población que se tomó es decir los 92.208 turistas que acuden a las actividades de “sol y playa”, se aplica la Muestra Probabilística en su modalidad de Aleatoria Simple y se aplica la fórmula correspondiente como se detalla:

MUESTRA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	TÉCNICA
Directivos	4	Entrevista
Socios de base	60	Encuesta
Turistas o Usuarios	322	Encuesta
Total:	386	

Fórmula de la Muestra:

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

Donde:

N = Tamaño de la población

Z = Nivel de confianza

p = Probabilidad de éxito

e = error estándar

Entonces,

$$N = 92.208$$

$$Z = 1,96$$

$$p = 0,70$$

$$e = 0,05$$

$$n = \frac{92.208 \cdot 1,96^2 \cdot 0,7(1 - 0,7)}{92.208 - 1 \cdot 0,05^2 + 1,96^2 \cdot 0,7(1 - 0,7)}$$

$$n = \frac{74.387,51309}{231,324236}$$

$$n = 321,5725009$$

$$n=322 \text{ usuarios}$$

2.4 Diseño de Recolección

El estudio de campo se convierte en la fuente fidedigna para obtener la información adecuada y oportuna en el proceso de recolección de datos que facilite el tratamiento de los resultados auscultados a través de las técnicas e instrumentos diseñados para el efecto, en el presente trabajo se realizó una entrevista dirigida exclusivamente a los directivos de la Asociación Playas Limpias de Punta Carnero que desarrollan sus actividades de alquiler de carpas, parasoles y venta de comidas, refrescos y bebidas en los sectores de las playas de Punta Carnero y Mar Bravo principalmente, las preguntas formuladas son abiertas con el fin de que los informantes puedan desagregar todas las inquietudes que se planteen y que sirvan

para tener un panorama claro de la problemática y las alternativas más viables para el planteamiento de soluciones efectivas en la propuesta, la formulación de las conclusiones pertinentes y las recomendaciones oportunas.

El trabajo de campo se complementa con la aplicación de la encuesta focalizada hacia los socios, denominados miembros o integrantes de la Asociación Playas Limpias de Punta Carnero entidad en estudio, quienes son los protagonistas principales de la temática investigada, puesto que son a quienes se va a direccionar los resultados referentes al programa de mejora del servicio que se diseñará como propuesta para fortalecer la atención al cliente o usuario de los productos o servicios que oferta la entidad, cuyos resultados facilitarán el diseño de la propuesta efectiva que requiere la organización, con el fin de preparar adecuadamente a los colaboradores que trabajan directamente con los clientes.

Finalmente se completa el trabajo de campo con la encuesta dirigida a los usuarios o consumidores que son quienes proporcionan la información pertinente en relación con la calidad en el servicio y la atención que reciben de los integrantes de la Asociación Playas Limpias de Punta Carnero, que son los que ofertan directamente los productos o servicios a los consumidores finales que generalmente son los turistas que visitan las playas de los sectores Punta Carnero y Mar Bravo en el cantón Salinas de la provincia de Santa Elena.

Los instrumentos de recolección de la información fueron elaborados mediante preguntas cerradas dicotómicas y politómicas, generadas desde los indicadores que abarcan las dimensiones que contemplan las variables de la temática estudiada, las

cuales están diseñadas mediante las alternativas que proporciona la escala de Likert, por considerarse que son las más apropiadas para el estudio.

El tratamiento, tabulación y análisis de los datos se efectuará en función de los programas SPSS, que permitirán diseñar las tablas y gráficos para la posterior interpretación de los resultados, que servirán para formular una propuesta acorde a los requerimientos de la organización, el planteamiento de las conclusiones apropiadas y las recomendaciones que la institución requiera.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis de los Datos

3.1.1 Análisis de los Resultados de la Entrevista.

1. ¿Qué función realiza y que tiempo lleva en la Asociación Playas Limpias?

Los Directivos entrevistados de la Asociación Playas Limpias de Punta Carnero expresaron que son fundadores de la institución que inició sus actividades en el año 1995, y en su orden describieron sus nombres y cargos que desempeñan actualmente, Presidente el Sr. José Tomalá, el Sr. Miguel Lino, Vicepresidente, el Sr. Oscar Reyes, Secretario, y Tesorero el Sr. Justo Suárez, y siempre están dispuestos a trabajar por el bienestar de la Asociación y de la comunidad ya que sus ventas representan para la mayoría sus ingresos con lo que mantienen a su familia.

2. ¿La Asociación Playas Limpias cuenta con una planificación o cronograma de actividades?

Los ejecutivos entrevistados supieron manifestar que muy pocas veces se realiza y se cumple con una planificación y un cronograma de actividades de parte de la Asociación, más bien se desarrollan acciones planificadas por cada socio o un grupo que va a laborar el fin de semana o feriado que decide hacerlo por su cuenta o entre ciertos compañeros que trabajan siempre, en temporadas, feriados y días normales.

3. ¿Cómo se distribuye a los socios en el área de trabajo?

Cuando se planifican las actividades que generalmente se hace en la temporada o para los feriados, se distribuye según la cantidad de socios que van a salir con sus ventas, ya sea con productos comestibles o los servicios de alquiler de sillas, parasoles y carpas, se distribuyen en forma equitativa en tres sectores norte, centro y sur, de tal forma que esté cubierta toda la playa con los productos y servicios que ofertamos para poder atender a todos los turistas que visitan la playa de Punta Carnero en el cantón Salinas de la provincia de Santa Elena, pero cabe destacar que en días de semana normal de lunes a jueves los que salen a vender lo hacen por donde consideren necesario o vean la llegada de turistas a la playa.

4. ¿Se han realizado reuniones para conocer la situación comercial de las actividades que ofrecen los socios?

Los personajes entrevistados expresaron que si se han realizado reuniones en las que se ha analizado la situación comercial actual de las actividades que ofrecen los socios debido a que es conocido por todos que cuando empieza la temporada playera como se la conoce a la época de vacaciones en la región costa, es cuando se mejoran las ventas por la afluencia de turistas que visitan la playa de Punta Carnero y Mar Bravo e inclusive la llegada masiva de los estudiantes universitarios que se forman en otras ciudades del país que en

muchos casos vienen con amigos y compañeros, la otra cara de la moneda es cuando termina la temporada y hay pocos visitantes en la playa.

5. ¿Se ha realizado alguna vez en la Asociación un conversatorio o charla sobre las estrategias de servicio y la calidad en la atención al cliente?

Con honestidad expresan los informantes entrevistados que no se han realizado ese tipo de actividades ya que los conversatorios son los que permiten analizar las ventajas o beneficios sobre un determinado tema, o por el contrario las falencias o desventajas que puede existir entorno a una cuestión de este tipo, en algún momento se ofreció una capacitación con estudiantes de la Universidad a través de un proyecto pero no se concretó, sin embargo consideran que sería muy importante que las autoridades o los funcionarios de turno, faciliten o promuevan ese tipo de actividades para dialogar sobre la situación de los emprendedores de la Asociación que siempre están dispuestos a mejorar sus condiciones de alguna manera.

6. ¿Considera que las personas de la Asociación Playas Limpias requieren mejorar las estrategias de servicio?

De manera unánime manifestaron los informantes entrevistados que tanto los directivos y los socios de base están buscando alternativas que ayuden a mejorar las estrategias de servicio y la calidad de los productos que se ofrece a la colectividad, porque consideran que es su carta de presentación, es decir expresan que si se brinda un buen servicio y los productos que venden son muy bien presentados, con aseo, orden, y un buen trato a los clientes se va a

mejorar notablemente las estrategias de servicio que se apliquen en el campo de acción, todo depende de las ganas que le ponga cada miembro de la Asociación Playas Limpias.

7. ¿Se ha consultado a los socios que tipo de orientaciones o capacitaciones consideran que necesitan?

Los entrevistados expresaron que de acuerdo a las orientaciones que requieren los socios se ha hecho las consultas necesarias e inclusive en las reuniones se conversa sobre los temas que deberían brindarse como capacitaciones, además se ha buscado auspicio de entidades gubernamentales como MIES y MIPRO, para solicitar las capacitaciones que se necesitan para los integrantes de la Asociación, pero no se ha logrado concretar debido a que ellos se inclinan más por los temas de emprendimiento y financiamiento, mientras que en la institución se requiere facilitar temas como atención al cliente, relaciones humanas, calidad del servicio, manejo de alimentos, entre otros que son los principales a los que se han referido los socios de base.

8. ¿Considera importante que los socios se preparen para mejorar la calidad en la atención al cliente?

Los entrevistados piensan de forma unánime que es muy necesario que los socios se preparen adecuadamente para mejorar la calidad en la atención al cliente, ya sea por medio de la Asociación y el trabajo que realice el directorio para conseguir cursos, talleres o seminarios de formación y preparación para los socios por medio de convenios con entidades públicas o privadas, pero también pueden hacerlo de manera personal con cursos de gastronomía y talleres de atención al cliente que les facilite ofrecer mejores productos y un excelente servicio a los turistas que son su mercado.

9. ¿Considera usted como directivo que la calidad en la atención al cliente contribuye al desarrollo personal y de la organización?

Los informantes entrevistados expresaron que la calidad en la atención es esencial para el desarrollo de cada asociado y de cualquier persona que brinda un servicio, además contribuye mucho a la imagen de la organización puesto que cada cliente se forma una buena idea de quien le atiende al venderle un producto o un servicio, por tanto una excelente atención ayuda a la persona que lo realiza a sentirse bien por la gentileza o la capacidad para brindar un buen servicio a los turistas y forasteros que visitan las playas de Punta Carnero en el cantón Salinas de la Provincia de Santa Elena.

10. ¿Aportaría con los recursos necesarios para desarrollar un programa de mejora de la calidad del servicio al cliente en la Asociación Playas Limpias?

Considerando que somos directivos expresaron los entrevistados que aportarían todos los recursos que fuesen necesarios para el desarrollo de un programa de mejora de la calidad del servicio al cliente mediante estrategias apropiadas y oportunas, planificadas desde la dirección de la Asociación o como socios activos si fuera el caso, lo importante es que se diseñe y se ejecute las acciones pertinentes para implementar el programa que contribuya a mejorar la calidad del servicio en la atención a los clientes, que son en su mayoría los turistas que visitan las playas de Punta Carnero y Mar Bravo en el cantón Salinas y la comunidad que habita en sus alrededores y disfruta de las bondades de la arena y el mar.

3.1.2 Análisis de los resultados de la Encuesta a Socios.

Género

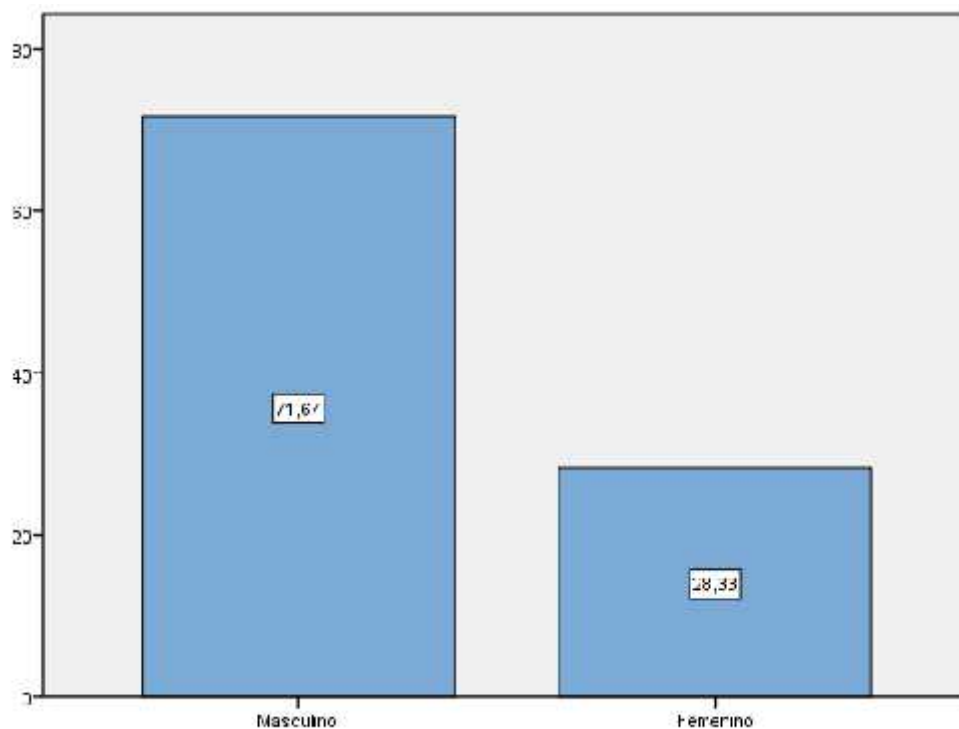
Tabla 1: Género

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	43	71,7	71,7	71,7
Válidos Femenino	17	28,3	28,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Asociación Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 1: Género



Fuente: Asociación Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Los resultados reflejan que las personas encuestadas con mayor porcentaje representan al género masculino, sin dejar de resaltar la importancia que tiene el género femenino dentro de esta organización, pero es indudable que hay más hombres en la Asociación.

Nivel de Instrucción

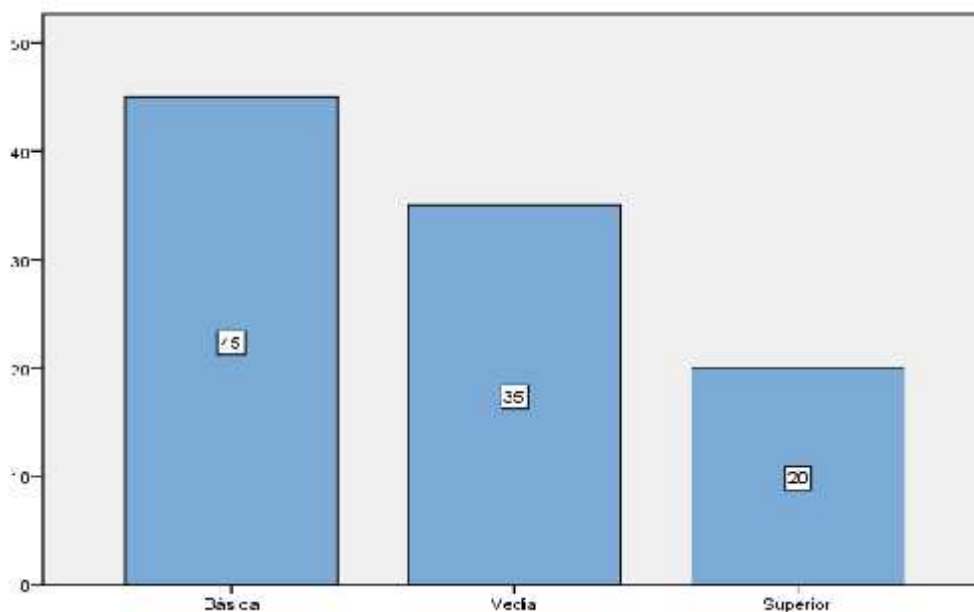
Tabla 2: Nivel de Instrucción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Básica	27	45,0	45,0
	Media	21	35,0	80,0
	Superior	12	20,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0

Fuente: Asociación Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 2: Nivel de Instrucción



Fuente: Asociación Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Los resultados reflejan que el nivel de instrucción que sobresale es el de instrucción Básica, seguido en un gran número por el nivel medio, pero el nivel con menos captación fue el de nivel superior esto quiere decir que la mayor parte de las personas encuestadas no cuentan con suficiente preparación académica y/o profesional.

SERVICIO AL CLIENTE

1. ¿Considera usted que el servicio que prestan es oportuno?

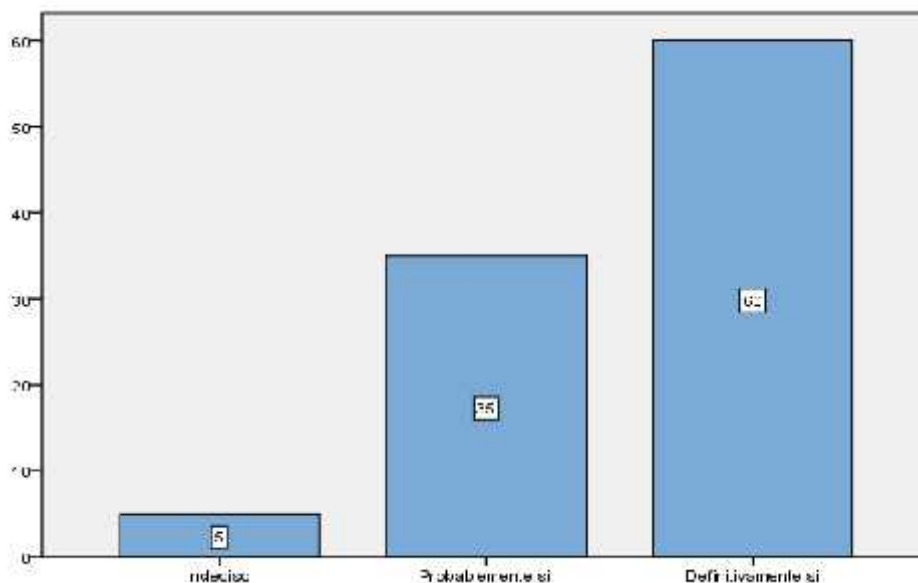
Tabla 3: Servicios que Prestan

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indeciso	3	5,0	5,0	5,0
Probablemente sí	21	35,0	35,0	40,0
Definitivamente sí	36	60,0	60,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Asociación Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 3: Servicios que Prestan



Fuente: Asociación Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Los resultados de la encuesta a los clientes nos reflejan que los servicios que prestan definitivamente sí, son oportunos es decir la Asociación Playas Limpias ofrece atención con productos y servicios que garantizan la satisfacción del cliente en el sector de la playa de Punta Carnero y Mar Bravo.

2. ¿Conoce usted si aplican estrategias adecuadas para la atención del cliente?

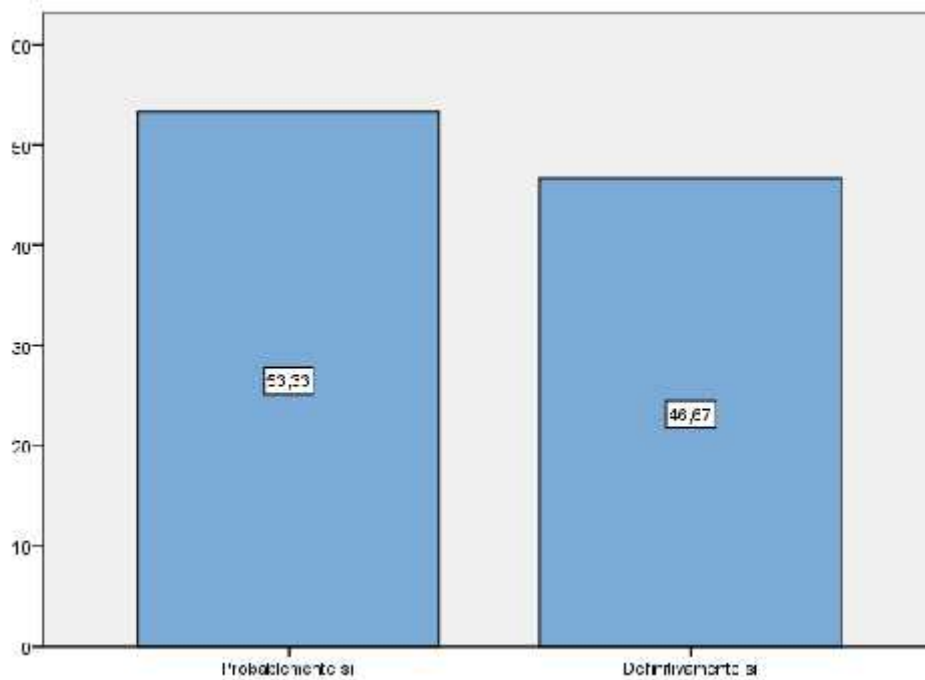
Tabla 4 Estrategias de atención al cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Probablemente si	32	53,3	53,3	53,3
Válidos Definitivamente si	28	46,7	46,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Asociación Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 4: Estrategias de atención al cliente



Fuente: Asociación Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Según los resultados obtenidos en el trabajo de campo aplicado a los encuestados en esta pregunta nos indican que probablemente si aplican estrategias para la atención del cliente, generando buenas expectativas del consumidor y así garantizar su fidelidad con la organización, pero se requiere mejorar las estrategias con el fin de fortalecer la calidad en la atención

3. ¿Considera usted que la satisfacción del cliente es clave para el éxito de la Asociación?

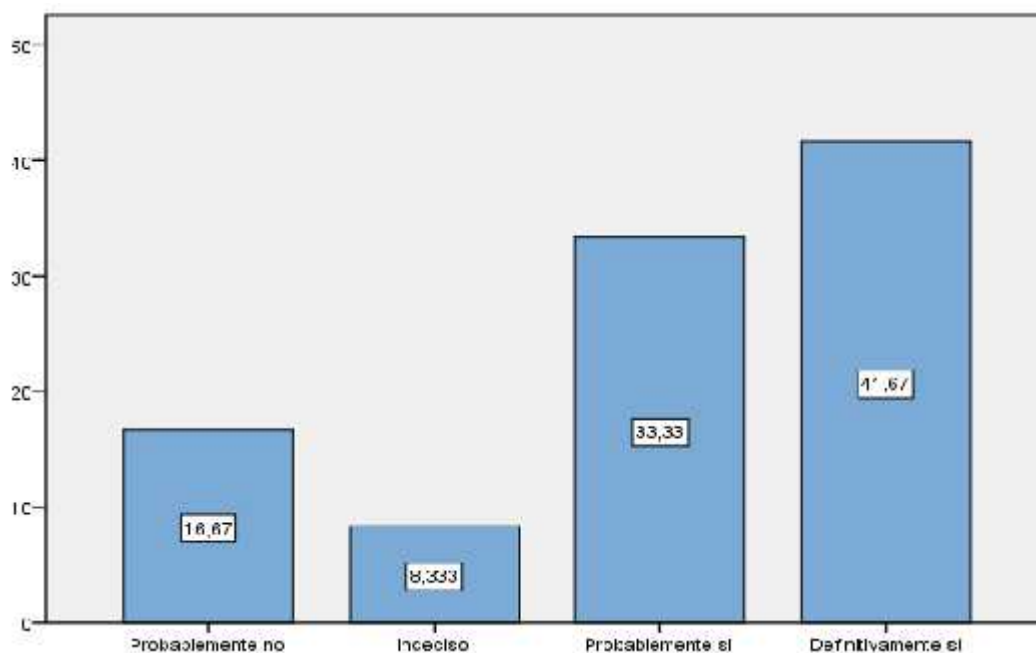
Tabla 5: Satisfacción del cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Probablemente no	10	16,7	16,7	16,7
Indeciso	5	8,3	8,3	25,0
Válidos Probablemente si	20	33,3	33,3	58,3
Definitivamente si	25	41,7	41,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Asociación Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 5: Satisfacción del cliente



Fuente: Asociación Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Los resultados obtenidos en esta pregunta nos indican que definitivamente si, el punto clave para el éxito de la organización, es que los clientes estén satisfechos con el producto o servicio, por eso es importante ofrecer calidad e innovación en sus productos y servicios.

DESARROLLO PERSONAL

4. ¿Recibe usted capacitaciones por parte de los directivos de la Asociación?

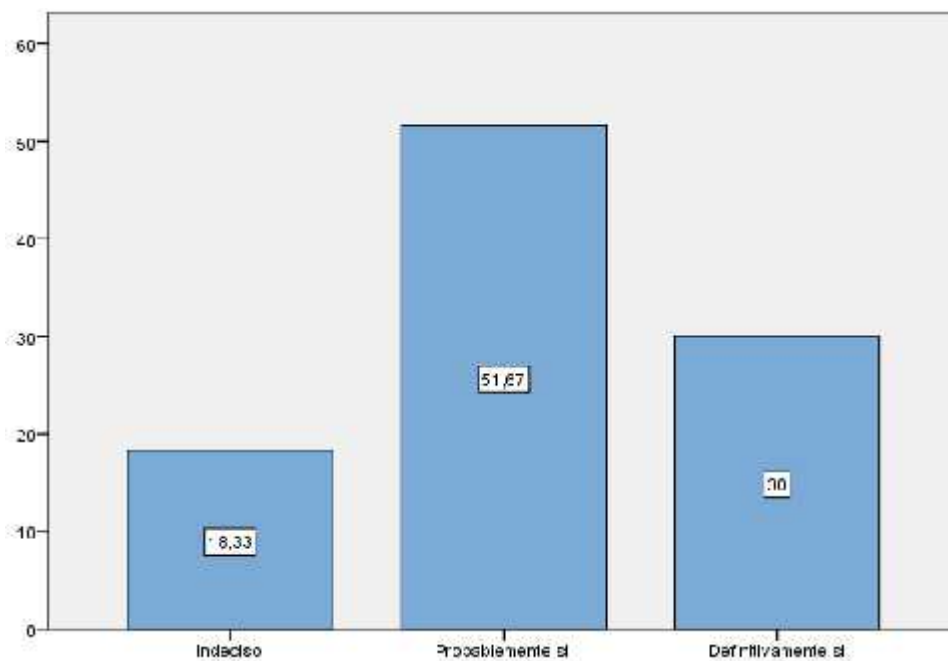
Tabla 6: Capacitaciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indeciso	11	18,3	18,3	18,3
Probablemente si	31	51,7	51,7	70,0
Definitivamente si	18	30,0	30,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Asociación Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 6: Capacitaciones



Fuente: Asociación Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Los resultados reflejan que aproximadamente la mitad de los encuestados dicen que probablemente si reciben capacitaciones dentro de la empresa, esto quiere decir que la organización debe brindar capacitación más frecuente y a todos los socios para que brinden la atención adecuada a los clientes.

5. ¿Planifica usted sus actividades para la temporada baja acorde a su perspectiva?

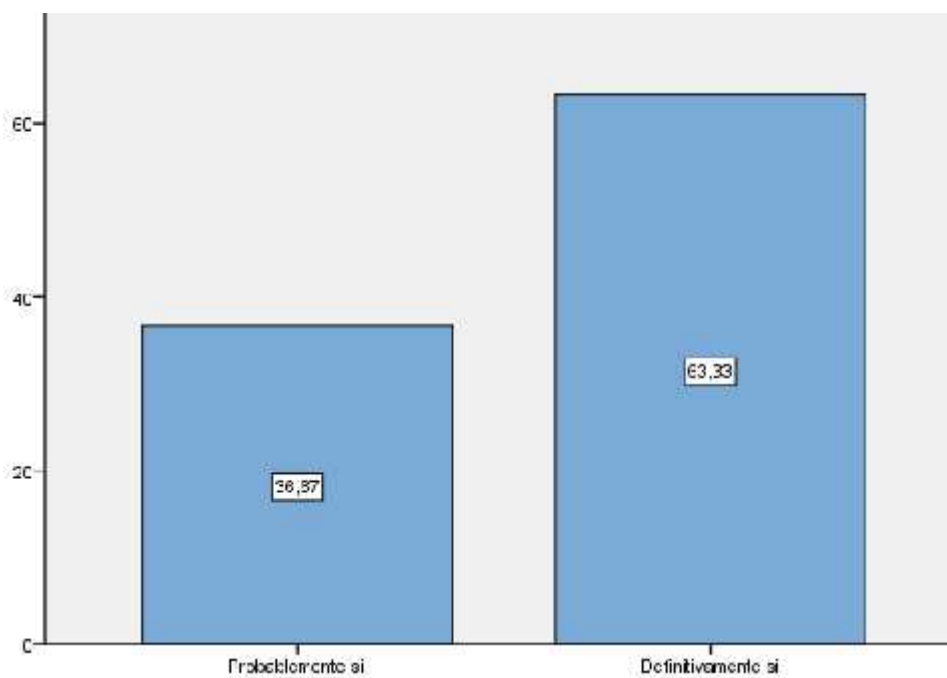
Tabla 7: Actividades de temporada

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Probablemente si	22	36,7	36,7	36,7
Válidos Definitivamente si	38	63,3	63,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Asociación Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 7: Actividades de temporada



Fuente: Asociación Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Según los resultados obtenidos en esta pregunta, los encuestados indican que definitivamente si se planifican y se hacen actividades acordes a las temporadas, para que cada uno de los socios de la institución no sean tan afectados económicamente, especialmente en temporadas bajas que suelen ser las épocas en que más difícil es la situación.

6. ¿Dentro de su planificación existe algún rubro para la actualización de conocimientos personales?

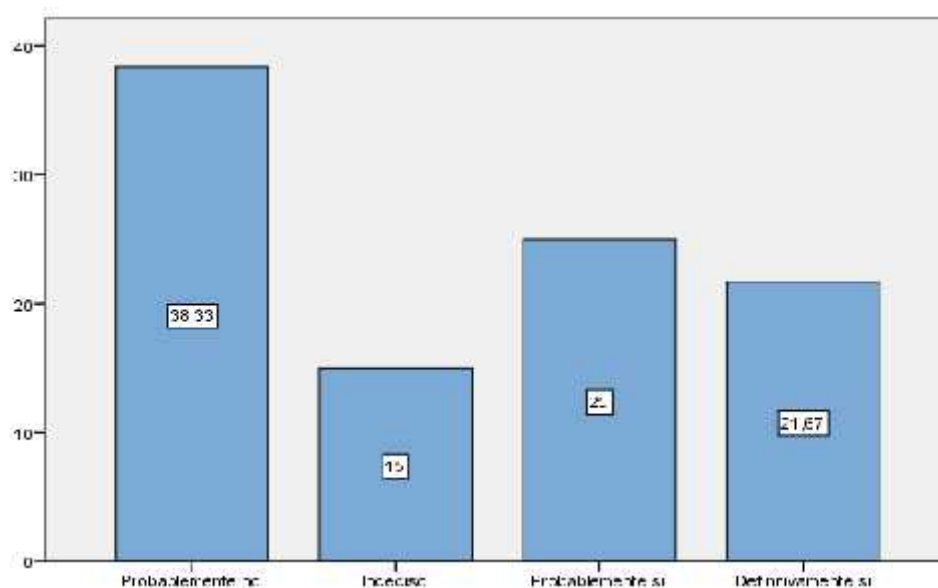
Tabla 8: Actualización de conocimientos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Probablemente no	23	38,3	38,3	38,3
Indeciso	9	15,0	15,0	53,3
Válidos Probablemente si	15	25,0	25,0	78,3
Definitivamente si	13	21,7	21,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Asociación Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 8: Actualización de conocimientos



Fuente: Asociación Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Los resultados del trabajo de campo muestran que probablemente no existe ningún rubro en la planificación para la actualización de conocimientos personales, esto quiere decir que la empresa debería reorganizar la planificación general y operativa e ingresar algún tipo de rubro que garantice la actualización de conocimientos cada cierto tiempo.

FACTORES DE CALIDAD

7. ¿Considera usted que la estructura física de la Asociación aporta a la calidad del servicio al cliente que ofrece?

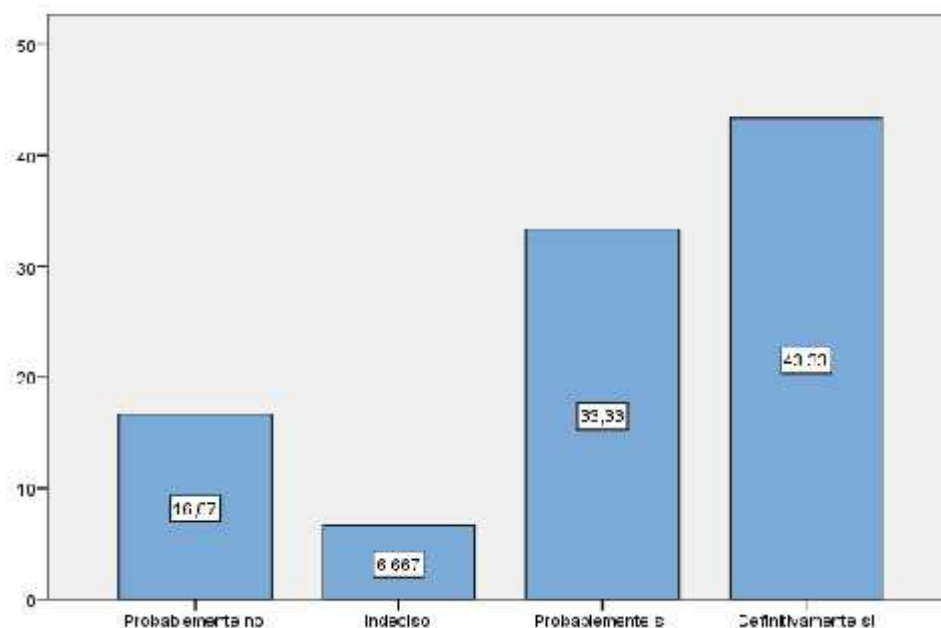
Tabla 9: Estructura física

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Probablemente no	10	16,7	16,7	16,7
Indeciso	4	6,7	6,7	23,3
Válidos Probablemente si	20	33,3	33,3	56,7
Definitivamente si	26	43,3	43,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Asociación Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 9: Estructura física



Fuente: Asociación Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Dado los resultados obtenidos en esta pregunta nos indican que definitivamente si la estructura física de la Asociación aporta a la calidad del servicio, esto ayuda a la empresa a garantizar el regreso del cliente y poder satisfacer cualquier tipo de necesidad que estos presenten.

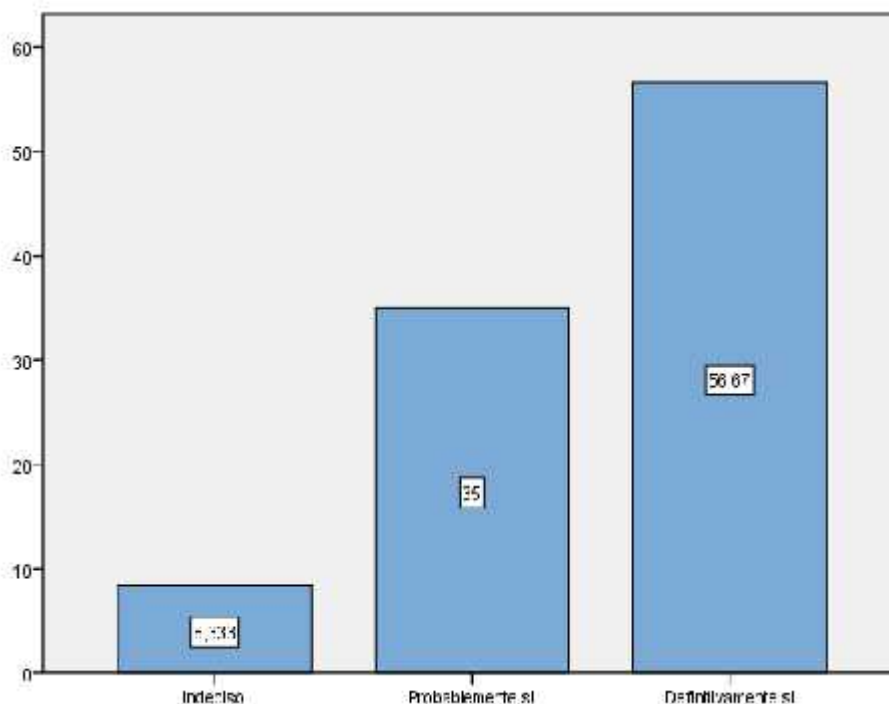
8. ¿Cree usted que los integrantes de la Asociación deben mejorar la actitud con la que prestan el servicio al cliente?

Tabla 10: Mejorar actitud

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indeciso	5	8,3	8,3	8,3
Probablemente si	21	35,0	35,0	43,3
Definitivamente si	34	56,7	56,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Asociación Playas Limpias
Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 10: Mejorar actitud



Fuente: Asociación Playas Limpias
Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Los resultados de la encuesta nos indican que definitivamente si deben mejorar la actitud con la que prestan el servicio, una buena impresión desde el primer momento al cliente es lo que debe importar, porque con esto se garantizará la fidelidad de los consumidores y la aceptación de los productos o servicios que se ofrecen.

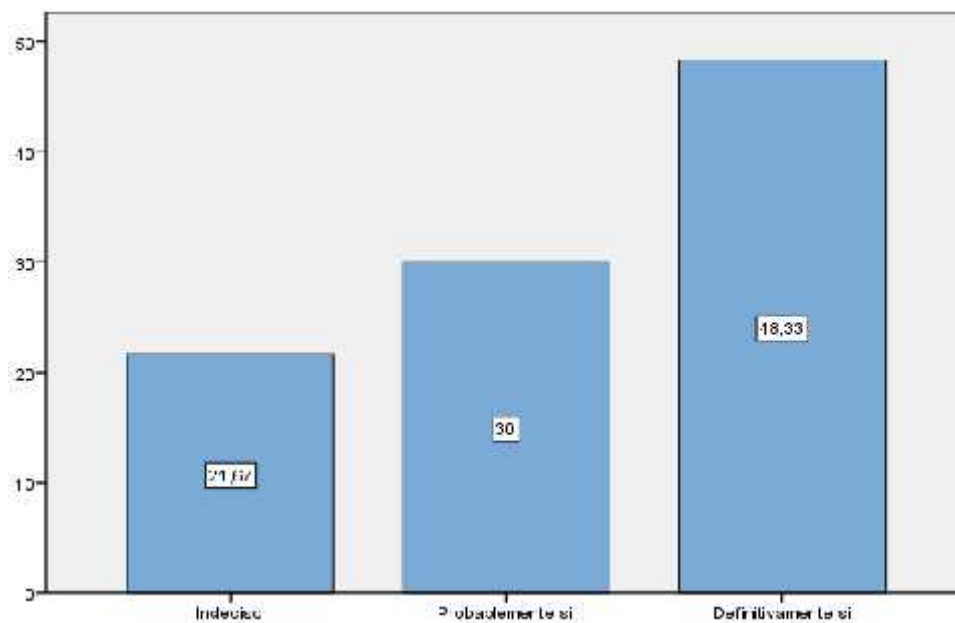
9. ¿Considera usted que la calidad en la atención a los clientes es adecuada y oportuna?

Tabla 11: Calidad en atención al cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indeciso	13	21,7	21,7	21,7
Probablemente si	18	30,0	30,0	51,7
Definitivamente si	29	48,3	48,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Asociación Playas Limpias
Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 11: Calidad en atención al cliente



Fuente: Asociación Playas Limpias
Elaborado por: Miguel Suárez Y.

La grafica refleja los resultados de que la calidad en la atención a los clientes definitivamente si es la adecuada, esto se refleja en la forma en que se trata al consumidor ya que genera satisfacción del mismo, debido a que un cliente bien atendido se convierte en referencia para futuros clientes, sin embargo, se debe mejorar en la eficiencia es decir atenderlo en el menor tiempo posible.

TIPOS DE CALIDAD

10. ¿Considera usted que cumplen con la calidad que espera el cliente de sus productos y servicios?

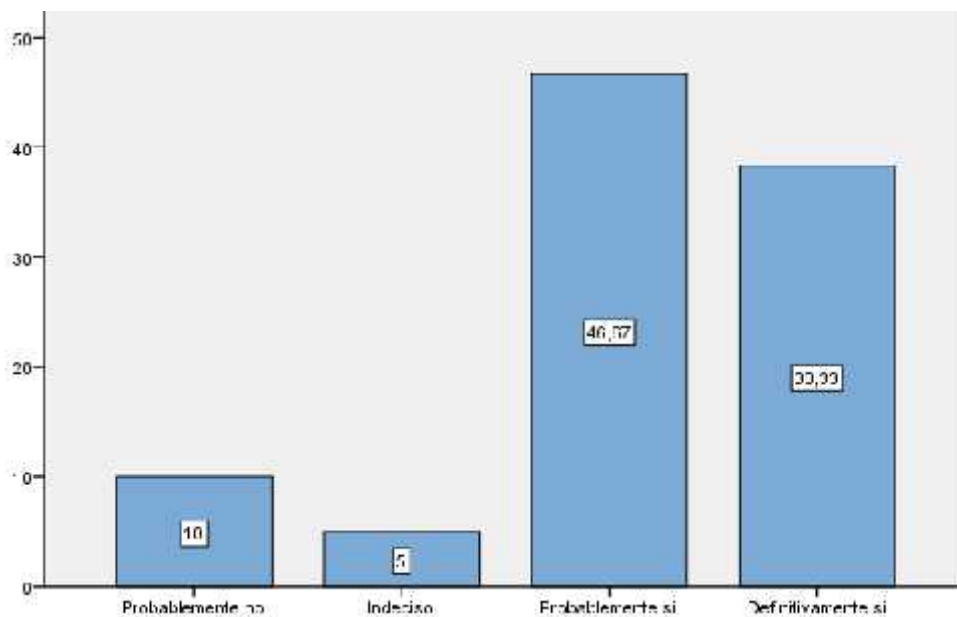
Tabla 12: Calidad de productos y servicios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Probablemente no	6	10,0	10,0	10,0
Indeciso	3	5,0	5,0	15,0
Válidos Probablemente si	28	46,7	46,7	61,7
Definitivamente si	23	38,3	38,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Asociación Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 12: Calidad de productos y servicios



Fuente: Asociación Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Los resultados nos reflejan que menos de la mitad de socios expresan que probablemente sí, y otro gran número que definitivamente sí, se cumple con la calidad que espera el cliente de sus productos y servicios, esto permite asegurar las recomendaciones de los clientes y genera mayor aceptación hacia la organización.

11. ¿Considera usted que satisfacen las perspectivas de calidad en la atención que exigen algunos clientes?

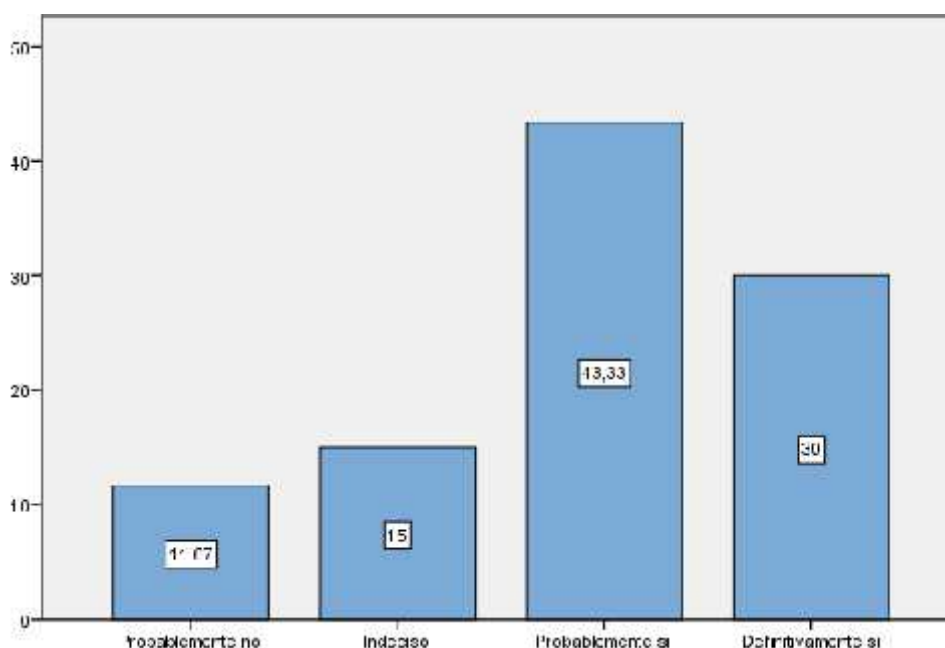
Tabla 13: Perspectiva de calidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Probablemente no	7	11,7	11,7	11,7
Indeciso	9	15,0	15,0	26,7
Válidos Probablemente si	26	43,3	43,3	70,0
Definitivamente si	18	30,0	30,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Asociación Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 13: Perspectiva de calidad



Fuente: Asociación Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Los datos auscultados indican en su mayoría que probablemente sí, satisfacen las perspectivas de calidad que exigen algunos clientes, lo que significa que esto ayuda a tener mayor aceptación de nuestros consumidores de los productos y servicios que ofrece la Asociación.

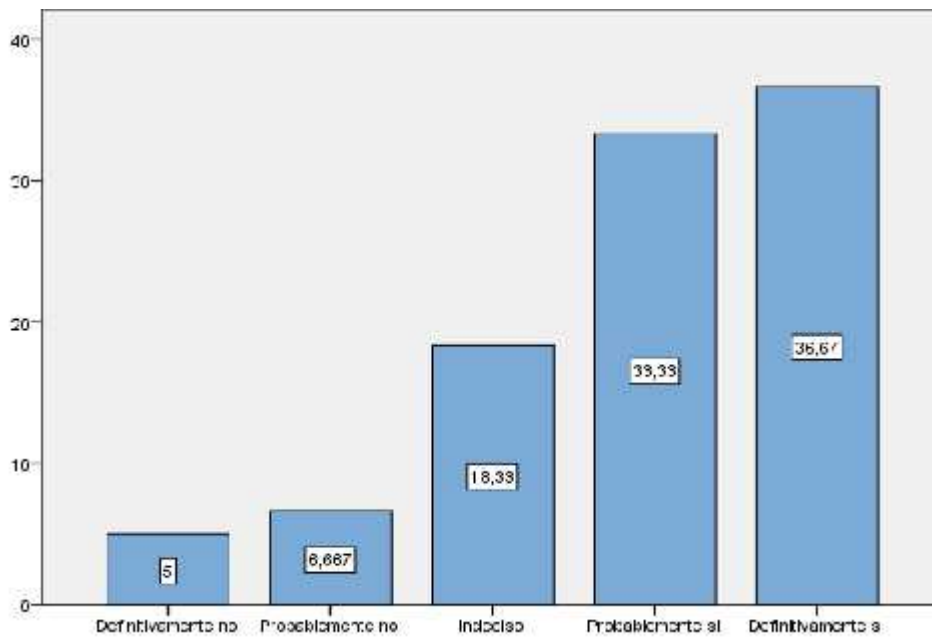
12. ¿Existen clientes que le hayan felicitado por superar sus expectativas?

Tabla 14: Felicidades por superación de expectativas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Definitivamente no	3	5,0	5,0	5,0
Probablemente no	4	6,7	6,7	11,7
Indeciso	11	18,3	18,3	30,0
Probablemente sí	20	33,3	33,3	63,3
Definitivamente sí	22	36,7	36,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Asociación Playas Limpias
Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 14: Felicidades por superación de expectativas



Fuente: Asociación Playas Limpias
Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Los resultados obtenidos en la encuesta expresan que definitivamente sí, hay clientes muy gentiles que han felicitado a los trabajadores y socios de la organización por haber logrado superar sus expectativas, e inclusive han sugerido algunos cambios para fortalecer el servicio que ofrecen.

ESTRATEGIAS DE CALIDAD

13. ¿Conoce usted si existe algún convenio con alguna institución pública o privada para recibir capacitaciones en diferentes ámbitos?

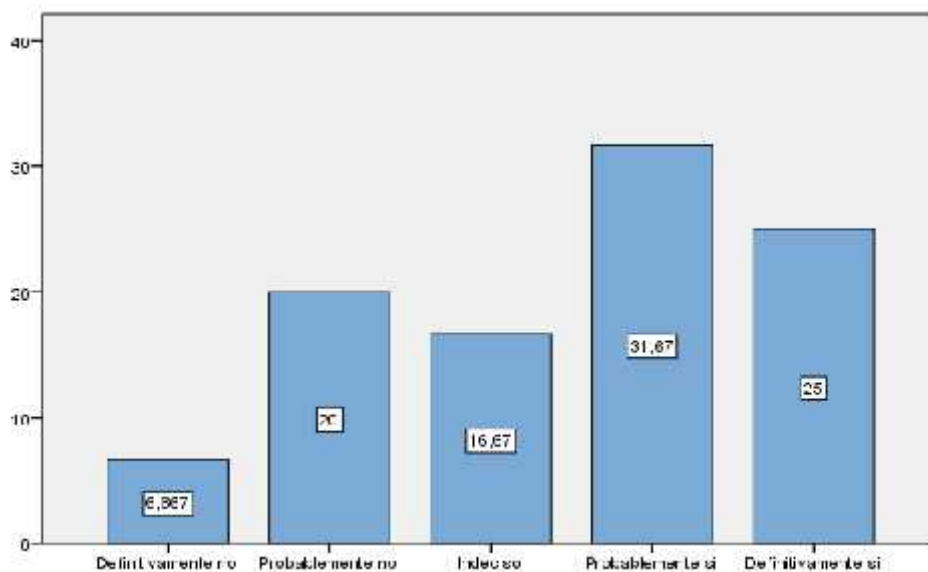
Tabla 15: Convenios con instituciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Definitivamente no	4	6,7	6,7	6,7
Probablemente no	12	20,0	20,0	26,7
Indeciso	10	16,7	16,7	43,3
Probablemente si	19	31,7	31,7	75,0
Definitivamente si	15	25,0	25,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Asociación Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 15: Convenios con instituciones



Fuente: Asociación Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Los resultados captados muestran que probablemente sí, la Asociación tiene algún convenio con instituciones públicas o privadas para recibir capacitaciones en diferentes ámbitos, pero deben hacerla efectiva oportunamente, y buscar nuevos convenios por ejemplo de vinculación con la UPSE.

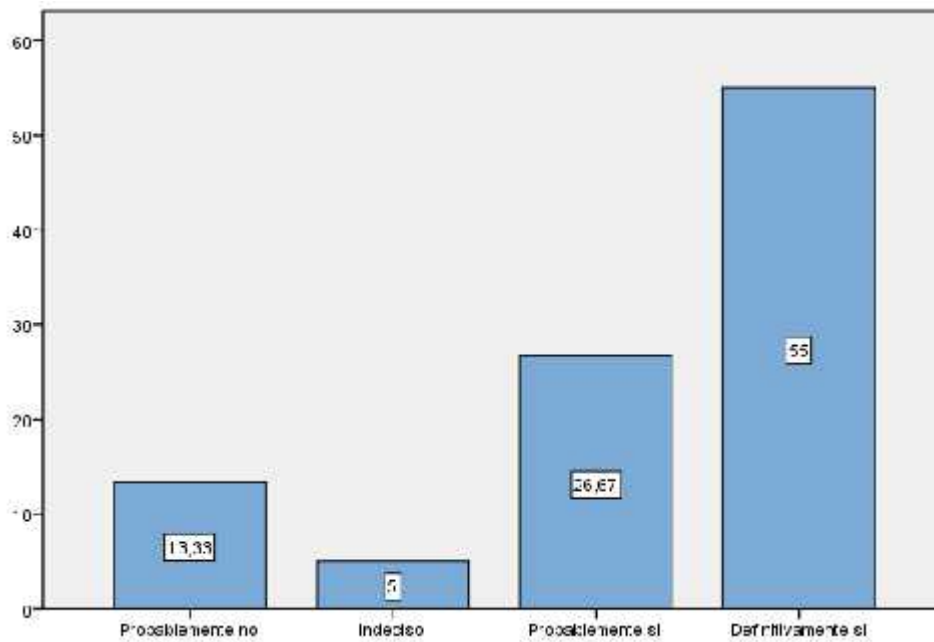
14. ¿Es efectiva la capacidad de respuesta que cómo integrante de la Asociación ofrece al cliente?

Tabla 16: Capacidad de respuesta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Probablemente no	8	13,3	13,3	13,3
Indeciso	3	5,0	5,0	18,3
Válidos Probablemente si	16	26,7	26,7	45,0
Definitivamente si	33	55,0	55,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Asociación Playas Limpias
Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 16: Capacidad de respuesta



Fuente: Asociación Playas Limpias
Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Los resultados muestran que las personas encuestadas indican que definitivamente sí, es efectiva la capacidad de respuesta que los integrantes de la Asociación ofrecen a los clientes, ayudando a generar relevantes expectativas para el desempeño de la organización.

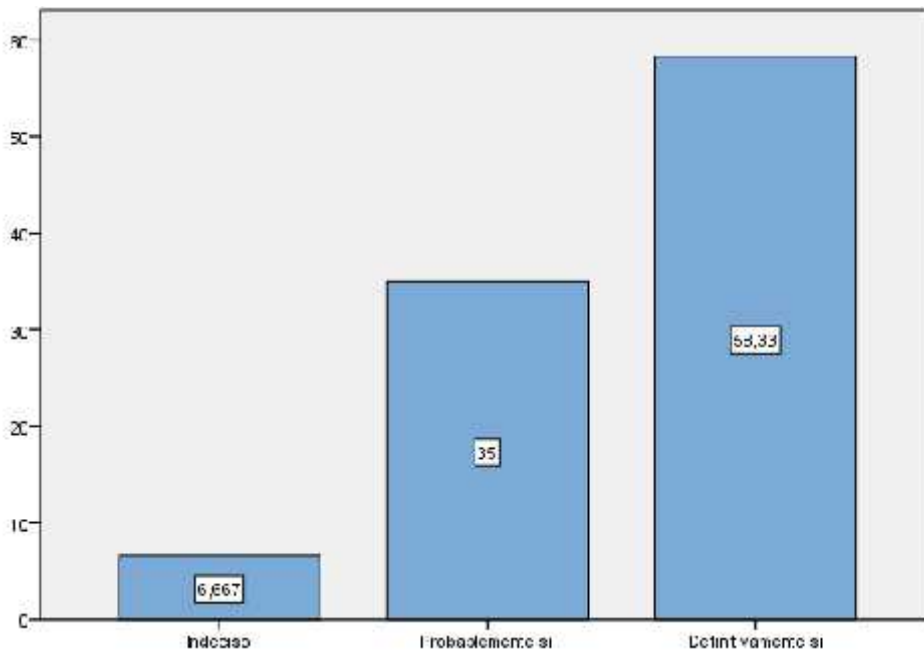
15. ¿Considera usted que la Asociación debe incorporar nuevos productos y servicios?

Tabla 17: Incorporación de nuevos productos y servicios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indeciso	4	6,7	6,7	6,7
Probablemente si	21	35,0	35,0	41,7
Definitivamente si	35	58,3	58,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Asociación Playas Limpias
Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 17: Incorporación de nuevos productos y servicios



Fuente: Asociación Playas Limpias
Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Los resultados auscultados muestran que las personas encuestadas indican que definitivamente sí, la Asociación debe incorporar nuevos productos y servicios, esto generaría llamar la atención de la cartera de clientes y posibles nuevos clientes que deseen consumir lo que ofrece la organización, generando nuevas expectativas de calidad e innovación en productos y servicios.

3.1.3 Análisis de los Resultados de la Encuesta a Clientes.

GÉNERO

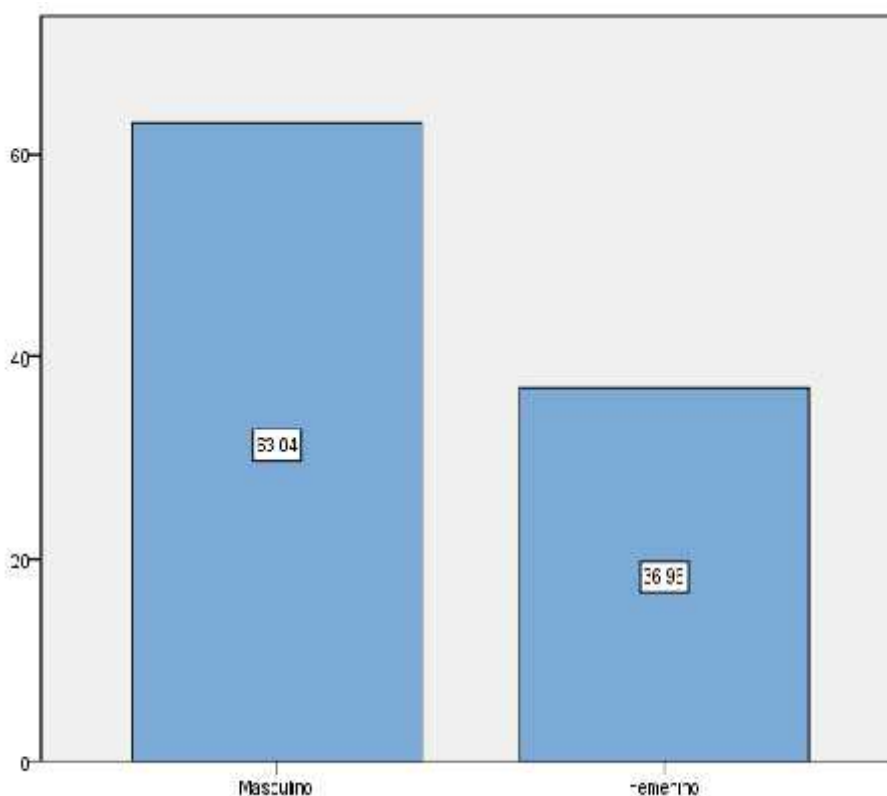
Tabla 18: Género

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	203	63,0	63,0	63,0
Válidos Femenino	119	37,0	37,0	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 18: Género



Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Los resultados reflejan que las personas encuestadas con mayor porcentaje fueron las del género masculino, sin dejar de resaltar la importancia que tiene el género femenino dentro del estudio con un porcentaje considerable.

NIVEL DE INSTRUCCIÓN

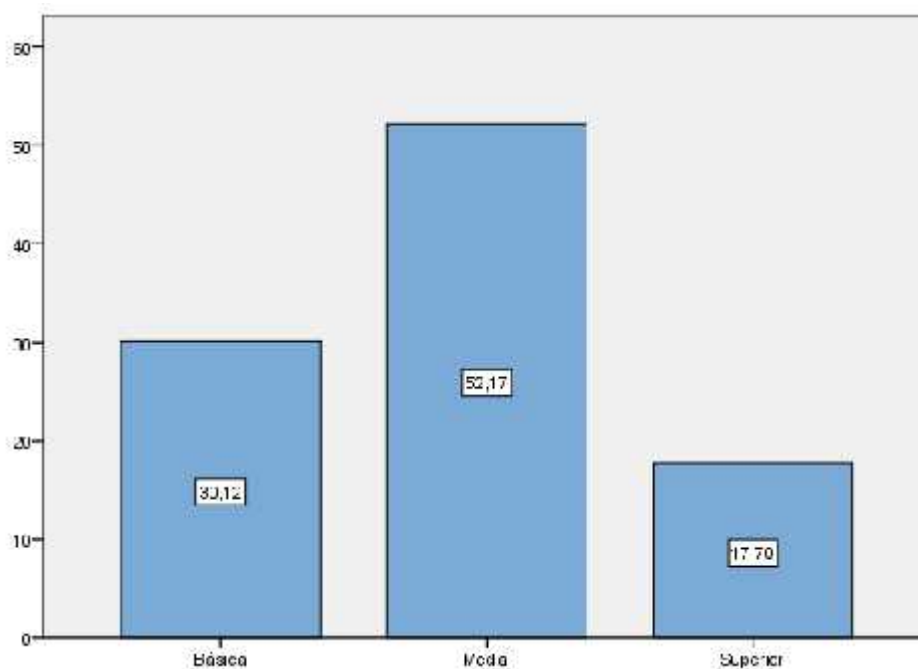
Tabla 19: Nivel de instrucción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Básica	97	30,1	30,1
	Media	168	52,2	82,3
	Superior	57	17,7	100,0
	Total	322	100,0	100,0

Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 19: Nivel de instrucción



Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Los resultados de las encuestas elaboradas reflejan que el nivel de instrucción que sobresale entre las personas auscultadas es el de instrucción Media, seguido del nivel Básico; el nivel con menos captación fue el de nivel superior esto quiere decir que la mayor parte de los clientes encuestados han terminado el bachillerato, pero no cuentan con preparación académica profesional.

1. ¿Considera usted que el servicio que presta la Asociación Playas Limpias es oportuno?

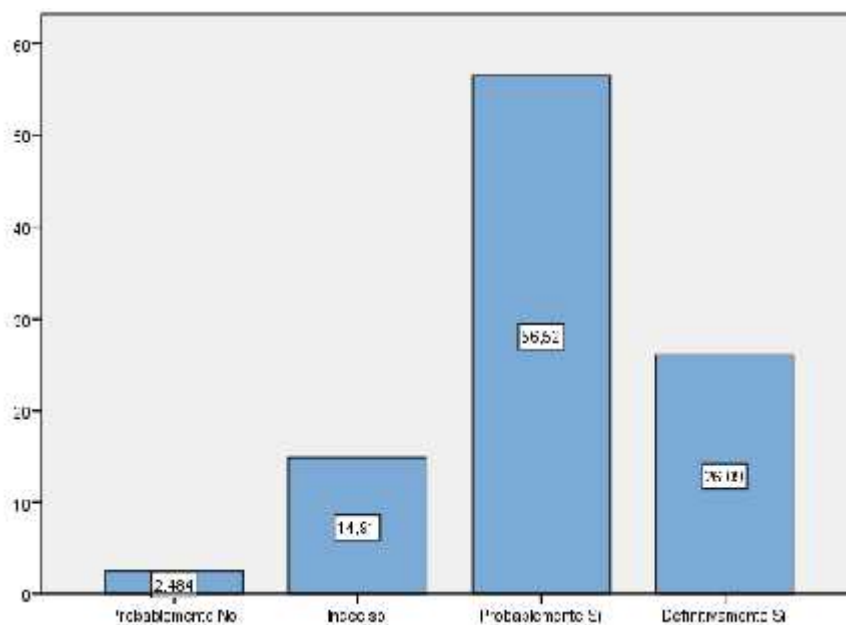
Tabla 20: Servicio Oportuno

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Probablemente No	8	2,5	2,5	2,5
Indeciso	48	14,9	14,9	17,4
Válidos Probablemente Si	182	56,5	56,5	73,9
Definitivamente Si	84	26,1	26,1	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 20: Servicio Oportuno



Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

La grafica nos refleja que, en las encuestas aplicadas a los clientes, los servicios que prestan en su gran mayoría probablemente si son oportunos y un considerable grupo expresan que definitivamente si son oportunos, es decir la Asociación Playas Limpias ofrecen productos y servicios que oportunamente suelen satisfacer a los clientes que visitan el sector.

2. ¿Considera usted que las estrategias de la Asociación Playas Limpias aportan a cumplir una adecuada atención al cliente?

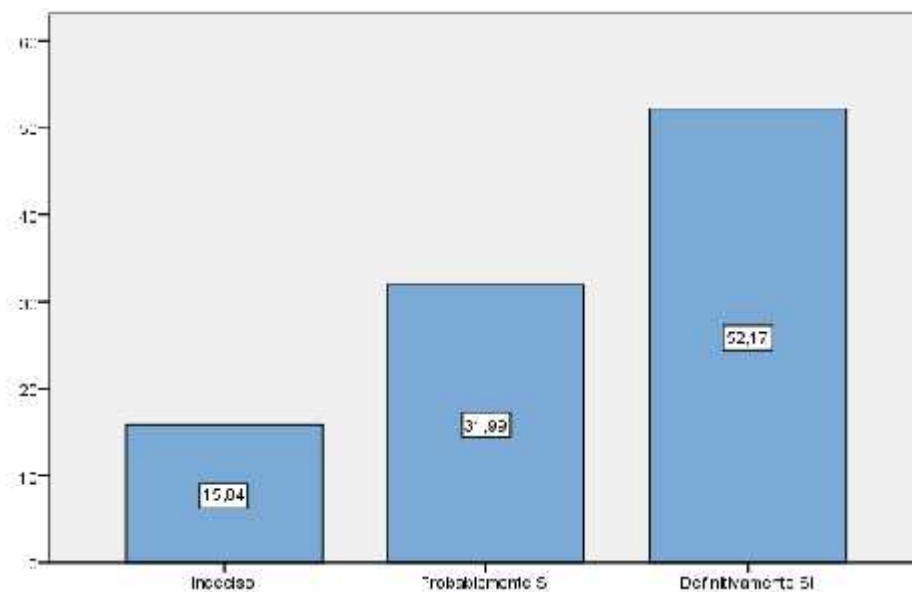
Tabla 21: Estrategias de asociación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indeciso	51	15,8	15,8	15,8
Probablemente Si	103	32,0	32,0	47,8
Definitivamente Si	168	52,2	52,2	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 21: Estrategias de asociación



Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Dado los resultados obtenidos en esta pregunta nos indican que definitivamente si las estrategias que aplican para la atención del cliente son las adecuadas, ya que gracias a esto generan buenas expectativas del consumidor y así garantizar su fidelidad por lo que permitirá a los usuarios de los productos o servicios regresar a este sector de la playa.

3. ¿Considera usted que satisfacer al cliente es clave para el éxito de la Asociación Playas Limpias?

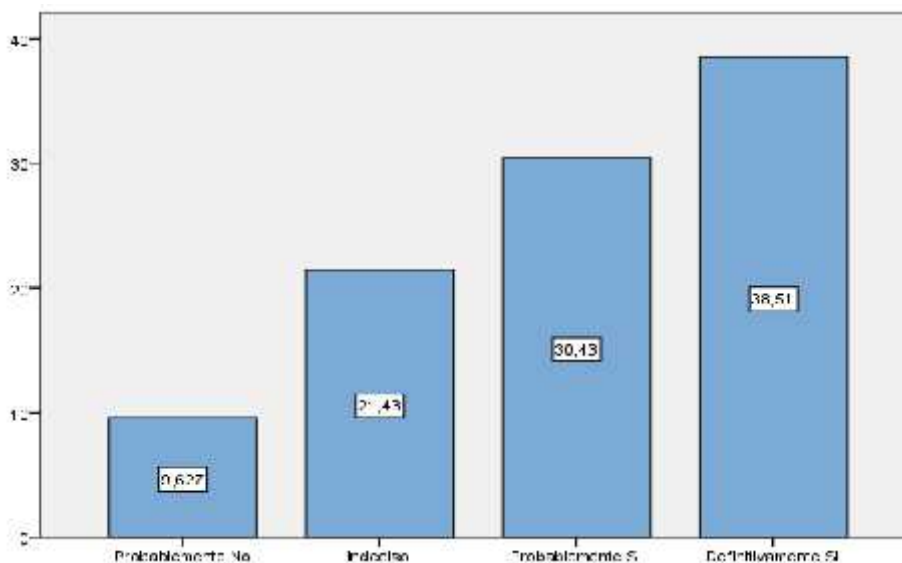
Tabla 22: Satisfacción al cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Probablemente No	31	9,6	9,6	9,6
Indeciso	69	21,4	21,4	31,1
Válidos Probablemente Si	98	30,4	30,4	61,5
Definitivamente Si	124	38,5	38,5	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias

Elaborado por: Miguel A. Suárez

Gráfico 22: Satisfacción al cliente



Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

De acuerdo a los resultados obtenidos en esta pregunta se indica que definitivamente si el punto clave para el éxito es que los clientes estén satisfechos con los productos o servicios que se les ofrezca, por eso es importante ofrecer calidad e innovación constante, puesto que los clientes son los turistas que visitan las playas y generalmente durante la temporada vienen varias veces.

4. ¿Piensa usted, que se deben considerar las capacidades individuales que tengan las personas para facilitar el servicio?

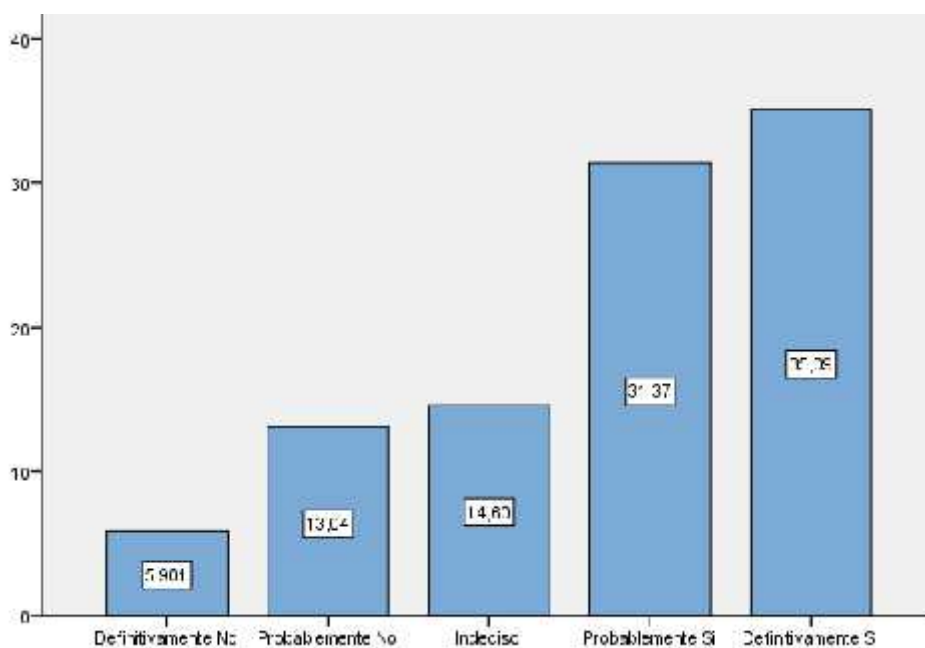
Tabla 23: Capacidades individuales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Definitivamente No	19	5,9	5,9	5,9
Probablemente No	42	13,0	13,0	18,9
Indeciso	47	14,6	14,6	33,5
Probablemente Si	101	31,4	31,4	64,9
Definitivamente Si	113	35,1	35,1	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 23: Capacidades individuales



Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Según los resultados obtenidos en esta pregunta se muestra que definitivamente sí, los clientes expresan que se deben considerar las capacidades individuales de los que forman parte de la organización para poder facilitar el servicio que prestan los trabajadores que están en contacto directo con los usuarios.

5. ¿Las habilidades y destrezas son características fundamentales en las personas que ofrecen el servicio?

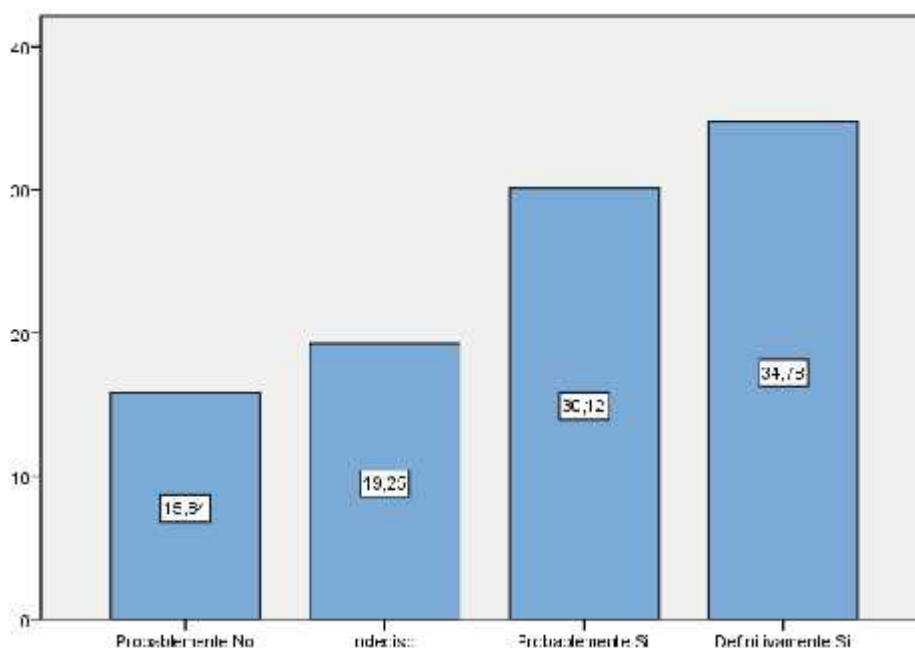
Tabla 24: Habilidades y destrezas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Probablemente No	51	15,8	15,8	15,8
Indeciso	62	19,3	19,3	35,1
Válidos Probablemente Si	97	30,1	30,1	65,2
Definitivamente Si	112	34,8	34,8	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 24: Habilidades y destrezas



Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Dado los resultados obtenidos en las encuestas, esta pregunta refleja que definitivamente sí, las habilidades y destrezas son características fundamentales en las personas que ofrecen este tipo servicio puesto que deben conversar con los usuarios, regatear precios y ofrecer una agradable presentación de los productos.

6. ¿Es necesario que la Asociación Playas Limpias, se preocupe por el desempeño laboral de sus colaboradores/asociados?

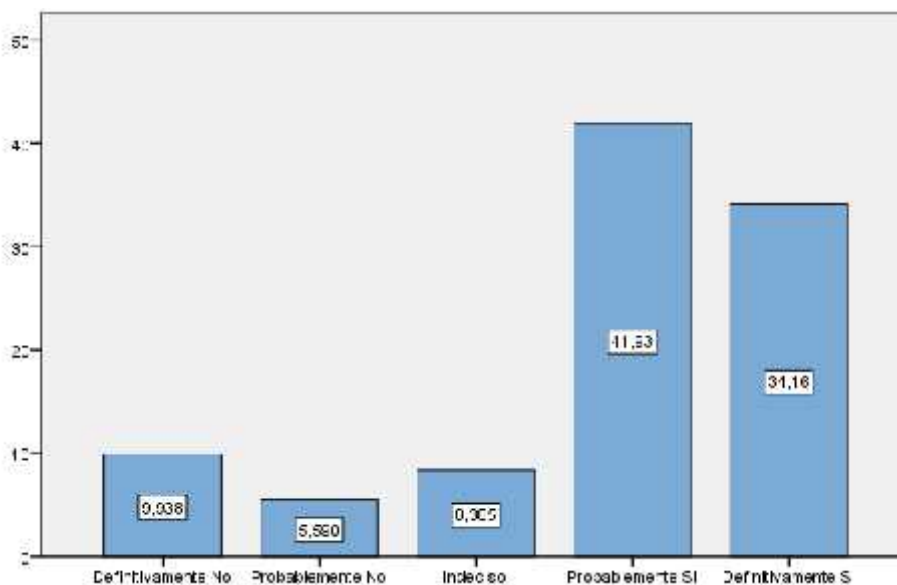
Tabla 25: Desempeño laboral

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Definitivamente No	32	9,9	9,9	9,9
Probablemente No	18	5,6	5,6	15,5
Indeciso	27	8,4	8,4	23,9
Probablemente Si	135	41,9	41,9	65,8
Definitivamente Si	110	34,2	34,2	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 25: Desempeño laboral



Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Acorde a los resultados auscultados en la encuesta, esta pregunta expresa que probablemente sí, la Asociación debe preocuparse por el desempeño laboral de las personas y trabajadores involucrados en la preparación de los productos y servicios que ofrecen a los consumidores finales para conquistar más clientes.

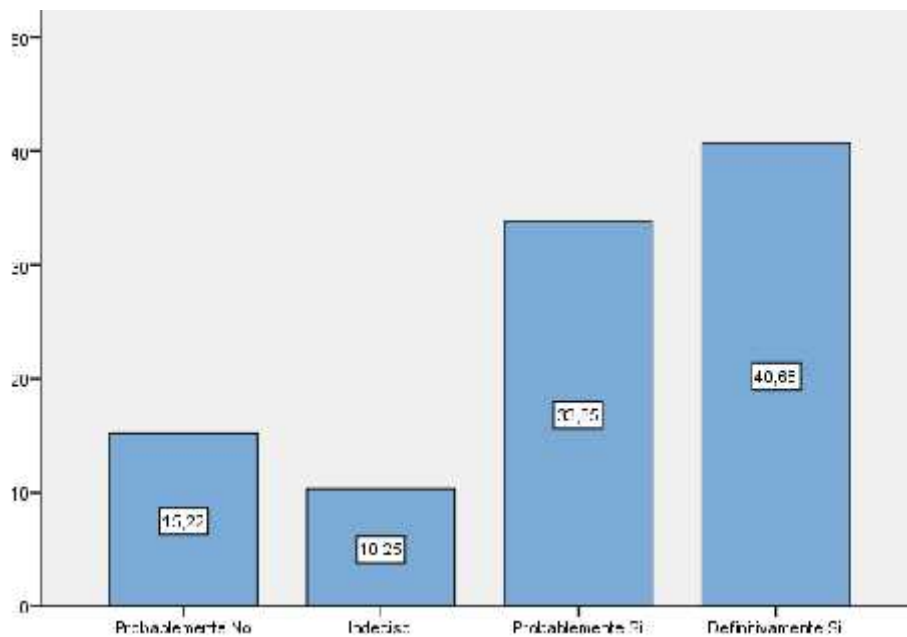
7. ¿Considera usted que la estructura física de la Asociación Playas Limpias aporta a la calidad del servicio recibido?

Tabla 26: Estructura física

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Probablemente No	49	15,2	15,2	15,2
Indeciso	33	10,2	10,2	25,5
Válidos Probablemente Si	109	33,9	33,9	59,3
Definitivamente Si	131	40,7	40,7	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias
Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 26: Estructura física



Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias
Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Según los resultados obtenidos en esta pregunta se indica que definitivamente sí, la estructura física de la Asociación aporta a la calidad del servicio, puesto que les permite reunirse y organizarse para garantizar una buena atención y el regreso del cliente, así como poder satisfacer cualquier tipo de necesidad que se presente.

8. Como usuario, ¿Considera usted que los empleados de la Asociación Playas Limpias deben mejorar la actitud con la que prestan el servicio?

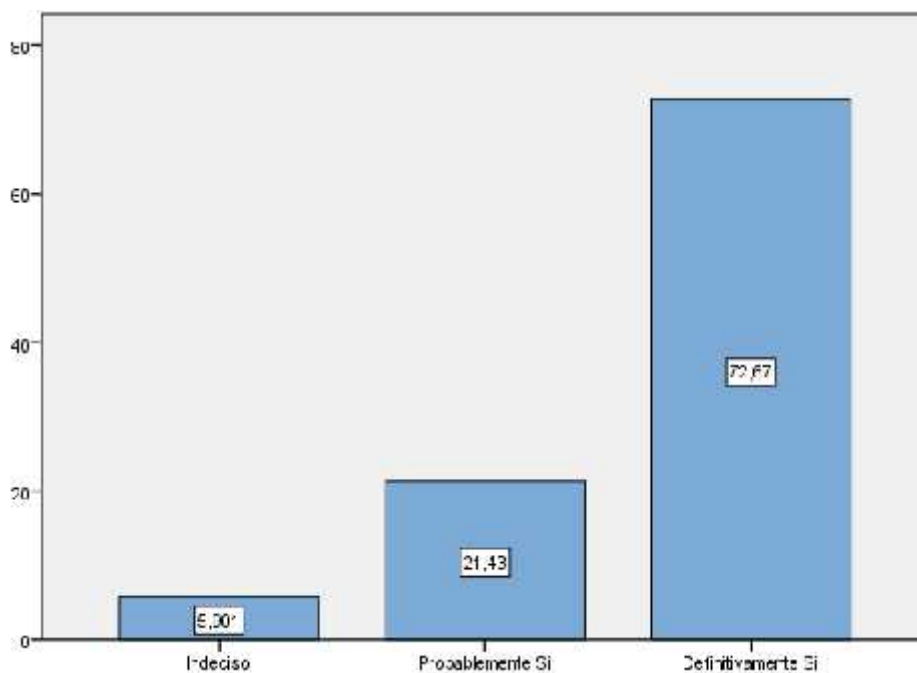
Tabla 27: Mejorar actitudes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indeciso	19	5,9	5,9	5,9
Probablemente Si	69	21,4	21,4	27,3
Definitivamente Si	234	72,7	72,7	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias

Elaborado por: Miguel A. Suárez

Gráfico 27: Mejorar actitudes



Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Los resultados nos indican que definitivamente sí, deben mejorar la actitud con la que prestan el servicio, ya que causar una buena impresión al cliente desde el primer momento es lo que debe importar, porque con esto se garantiza la fidelidad de los consumidores y la aceptación de los productos o servicios que se ofertan.

9. ¿Es necesario que los empleados de la Asociación Playas Limpias apliquen estrategias al ofrecer sus productos y servicios al cliente?

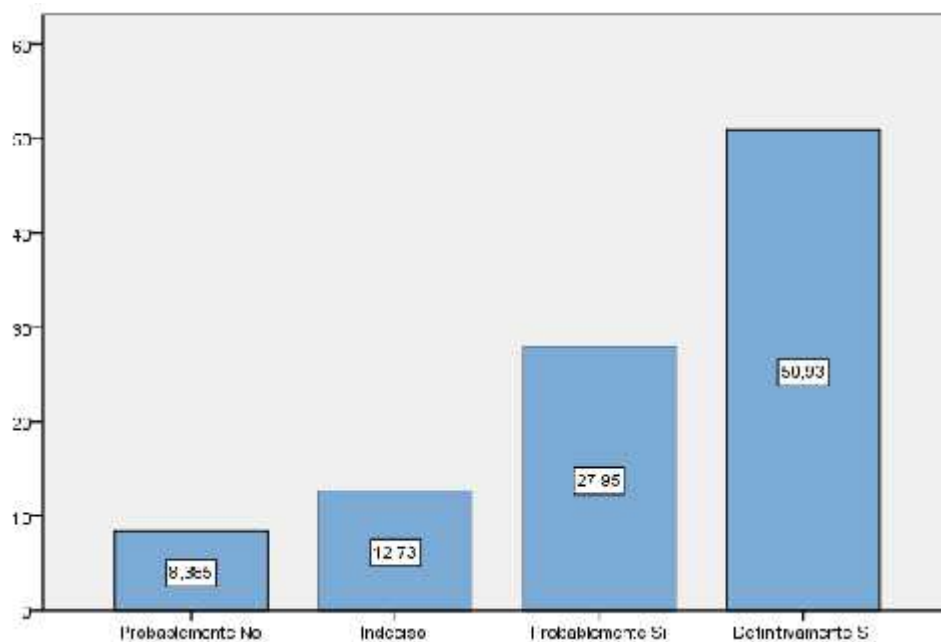
Tabla 28: Aplicación de estrategias

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Probablemente No	27	8,4	8,4	8,4
Indeciso	41	12,7	12,7	21,1
Válidos Probablemente Si	90	28,0	28,0	49,1
Definitivamente Si	164	50,9	50,9	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 28: Aplicación de estrategias



Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

De acuerdo a los resultados obtenidos esta pregunta señala que definitivamente sí, es necesaria la aplicación de estrategias efectivas para la atención del cliente en cuanto a la oferta de productos y servicios que generen nuevas expectativas en los consumidores, de tal forma que se pueda garantizar su fidelidad.

10. ¿Considera usted que cumplen con la calidad que espera como cliente al momento de pedir un servicio?

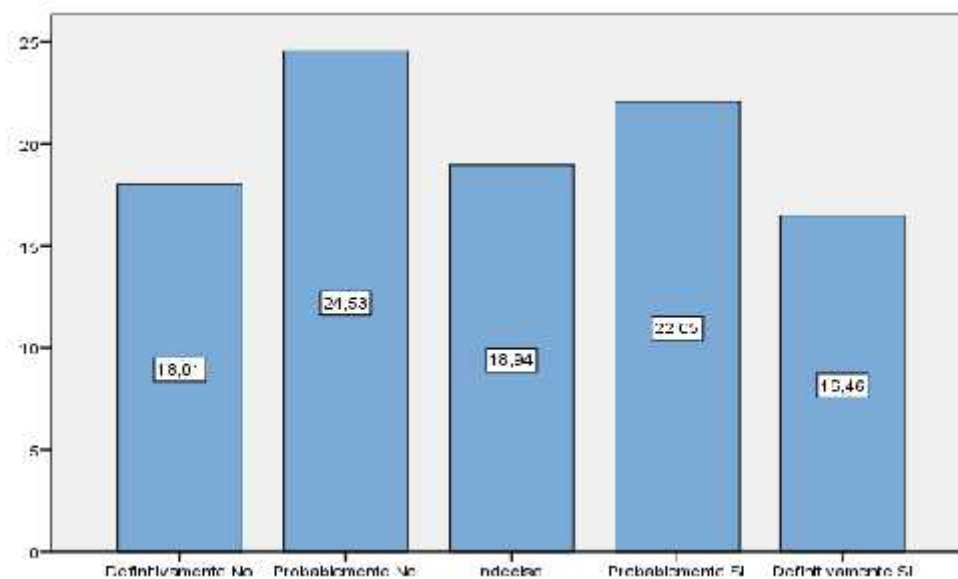
Tabla 29: Calidad al adquirir un servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Definitivamente No	58	18,0	18,0	18,0
Probablemente No	79	24,5	24,5	42,5
Indeciso	61	18,9	18,9	61,5
Probablemente Si	71	22,0	22,0	83,5
Definitivamente Si	53	16,5	16,5	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 29: Calidad al adquirir un servicio



Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias

Elaborado por: Miguel A. Suárez

La grafica expresa en los resultados que un considerable porcentaje manifiesta que, probablemente no se cumple con la calidad de servicio que esperan como clientes y esto se refleja en la forma en que se trata y se atiende al consumidor, debido a que esto genera satisfacción o insatisfacción en cada uno de los clientes.

11. ¿Considera usted que satisfacen sus percepciones de calidad como cliente?

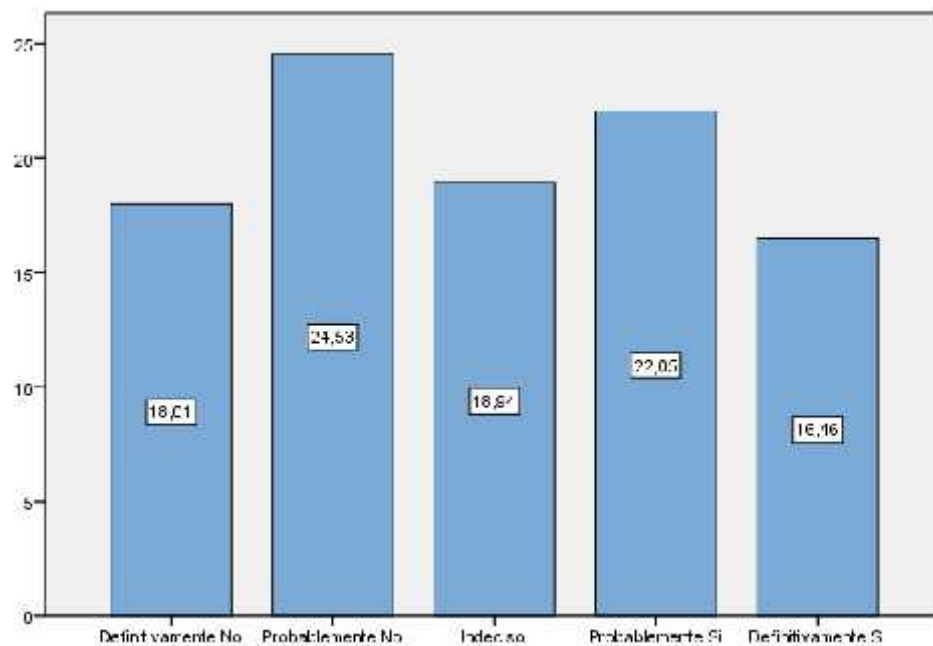
Tabla 30: Satisfacción de percepciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente No	58	18,0	18,0
	Probablemente No	79	24,5	42,5
	Indeciso	61	18,9	61,5
	Probablemente Si	71	22,0	83,5
	Definitivamente Si	53	16,5	100,0
	Total	322	100,0	100,0

Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 30: Satisfacción de percepciones



Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Los resultados en la gráfica indican la mayor cifra que probablemente no satisfacen sus percepciones de calidad que tienen los clientes, teniendo en consideración que son muy exigentes y por tanto se debe mejorar para lograr aceptación de los consumidores de la organización.

12. ¿Cómo cliente ha felicitado a alguien por superar sus expectativas?

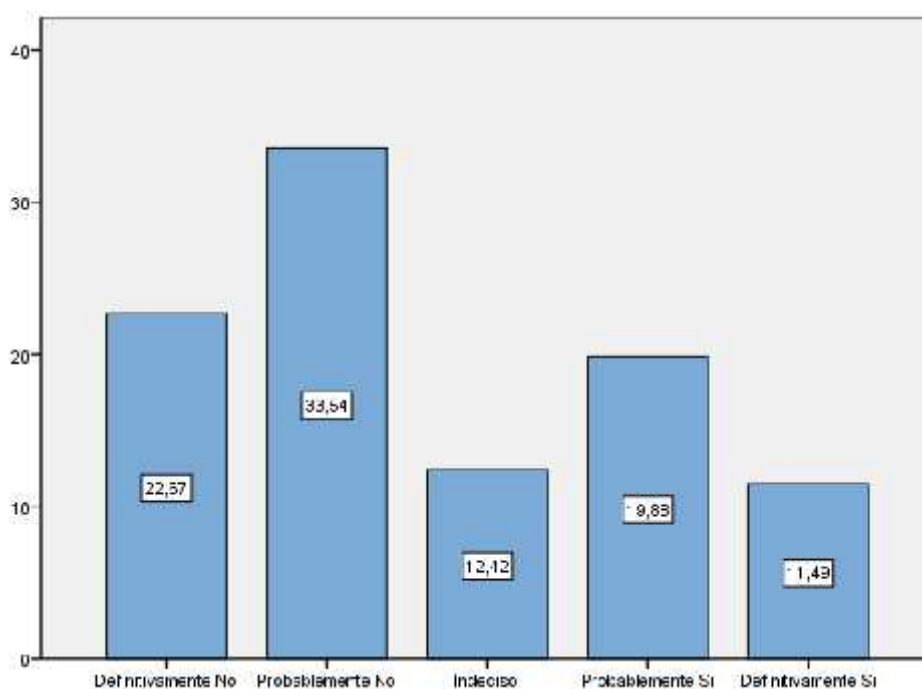
Tabla 31: Superación de expectativas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Definitivamente No	73	22,7	22,7	22,7
Probablemente No	108	33,5	33,5	56,2
Indeciso	40	12,4	12,4	68,6
Probablemente Si	64	19,9	19,9	88,5
Definitivamente Si	37	11,5	11,5	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 31: Superación de expectativas



Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Los resultados de la encuesta en la gráfica reflejan en su mayoría que probablemente no y definitivamente no, han felicitado a alguien que les ha brindado el servicio en el espacio geográfico que atiende la Asociación Playas Limpias, por no superar las expectativas de los clientes.

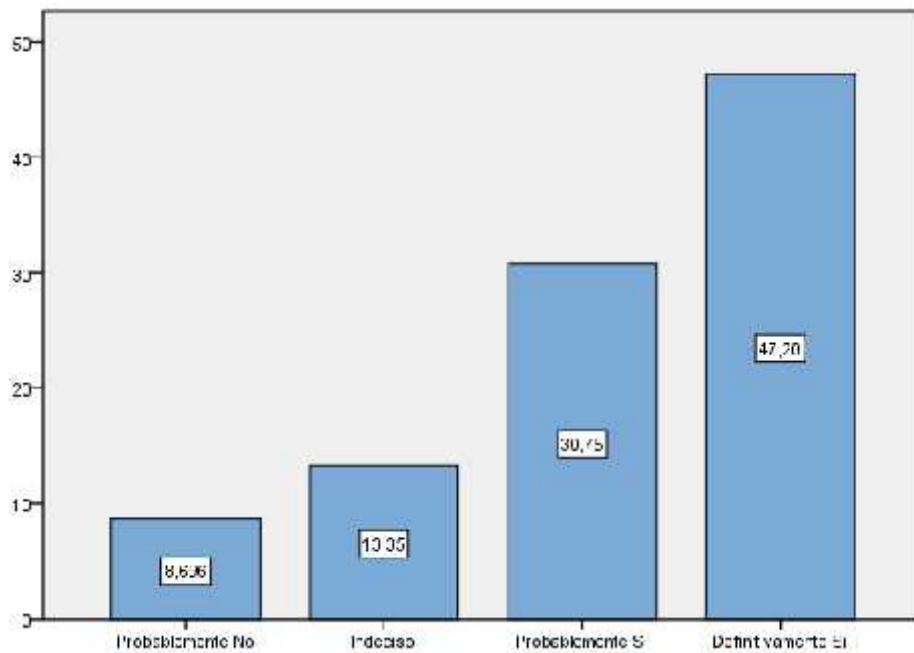
13. ¿Considera usted que debe recibir un servicio eficiente en la primera instancia que le atienden?

Tabla 32: Servicio eficiente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Probablemente No	28	8,7	8,7	8,7
Indeciso	43	13,4	13,4	22,0
Válidos Probablemente Si	99	30,7	30,7	52,8
Definitivamente Si	152	47,2	47,2	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias
Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 32: Servicio eficiente



Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias
Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Dados los resultados obtenidos en esta pregunta se indica que definitivamente sí, se debe recibir un servicio eficiente en la primera instancia que se le atiende, porque gracias a eso se puede asegurar el regreso del cliente y la aceptación en los servicios prestados.

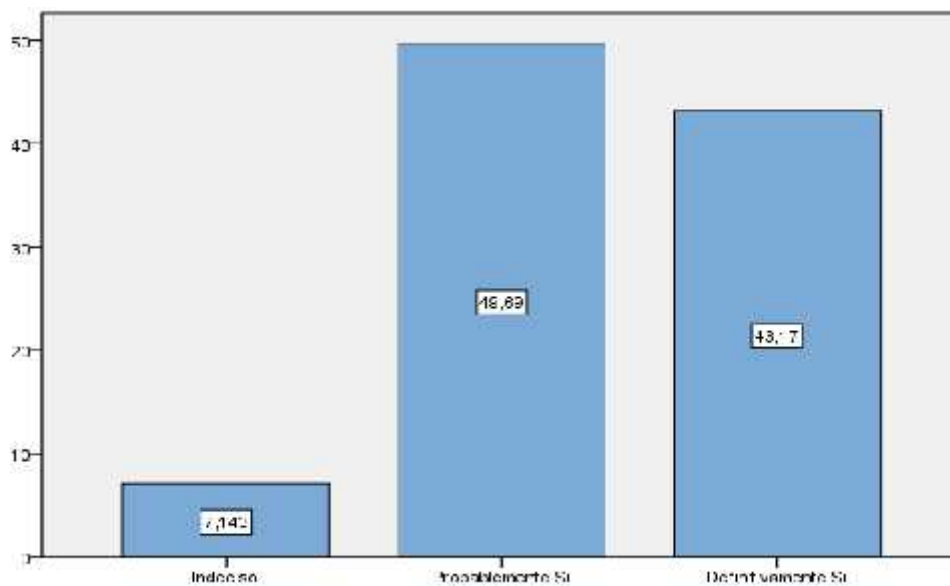
14. ¿Cómo cliente, es oportuna la capacidad de respuesta que tienen los empleados de la Asociación Playas Limpias?

Tabla 33: Capacidad de respuesta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indeciso	23	7,1	7,1	7,1
Probablemente Si	160	49,7	49,7	56,8
Definitivamente Si	139	43,2	43,2	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias
Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 33: Capacidad de respuesta



Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias
Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Los resultados del trabajo de campo muestran que de las personas encuestadas la mitad indica que probablemente sí, es efectiva la capacidad de respuesta que los integrantes de la Asociación Playas Limpias ofrecen al cliente, ayudando a generar excelentes expectativas de la organización, pero siempre se puede mejorar y prepararse para responder adecuadamente las inquietudes y exigencias de los clientes.

15. ¿Son fiables y seguros los servicios que usted recibe por parte de la Asociación Playas Limpias?

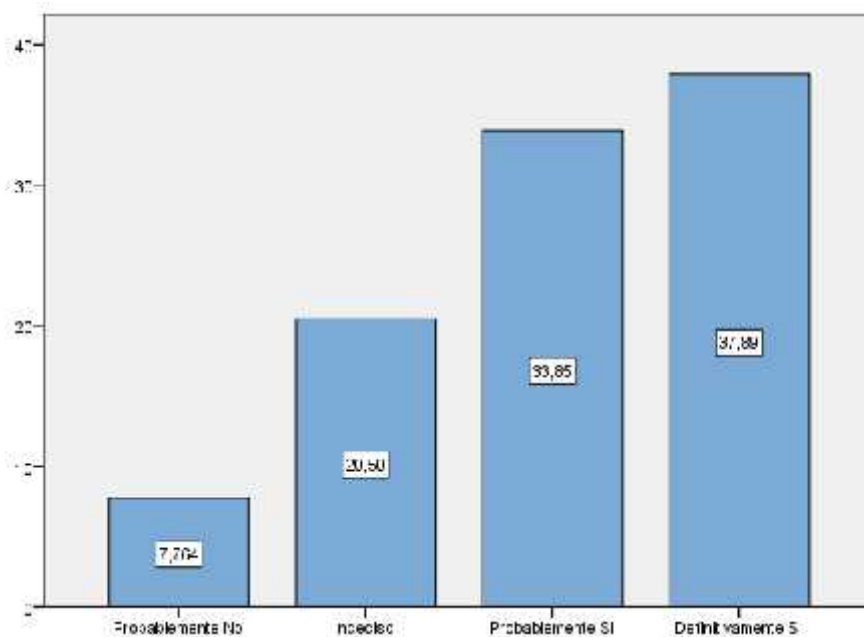
Tabla 34: Fiabilidad y seguridad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Probablemente No	25	7,8	7,8	7,8
Indeciso	66	20,5	20,5	28,3
Válidos Probablemente Si	109	33,9	33,9	62,1
Definitivamente Si	122	37,9	37,9	100,0
Total	322	100,0	100,0	

Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

Gráfico 34: Fiabilidad y seguridad



Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suárez Y.

La encuesta efectuada arroja los resultados muy alentadores debido a que muestran la expresión de los clientes ya que definitivamente sí, es la más alta cifra que indica que los servicios son fiables y seguros, lo que significa que aceptan los productos y servicios que pone la Asociación a disposición de los consumidores.

3.2 Limitaciones

El desarrollo de la investigación presentó diversas dificultades y limitantes tanto en la parte bibliográfica como en el trabajo de campo, en especial en la aplicación de la entrevista, en la que por distintos motivos particularmente en el orden del tiempo que disponían los directivos de la Asociación Playas Limpias quienes con gran gentileza en varios intentos se pudo concretar la realización de las entrevistas a cada uno de los altos ejecutivos de la organización, pero en definitiva con perseverancia se logró las 4 entrevistas.

La ejecución de las encuestas a los socios fue mucho más compleja por diversas circunstancias, entre las que es factible resaltar que fue muy complicado encontrar a todos los socios, prácticamente la aplicación de los cuestionarios a este grupo de informantes fue bastante complejo, encontrar a algunos socios fue difícil porque solo laboran los fines de semana, otros porque al principio no querían llenar las encuestas pero la constancia y con el apoyo de algunos socios se logró conseguir la aceptación de los que faltaban y se completaran las encuestas.

La aplicación de las encuestas a los clientes o usuarios aunque fue un poco menos compleja también tuvo sus inconvenientes porque las personas que vienen a la playa suelen venir por tranquilidad, relax, descanso y abordarlos para que llenen un cuestionario en esas circunstancias es sumamente difícil, pero para lograr cumplir con el trabajo de campo se insistió hasta concluir con el número pertinente de encuestados, que nos sirvió para elaborar los datos y preparar los resultados para completar el estudio.

3.3 Discusión de Resultados

El desarrollo del trabajo de campo se torna muy complejo sobre todo por las circunstancias en las que se aplican los instrumentos de recolección de los datos y la información a los informantes calificados como son los directivos de la Asociación Playas Limpias, los socios de base y los clientes o usuarios de los servicios que ofrece la organización en el sector de las playas de Punta Carnero y Mar Bravo, de cuyos resultados se plantean algunas cifras interesantes que valen la pena analizarlas:

- ❖ En la ejecución de la entrevista a los directivos al consultarles sobre si consideran que requieren mejorar el servicio que brindan los socios de la entidad, los resultados son unilaterales ya que por unanimidad absolutamente todos los principales miembros del directorio fueron tajantes en expresar, que es determinantemente necesario mejorar los servicios con el fin de proporcionar algo diferente a los clientes que visitan la zona, de tal forma que puedan sentirse a gusto y regresar constantemente a las playas del sector.
- ❖ Otro de los resultados relevantes auscultados a los directivos de la Asociación Playas Limpias se relaciona con los recursos que asignan para programas de mejora de la calidad de los productos y servicios que ofertan, cuyos resultados no son muy alentadores puesto que no tienen recursos disponibles para esa actividad, pero que estarían dispuestos a aportar todos los recursos posibles para desarrollar estos programas en convenios con instituciones que puedan cooperar con la organización en el momento oportuno expresan los informantes.

- ❖ Respecto a los resultados de las encuestas aplicadas a los socios de la entidad, también son muy relevantes los datos puesto que en referencia a si reciben capacitaciones de parte de la Asociación Playas Limpias, los miembros de la organización en su mayoría, más de la mitad, el 51,7% expresan que probablemente si las reciben, lo que indica que no están muy seguros de cuándo fue la última vez que recibieron una capacitación.
- ❖ También es un resultado muy relevante la cifra referente a que, si disponen de rubros o asignaciones para actualización de conocimientos, cuyos datos expresan que el 38.3%, probablemente no cuenta con el recurso financiero para la preparación o actualización de conocimientos, por lo que aspiran que la Asociación Playas Limpias realice las gestiones pertinentes para la preparación de los socios.
- ❖ En relación a los resultados obtenidos de las encuestas a los clientes respecto a que si deben los vendedores mejorar la actitud con la que prestan el servicio, una amplia cifra del 72,7% manifiestan que definitivamente sí, deben mejorar la forma en la que brindan el servicio a los clientes los señores y señoras vendedores en la playa de Punta carnero.
- ❖ Finalmente, al auscultar si los vendedores de la Asociación Playas Limpias cumplen con la calidad de servicio que esperan los clientes, expresaron el 24,5% que probablemente no, y el 18% que definitivamente no, lo que quiere decir que más del 42% está inconforme con la calidad de servicio que prestan en el sector, lo que significa que se debe mejorar tanto la calidad de productos y servicios, como la forma de dar a conocer y ofrecer a los clientes o turistas que visitan las playas.

3.4 Propuesta

Plan de Mejoras del Servicio y la Calidad en la Atención al Cliente de la Asociación Playas Limpias de Punta Carnero.

3.4.1 Antecedentes

Se pueden citar varios aportes de estudios desarrollados que corroboran lo expuesto acerca de lo fundamental, que es proporcionar las estrategias oportunas a los colaboradores de la organización para mejorar la calidad en la atención al cliente, el aporte de (Dessler G. , 2015) resalta la importancia de la transferencia de conocimientos desde el primer momento, en la inducción, es fundamental los temas que se deben cubrir, se requiere de varias horas, donde el especialista o el supervisor, en este caso el Presidente asume ese rol, realiza la inducción de aspectos básicos como los horarios y actividades, luego explican la organización de la institución, presentan al nuevo trabajador a los compañeros de labores, lo familiariza con el trabajo y lo ayuda a participar activamente, los supervisores deben mantenerse alerta, vigilar a los nuevos colaboradores y animarlos a participar en las actividades, como reunirse con los trabajadores más antiguos en los momentos de descanso, que les permita aprender el manejo del oficio.

Además, recalca que la capacitación se puede llevar a cabo pidiéndole al trabajador activo que explique al recién ingresado cómo es el trabajo o el puesto de trabajo que va a ocupar, que también se puede hacerlo durante varias semanas con clases en un salón o por internet, pero es fundamental que la Asociación se encargue de la inducción oportuna para el nuevo socio o vendedor.

El texto destaca lo esencial que es la capacitación desde el primer instante y en particular cuando se refiere al manejo de un oficio o actividad en especial, puesto que el trabajador debe estar preparado para atender de la mejor forma posible a los clientes o usuarios del servicio que ofrecen, para lo cual debe conocer el producto o servicio y estar apto para satisfacer las necesidades e intentar cumplir las expectativas de los clientes.

El autor (Chiavenato I. , 2014), expresa que “la capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos. Entraña la transmisión de conocimientos específicos relativos al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización, de la tarea o del ambiente, así como desarrollo de habilidades y competencias”.

Heinrich, que lo replica (Chiavenato I. , 2014), en cuyo contenido expresa “la capacitación es el acto intencional de proporcionar los medios que permitirán el aprendizaje, el cual es un fenómeno que surge como resultado de los esfuerzos de cada individuo.

La transferencia de conocimientos debe tratar de orientar esas experiencias de aprendizaje en un sentido positivo y benéfico, completarlas y reforzarlas con una actividad planeada, a efecto de que los individuos de todos los niveles de la empresa más rápidamente sus conocimientos, y aquellas actitudes y habilidades que las beneficiarán a ellos y a la empresa.”

Los autores mencionan que la inducción de estrategias es eminentemente necesaria en las organizaciones, para preparar al personal en el desempeño efectivo de las actividades que deben cumplir en su campo de acción laboral en todos los niveles de la organización, siendo importante tener en mente la calidad del servicio brindada ya que es parte integral del valor y genera un plus atractivo para los usuarios, por lo tanto hay que poner énfasis en la estrategia de servicio para que los clientes, usuarios o consumidores perciban esto de manera objetiva y se pueda generar en ellos confianza y lealtad, que en el largo plazo dará a la empresa las bases para mantenerse en el mercado o en su defecto para sobrevivir en especial en épocas de temporada baja.

3.4.2 Descripción

La propuesta de Implementación de un plan de mejoras para mejorar la calidad en la atención al cliente de la Asociación Playas Limpias del sector Punta Carnero, ha sido elaborado en base a los procesos de servicio al cliente evidenciados en los resultados del diagnóstico de la situación actual, con la finalidad de aumentar la productividad empresarial de la organización, de tal manera que se demuestre la calidad de los servicios a todos los clientes de la asociación.

La propuesta planteada busca mejorar la calidad del servicio que brinda la Asociación Playa Limpias a los clientes, de manera que los directivos gestionen la forma de proporcionar la transferencia de conocimientos en estrategias para que los colaboradores cumplan a cabalidad y con eficiencia las necesidades de los clientes, con la finalidad de evitar quejas por parte de ellos.

3.4.3 Justificación

Un programa de mejoras con transferencias de conocimientos al personal constituye una herramienta clave para lograr el desempeño eficiente de los trabajadores, puesto que permite adquirir conocimientos y desarrollar habilidades y destrezas, necesarias para enfrentar los cambios y retos que se presentan en el entorno; y contribuir de una manera efectiva el cumplimiento de los objetivos institucionales.

La administración del personal se ha convertido en un elemento importante dentro de una organización, el manejo que se le dé al talento humano dependerá el éxito o fracaso de la empresa. Con la globalización y los avances tecnológicos significa que las organizaciones actuales deben preocuparse por su personal para ser más competitivas y de esa manera sobrevivir en el mercado.

Por ello es de suma importancia para la empresa y de gran beneficio, procurar brindar cursos, seminarios, charlas constantes al personal, con especialistas académicos, de manera que se consiga el máximo rendimiento y desempeño de los trabajadores para el funcionamiento eficiente de la organización.

Toda empresa debe desarrollar y ejecutar programas de capacitación, para potencializar las capacidades, aptitudes, destrezas y habilidades de los trabajadores, sobre la base de un diagnóstico que contenga las necesidades de capacitación, sus objetivos, sistema de evaluación y seguimiento. Cabe señalar que el personal bien preparado es un arma competitiva para la consecución de los objetivos de la empresa y en especial para lograr un posicionamiento en la mente de los consumidores.

3.4.4 Objetivos

Objetivo general

Preparar un programa de mejora de la calidad de servicio al cliente mediante la planeación de la transferencia de conocimientos y habilidades de los trabajadores que permita el fortalecimiento de la atención al usuario de la Asociación Playas Limpias de Punta Carnero.

Objetivos específicos

- Elaborar un diagnóstico de la situación actual de los socios y colaboradores de la Asociación respecto a sus conocimientos referentes a estrategias de atención al cliente.
- Brindar transferencias de conocimientos continua a los asociados para potenciar sus habilidades y destrezas que permitan elevar su desempeño.
- Motivar a los miembros de la asociación con incentivos específicos atractivos y dinámicos.
- Permitir autonomía a los miembros de la asociación para que tomen las mejores decisiones en sus puestos de trabajo.
- Formar a los asociados y colaboradores para adaptarse y asimilar nuevas tecnologías, y sistemas de trabajo.
- Contribuir al desarrollo personal y profesional de los miembros de la asociación que estén dispuestos a lograr una formación integral y académica.

3.4.5 Políticas

Los lineamientos constituyen un factor importante para establecer las políticas institucionales que fomenten la capacitación efectiva y oportuna para el personal de la Asociación Playas Limpias, entre las políticas más importantes se han considerado las siguientes.

- Cumplimiento responsable de los horarios de atención y apoyo al mejoramiento de la calidad de servicio en la atención al cliente.
- Interacción dinámica entre compañeros con el fin de impulsar valores personales y corporativos para su desarrollo laboral.
- Actualización continua de los conocimientos del personal de la asociación, con el fin de lograr un nivel de eficiencia que mejore el servicio.
- Desarrollo en los asociados de aptitudes, destrezas y habilidades para hacer más efectiva las actividades de la asociación.
- Fortalecimiento de un alto nivel de preparación profesional de los directivos y asociados, mediante conocimientos amplios y profundos de la filosofía de la asociación.
- Adiestramiento adecuado y propicio, cuando se considere necesario para mejorar el desempeño de sus actividades laborales y de esa manera ampliar su capacidad de servicio a la asociación.
- Familiarizar a los directivos y asociados con las políticas, normas, estructuras y funciones con el fin de que con prontitud y sin dificultad puedan desempeñar eficientemente sus deberes y responsabilidades.

3.4.6 Estrategias

La forma más idónea de alcanzar las metas y objetivos institucionales en toda organización es con el diseño de estrategias adecuadas para la asociación, por lo que se ha formulado las siguientes:

- Diagnóstico de las necesidades de transferencia de conocimientos que tiene el asociado, con el fin de dar solución a los problemas cotidianos.
- Planificación del programa de mejoras y transferencia de conocimientos, en tiempo y requerimientos que oriente las necesidades que tiene el asociado.
- Ejecución de los módulos del programa de mejoras con transferencia de conocimientos de acuerdo a los requerimientos específicos que requieren la mayoría de asociados.
- Gestión oportuna de convenios para conseguir facilitadores, herramientas e instrumentos que permitan desarrollar las actividades de la Asociación.
- Desarrollo de una evaluación de desempeño para conocer la evolución o los cambios que se han suscitado en los asociados.

3.4.7. Cursos de acción

La programación de estas capacitaciones se desarrollará en un tiempo de 3 meses; una vez finalizadas las capacitaciones, tanto los directivos como los asociados se someterán a un proceso de evaluación, para comprobar si se están aplicando los conocimientos adquiridos en el proceso de preparación para brindar un mejor servicio a los usuarios, los cursos de capacitación que se han considerado más relevantes se describen a continuación:

Módulos del programa de mejora de la calidad en la atención al cliente con transferencia de conocimientos para los socios y colaboradores de la Asociación de Comerciantes Playas Limpias de Punta Carnero.

Primer módulo: Junio de 2019.

Nombre del módulo	“Desafíos del entorno y Adaptación al cambio “	
Objetivo	Identificar los desafíos internos y externos que están modificando en la actualidad la calidad de atención en el área de trabajo.	
Duración	10 horas. Presenciales y Trabajo autónomo.	
Contenido	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asumir riesgos y afrontar los cambios. 2. Desafíos del entorno. 3. Mejorar la actitud frente a los cambios. 4. Desafíos corporativos. 5. Facilitar el enfrentamiento a los cambios. 	
Responsable	Participantes	Facilitador
Directorio	Todos los colaboradores	Docente UPSE
Recursos a utilizar	Información Carpeta de anotaciones Lápiz, esfero y borrador	Información Laptop Proyector Pizarra Marcador de pizarra

Segundo módulo: junio de 2019.

Nombre del Módulo	“Beneficios del Coaching personalizado”	
Objetivo	Mejorar el aprendizaje con el fin de fortalecer el desarrollo del personal.	
Duración	10 horas. Presenciales y Trabajo autónomo.	
Contenido	<ol style="list-style-type: none"> 1. Importancia en las organizaciones. 2. ¿Qué es el coaching empresarial? 3. Características del coaching. 4. Para qué sirve el coaching. 5. Crear equilibrio entre lo personal y laboral. 	
Responsable	Participantes	Facilitador
Directorio	Todos los colaboradores	Docente UPSE.
Recursos a utilizar	Información Carpeta de anotaciones Lápiz, esfero y borrador	Información Laptop Proyector Pizarra Marcador de pizarra

Tercer Módulo: julio 2019.

Nombre del Módulo	“Técnicas de comunicación Cliente – Vendedor”	
Objetivo	Conocer mediante técnicas, las necesidades del cliente y como satisfacer estas.	
Duración	10 horas. Presenciales y Trabajo autónomo.	
Contenido	<ol style="list-style-type: none"> 1. Práctica de escucha activa. 2. Ser un experto 3. Dominar los silencios. 4. El arte de escuchar. 5. La comunicación comercial. 	
Responsable Directorio	Participantes Todos los colaboradores	Facilitador Docente UPSE
Recursos a utilizar	Información Carpeta de anotaciones Lápiz, esfero y borrador.	Información Laptop Proyector Pizarra Marcador de pizarra

Cuarto Módulo: julio 2019.

Nombre del módulo	“Coaching empresarial en equipo”	
Objetivo	Rescatar el mayor potencial en el Líder de Atención al cliente y personal, con la finalidad de insertar cambios en su vida personal y profesional.	
Duración	10 horas	
Contenido	<ol style="list-style-type: none"> 1. Escucha constante 2. Equipos de trabajos 3. Beneficios de los equipos de trabajo 4. Dinámica de equipo 5. Expectativas del comportamiento 	
Responsable	Participantes	Facilitador
Directorio	Todos los colaboradores	Docente UPSE
Recursos a utilizar	Temarios Carpeta de anotaciones Lápiz, esfero y borrador.	Temarios Laptop Proyector Pizarra Marcador de pizarra

Quinto Módulo: agosto 2019

Nombre del Módulo	“Atención al cliente”	
Objetivos	<p>Identificar la importancia que tiene la atención al cliente.</p> <p>Comprender como la empresa se articula en torno al servicio del cliente.</p>	
Duración	6 horas	
Contenido	<ol style="list-style-type: none"> 1. Enfoque al cliente 2. Estrategias de venta 3. Tics para convencer al cliente 4. El cuidado de los clientes existente 5. Liderazgo 	
Responsable	Participantes	Facilitador
Directorio	Todos los colaboradores	Docente UPSE
Recursos a utilizar	<p>Temarios</p> <p>Carpeta de anotaciones</p> <p>Lápiz, esfero y borrador.</p>	<p>Temarios</p> <p>Laptop</p> <p>Proyector</p> <p>Pizarra</p> <p>Marcador de pizarra</p>

Sexto Módulo: agosto 2019

Nombre del Módulo	“Motivación laboral”	
Objetivo	Aumentar la satisfacción laboral y mejorar la comunicación entre empleado y empresa.	
Duración	4 horas	
Contenido	<ol style="list-style-type: none"> 1. Habilidad de bienestar 2. Sentido de pertenencia 3. Trabajo en equipo 4. Retención de personal 5. Estímulos 	
Responsable	Participantes	Facilitador
Directorio	Todos los colaboradores	Docente UPSE
Recursos a utilizar	Temarios Carpeta de anotaciones Lápiz, esfero y borrador.	Temarios Laptop Proyector Pizarra Marcador de pizarra

Séptimo Módulo: septiembre 2019

Nombre de la capacitación	“Liderazgo comunicacional”	
Objetivo	Descubrir líderes, mediante test y actividades prácticas, que permitan conocer las habilidades, capacidades y destrezas de liderazgo y comunicación que posean los trabajadores.	
Duración	10 horas	
Contenido	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollo de la confianza 2. Comunicación y relaciones interpersonales 3. Resolución de conflictos 4. Comunicación efectiva 5. Inteligencia emocional 	
Responsable	Participantes	Facilitador
Directorio	Todos los colaboradores	Docente UPSE
Recursos a utilizar	Temarios Carpeta de anotaciones Lápiz, esfero y borrador.	Temarios Laptop Proyector Pizarra Marcador de pizarra

Octavo Módulo: septiembre 2019

Nombre del Módulo	“Relaciones Humanas”	
Objetivo	Comprender la importancia que tienen los procesos que involucran las relaciones humanas. Técnicas para mejorar las relaciones humanas.	
Duración	10 horas	
Contenido	Formación de las actitudes del personal <ol style="list-style-type: none"> 1. Motivación e incentivos 2. Comportamientos individuales y grupales 3. Solución de conflictos internos 4. Estrategias para mantener buenas relaciones humanas. 	
Responsable	Participantes	Facilitador
Directorio	Todos los colaboradores	Docente UPSE
Recursos a utilizar	Temarios Carpeta de anotaciones Lápiz, esfero y borrador	Temarios Laptop Proyector Pizarra Marcador de pizarra

3.4.8. Involucrados

Los directivos deberán tener una alta prioridad e interés por el personal de la organización y la búsqueda constante de los medios necesarios, para hacer más efectiva a la organización. Las personas que se verán involucradas en la transferencia de conocimientos serán los asociados y colaboradores que trabajan dentro de la Asociación, puesto que los temas que se impartirán serán de gran ayuda para el desarrollo del personal, mejorar la productividad y crecimiento de la institución.

Se pretende también involucrar mediante convenios de vinculación con la colectividad a los Docentes de la UPSE, como facilitadores calificados para desarrollar las estrategias de transferencia de conocimientos, que permita a los socios y colaboradores de la Asociación Playas Limpias prepararse adecuadamente para expender sus productos y servicios que ofrecen a la comunidad turística que visita la playa de Punta carnero en el cantón Salinas de la provincia de Santa Elena.

3.4.9 PLAN DE ACCIÓN PERÍODO 2019.

N o	Temas de capacitación	Objetivo	Participantes	Facilitador		Mes	Métodos	Tiempo/ Horas	Lugar	Encargado
				Interno	Externo					
1	Desafíos del entorno y adaptación al cambio.	Identificar los desafíos internos y externos que están modificando en la actualidad la calidad de atención en el área de trabajo.	20 participantes y 2 facilitadores		X	junio 2019	Talleres	4 horas	Sala de capacitaciones	Presidente de la asociación
2	Beneficios del Coaching personalizado	Mejorar el aprendizaje y mejorar el desarrollo del personal	20 participantes y 2 facilitadores		X	junio 2019	Talleres	6 horas	Sala de capacitaciones	Presidente de la asociación
3	Técnicas de comunicación Cliente – Vendedor.	Conocer mediante técnicas para crear necesidades del cliente	20 participantes y 2 facilitadores.		X	julio 2019	Talleres	6 horas	Sala de capacitaciones	Presidente de la asociación
4	Coaching empresarial en equipo.	Rescatar el mayor potencial en el Líder de atención al cliente, con la finalidad de insertar cambios en su vida personal y profesional.	20 participantes y 2 facilitadores		X	julio 2019	Talleres	10 horas	Sala de capacitaciones	Presidente de la asociación
5	Atención al cliente	Identificar la importancia que tiene la atención del cliente	20 participantes y 2 facilitadores	x		agosto 2019	Dinámicas, entrenamiento	6 horas	Departamento de Atención al Cliente	Presidente de la asociación
6	Motivación laboral	Aumentar la satisfacción laboral.	20 participantes y 2 facilitadores	x		agosto 2019	Dinámicas, entrenamiento	4 horas	Departamento de Atención al Cliente	Presidente de la asociación

7	Liderazgo comunicacional.	Identificar las habilidades y las actitudes del personal	20 participantes y 2 facilitadores		x	septiembre 2019	Dinámicas, entrenamiento	10 horas	Sala de capacitaciones	Presidente de la asociación
8	Relaciones Humanas	Comprender la importancia de los procesos que involucran las relaciones humanas.	20 participantes y 2 facilitadores		x	septiembre 2019	Talleres	6 horas	Sala de capacitaciones	Presidente de la asociación

Fuente: Clientes de Aso. Playas Limpias

Elaborado por: Miguel Suarez Y.

3.4.10 Responsables

Los directivos de la asociación enfrentan día a día la necesidad, de alcanzar los objetivos con un alto nivel de excelencia, por ello es de vital importancia el adiestramiento y la capacitación al personal, ya que constituye un proceso eficaz para solucionar los problemas que se suscitan.

Es responsabilidad del presidente de la asociación coordinar, desarrollar, ejecutar capacitar y proveer las herramientas necesarias al personal, para maximizar la productividad de la asociación y mejorar el servicio de atención al cliente. La capacitación es sin duda alguna una inversión que produce altos niveles de utilidad para quienes integran la organización, puesto que, brinda concomimiento a los asociados, hace que el trabajo mejore y se adapte de una forma rápida al cambio.

3.4.11 Beneficios

- Potenciar las habilidades, destrezas, actitudes y conocimiento de los asociados, para maximizar su desempeño.
- Preparación oportuna de los asociados para tener mayor productividad y elevar su nivel de conocimientos.
- Satisfacción del cliente por el buen servicio brindado, de tal manera que se pueda retener y fidelizar a los consumidores.
- Elevar el nivel de utilidades y reconocimiento de la asociación.
- Elevar la calidad del desempeño, personal competitivo
- Calidad en el servicio y atención al cliente

3.4.12 Presupuesto

3.4.12.1 Recursos requeridos

Materiales

- Guía de capacitación
- Carpetas
- Esferos
- Resaltador
- Marcadores acrílicos
- Pizarra acrílica
- Lápiz
- Borrador

Equipos

- Proyector
- Laptop

Tabla 35: Presupuesto

RUBRO	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
Facilitador	2	\$100	\$200
Pizarra	1	\$70	\$70
Laptop	1	\$250	\$250
Proyector	1	\$300	\$300
Guía del participante	60	\$2	\$120
Guía del facilitador	2	\$10	\$20
Carpetas	60	\$0,50	\$30
Esferos	60	\$0,25	\$15
Hojas de papel bond	540	\$0,05	\$27
Resaltador	60	\$0,30	\$18
Marcadores acrílicos	6	\$0,75	\$4,50
TOTAL			\$ 1.054,50

3.5 Conclusiones

Los resultados de la investigación han puesto en evidencia las necesidades y requerimientos en cuanto a las Estrategias de Servicios que debe aplicar la Asociación Playas Limpias de Punta Carnero para mejorar la calidad en la atención a los turistas y usuarios que visitan la playa, las conclusiones son:

- La aplicación oportuna de los implementos metodológicos permitió obtener los resultados pertinentes para diagnosticar la realidad de la situación actual en la que en la práctica se encuentra la Asociación Playas Limpias de Punta Carnero, cuyos datos reflejan que requiere urgentemente mejorar los productos y servicios que oferta al público, y fortalecer la forma de atender a los clientes o usuarios que visitan el amplio sector acogedor de la playa.
- En función de los resultados se identificó las diferentes estrategias pertinentes que se requieren y que están direccionadas para cada área o segmento en las que se desempeñan los socios y colaboradores de la Asociación Playas Limpias de Punta Carnero, con el propósito de que les permita brindar productos y servicios de calidad en el prestigioso sector del cantón Salinas.
- La elaboración del programa de mejora para potenciar la calidad en la atención al cliente de la Asociación Playas Limpias de Punta Carnero, es fundamental para fortalecer las capacidades y competencias de los socios y colaboradores, con el propósito de brindar una excelente atención a los turistas que visitan las hermosas playas de Punta Carnero en el cantón Salinas de la provincia de Santa Elena.

3.6 Recomendaciones

En términos generales los resultados se focalizan a la transferencia de conocimientos innovadores y dinámicos que impulsen el mejoramiento del servicio que se oferta, con el propósito de satisfacer las necesidades y requerimientos de los turistas que visitan la zona costera en la playa de Punta Carnero del cantón Salinas, por lo que se puede recomendar lo siguiente:

- Se propone tomar en consideración los elementos relevantes referentes a la actitud para brindar el servicio, a la calidad, preparación y presentación de los productos y la formación integral de los socios y colaboradores que venden los productos y servicios, que les permita una atención exclusiva para superar las expectativas de los clientes y usuarios que visitan Punta Carnero.
- Se recomienda aplicar estrategias de liderazgo en costos para conservar precios asequibles y competitivos en el mercado, además de incorporar estrategias de diferenciación que marquen la pauta de innovación en los productos y servicios, y estrategias de penetración que impulsen la gestación y el desarrollo de nuevos productos y servicios que satisfagan la demanda.
- Se sugiere la implementación oportuna del programa de mejora de la calidad de la atención al cliente, dirigido al fortalecimiento de las capacidades y competencias de los socios y colaboradores de la Asociación Playas Limpias, que ofertan los productos y servicios a los turistas que visitan la playa de Punta Carnero del cantón Salinas en la Provincia de Santa Elena.

Bibliografía

- Abad, M. (Noviembre de 2014). *Análisis de la calidad de servicio al cliente interno y externo*. Guayaquil: Personal.
- Ahumada, L. (2011). *Evaluación de la capacitación y su impacto en la calidad de servicio*. México: Tesis de Maestría.
- Asamblea, N. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Registro Oficial.
- Bersin, J. y. (2016). *Tendencias Globales en Capital Humano*. California: Dupress.
- Board, N. I. (2017). National Industrial Conference Board. *National Industrial Conference Board*. New York, Estados Unidos.
- Carrasco, S. (2017). *Metodología de Investigación Científica*. Lima: San Marcos.
- Chiavenato, I. (2014). *Gestión del Talento Humano*. México: McGraw Gill.
- Dessler, G. (2015). *Administración de Recursos Humanos*. México: Pearson.
- Gaitán, N. (2017). Proyecto de mejora de servicio al cliente en la empresa Distribuciones AC SAS. Bogota, Colombia.
- Guerrero, P. R. (2014). *Introducción al Turismo*. México: Patria.
- HERNÁNDEZ Y RODRÍGUEZ, S. (2011). *INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN : Teoría general administrativa: origen, evolución y vanguardia*. Mexico DF: Printed in Mexico.
- Inca Alliccahuamán, M. (2015). Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Pacucha, Andahuaylas 2015. *Universidad Nacional José María Arguedas*, 62, 63. Andahuaylas, Perú.
- Martínez, E. y. (2009). *Capacitación por Competencia, Principios y Métodos*. Santiago de Chile.: U. Chile.
- Maura, A. (2016). *Libro Blanco de los Recursos Humanos del Turismo*. Madrid: Exceltur.
- Medina, F. (2013). Diseño de un plan de capacitación para la planta central del Ministerio de Defensa, 2013. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Meter, W. (Julio de 2014). *Como gestionar el talento en tu empresa*. Obtenido de www.workmeter.com
- Mondy, W. (2010). *Administración de Recursos Humanos*. México: Pearson Educación.

- Navarro, E. A. (2015). Importancia de la capacitación y el desarrollo del talento humano en el Ecuador. *Eumednet*, 1-11.
- Organización Mundial de Turismo. (15 de Octubre de 2017). *mkt.unwto.org/es/barometer*. Obtenido de mkt.unwto.org/es/barometer.
- Ortega, J. y. (2015). *Calidad estratégica en los servicios de salud*. Barranquilla: CUL.
- Panosso, A. L. (2015). *Teoría del Turismo*. México: Trillas.
- PÉREZ PICO, G. A. (13 de Octubre de 2012). La Calidad del Servicio y su incidencia en la satisfacción de los clientes en la Cooperativa de Transportes Flota Pelileo. 2011. AMBATO, TUNGURAHUA, ECUADOR.
- Pizzo, M. (2013). *Importancia de la calidad del servicio al cliente*. México: Itson.
- Qian, X. Z. (2010). *Modelo de formación y desarrollo a implementar en las Universidades de China y Cuba*. Las Villas, China.: FCE-UCV.
- Redhead García, R. (2015). *Calidad del servicio y satisfacción del usuario*. Perú: Trillas.
- Reyes, S. (2014). *Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente*. Quetzaltenango.
- Rodríguez, L. (2012). *Calidad de servicios y estrategias de ventas*. Lima: Thompson.
- Romaní, z. J., & Cobo Romaní, J. z. (2009). Mexico.
- Sáez, A. (2014). *Introducción a la estructura del mercado turístico*. España: Síntesis .
- Sancho, A. (2010). *Introducción al Turismo. Factores del Cambio*. España: OMT.
- SECAP. (2016). *Reglamento de Capacitación Profesional y Certificación de Personas*. Quito: Secap.
- Senplades. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo: Toda una Vida*. Quito: Senplades.
- Tamayo, M. (2012). *El Proceso de la Investigación Científica*. México: Limusa.
- Tschohl, J. (2008). *El Arma Secreta de la Empresa que alcanza la Excelencia en el Servicio*. Minnessota: East Bloomington Freeway.
- Vargas, M. (2014). *Calidad y Servicio*. Colombia: Ecoe.
- VELEZ, D. L. (13 de NOVIEMBRE de 2008). www.ponce.inter.edu. Recuperado el 22 de AGOSTO de 2014, de <http://www.ponce.inter.edu/cai/Comite-investigacion/investigacion-cualitativa.html>

ANEXOS
ANEXOS 1: Entrevista.



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**ENTREVISTA DIRIGIDA A DIRECTIVOS DE LA ASOCIACIÓN
PLAYAS LIMPIAS DE PUNTA CARNERO DEL CANTÓN SALINAS.**

OBJETIVO DE LA ENTREVISTA: Auscultar información pertinente que facilite el análisis de la situación actual que contribuya al diseño de un programa de mejora del servicio y la calidad en la atención en la Asociación Playas Limpias de Punta Carnero del cantón Salinas, provincia de Santa Elena.

DATOS REFERENCIALES: Determine su género: Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/>	Su edad comprende: De 31 a 40 De 41 a 50 De 51 en adelante
CARGO:	TÍTULO ACADEMICO:

- 1.- ¿Qué funciones realiza usted y que tiempo lleva en la Asociación Playas Limpias?**

- 2.- ¿La Asociación Playas Limpias cuenta con una planificación o cronograma de actividades?**

- 3.- ¿Cómo se distribuyen a los socios en el área de trabajo?**

- 4.- ¿Se han realizado reuniones para conocer la situación comercial de las actividades que ofrecen los socios?**

- 5.- ¿En la Asociación Playas Limpias se han realizado alguna vez un conversatorio o charla sobre el servicio y atención del cliente?**

- 6.- ¿Considera que las personas de la Asociación Playas Limpias requieren mejorar el servicio?**

- 7.- ¿Se ha consultado a los socios que tipo de orientaciones o capacitaciones consideran que necesitan?**

8.- ¿Considera importante que los socios se preparen para mejorar la calidad en la atención al cliente?

9.- ¿Considera usted como directivo que la calidad en la atención contribuya al desarrollo personal y de la organización?

10.- ¿Aportaría con los recursos necesarios para desarrollar un programa de mejora de la calidad del servicio al cliente en la Asociación Playas Limpias?

ANEXOS 2: Encuesta.



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS SOCIOS DE ASO. PLAYAS LIMPIAS

Estimado participante: la presente es una encuesta con fines de investigación. Agradecemos con anticipación se sirva marcar sus respuestas con una “X”, en el recuadro respectivo. La información que nos proporcione es totalmente confidencial y anónima. Una vez más, gracias por su colaboración.

OBJETIVO DE LA ENCUESTA: Auscultar información pertinente que facilite el análisis de la situación actual que sustente el diseño de un programa de mejora del servicio y la calidad en la atención de la Asociación Playas Limpias de Punta Carnero del cantón Salinas, provincia de Santa Elena.

DATOS REFERENCIALES:

Edad: Género: Masculino Femenino

Nivel de Instrucción: Básica Media Superior:

La vivienda que posee cuenta con servicios básicos, tales como:

Agua Luz Alumbrado Público

Telecomunicaciones Recolección de Basura

INSTRUCCIÓN

De acuerdo a la siguiente escala marque con una (x) la respuesta que considere adecuada:

1	2	3	4	5
DEFINITIVAMENTE NO	PROBABLEMENTE NO	INDECISO	PROBABLEMENTE SI	DEFINITIVAMENTE SI

N°	ASPECTOS					
		1	2	3	4	5
	Servicios					
	Servicio al cliente					
1	¿Considera usted que el servicio que prestan es oportuno?					

2	¿Conoce usted si aplican estrategias para la atención del cliente?					
3	¿Considera usted que la satisfacción del cliente es clave para el éxito de la Asociación?					
	Desarrollo personal					
4	¿Usted recibe capacitaciones por parte de los directivos de la Asociación?					
5	¿Usted planifica sus actividades para la temporada baja acorde a su perspectiva?					
6	¿Dentro de su planificación existe algún rubro para la actualización de conocimientos personal?					
	Factores de calidad					
07	¿Considera usted que la estructura física de la Asociación aporta a la calidad del servicio que ofrece?					
08	¿Considera usted que los integrantes de la Asociación deben mejorar la actitud con la que prestan el servicio?					
09	¿Considera usted que la calidad en la atención a los clientes es adecuada?					
	Tipos de calidad					
10	¿Considera usted que cumplen con la calidad que espera el cliente de sus productos y servicios?					
11	¿Considera usted que satisfacen las perspectivas de calidad que exigen algunos clientes?					
12	¿Existen clientes que le hayan felicitado por superar sus expectativas?					
	Estrategias de calidad					
13	¿Conoce usted si existe algún convenio con alguna institución pública o privada para recibir capacitaciones en diferentes ámbitos?					
14	¿Es efectiva la capacidad de respuesta que cómo integrante de la Asociación ofrece al cliente?					
15	¿Considera usted que la Asociación debe incorporar nuevos productos y servicios?					



**UNIVERSIDAD ESTADAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS (CLIENTES)

Estimado participante: la presente es una encuesta con fines de investigación. Agradecemos con anticipación se sirva marcar sus respuestas con una “X”, en el recuadro respectivo. La información que nos proporcione es totalmente confidencial y anónima. Una vez más, gracias por su colaboración.

OBJETIVO DE LA ENCUESTA: Adquirir información pertinente que permita la realización de un análisis completo que contribuya al diseño de un programa de mejora del servicio y la calidad en la atención en la Asociación Playas Limpias de Punta Carnero, cantón Salinas, provincia de Santa Elena.

DATOS REFERENCIALES:

Edad: Género: Masculino Femenino

Nivel de Instrucción: Básica Media Superior:

La vivienda que posee cuenta con servicios básicos, tales como:

Agua Luz Alumbrado Público

Telecomunicaciones Recolección de Basura

INSTRUCCIÓN

De acuerdo a la siguiente escala marque con una (x) la respuesta que considere adecuada:

1	2	3	4	5
DEFINITIVAMENTE NO	PROBABLEMENTE NO	INDECISO	PROBABLEMENTE SI	DEFINITIVAMENTE SI

N°	ASPECTOS				
Servicios					
Servicio al cliente					
1	2	3	4	5	5
1	¿Considera usted que el servicio que presta la asociación Playas limpias es oportuno?				
2	¿Considera usted que las estrategias de la asociación Playas limpias aportan a cumplir una buena atención al cliente?				
3	¿Considera usted que satisfacer al cliente es clave para el éxito de la asociación Playas limpias?				

Desarrollo personal						
4	¿Considera usted, que se deben considerar las capacidades individuales que tengan las personas para recibir el servicio?					
5	¿Las habilidades y destrezas son características fundamentales en las personas que ofrecen el servicio?					
6	¿Es necesario que la asociación Playas limpias, se preocupe por el desempeño laboral de sus colaboradores/asociados?					
Factores de calidad						
07	¿Considera usted que la estructura física de la asociación Playas limpias aporta a la calidad del servicio recibido?					
08	Cómo usuario, ¿Considera usted que los empleados de la asociación Playas limpias deben mejorar la actitud con la que prestan el servicio?					
09	¿Es necesario que los empleados de la asociación Playas limpias deben aplicar estrategias al ofrecer sus servicios al cliente?					
Tipos de calidad						
10	¿Usted considera que cumplen con la calidad que espera como cliente al momento de pedir un servicio?					
11	¿Considera usted que satisfacen sus percepciones de calidad como cliente?					
12	¿Cómo cliente ha felicitado a alguien por superar sus expectativas?					
Estrategias de calidad						
13	¿Considera usted que le debe recibir un servicio eficiente en la primera instancia que le atienden?					
14	Como cliente ¿Es oportuna la capacidad de respuesta que tienen los empleados de la asociación Playas limpias?					
15	¿Son fiables y seguros los servicios que usted recibe por parte de la asociación Playas limpias?					

ANEXOS 3: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título	Problema	Objetivos	Idea a defender	Variables	Dimensiones	Indicadores
Estrategias De Servicios Para Mejorar La Calidad En La Atención Al Cliente De La Asociación Playas Limpias De Punta Carnero, Cantón Salinas, Provincia De Santa Elena, Año 2018.	¿Cómo contribuyen las estrategias de servicio para mejorar la calidad en la atención al cliente de la Asociación Playas Limpias del sector Punta Carnero del cantón Salinas?	<p>General</p> <p>Analizar las estrategias de servicio de la Asociación Playas Limpias mediante un trabajo de campo que oriente el mejoramiento de la calidad en la atención al cliente en la playa de Punta Carnero del cantón Salinas en la Provincia de Santa Elena.</p>	La ejecución de un programa de mejora del servicio contribuirá a mejorar la calidad en la atención al cliente o usuario de la Asociación Playas Limpias de Punta Carnero del cantón Salinas.	Variable Independiente Estrategias de Servicio	<u>Servicio al cliente</u>	Estrategias de Servicios
		<p>Tareas Científicas</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Diagnosticar la situación actual de la Asociación Playas Limpias de Punta Carnero mediante instrumentos metodológicos adecuados que ausculten la forma de atención a los turistas de la playa en Punta Carnero. ❖ Identificar estrategias de servicios en base al análisis de las áreas funcionales que permitan la mejora de la calidad en la atención al cliente de la Asociación Playas Limpias de Punta Carnero del cantón Salinas. ❖ Elaborar un programa de mejora del servicio en base a los resultados obtenidos que impulse el fortalecimiento de la calidad en la atención al cliente de la Asociación Playas Limpias de Punta Carnero en el cantón Salinas. 			Tipos de Servicio	General Personalizado
				Variable Dependiente Calidad en la atención al cliente	<u>Desarrollo personal</u>	Capacidades Habilidades Satisfacción del puesto de trabajo
					<u>Factores de calidad</u>	----- Elementos tangibles Actitud Empatía
					<u>Tipos de calidad</u>	Calidad esperada Calidad que satisface Calidad que sorprende
					<u>Estrategias de calidad</u>	Percepciones Capacidad de respuesta Fiabilidad, seguridad y fidelidad



ASOCIACION DE ALQUILER DE CARPAS, PARASOLES Y COMERCIANTES MINORISTAS
DE VENTAS VARIAS
"PLAYAS LIMPIAS"
PUNTA CARNERO
FUNDADO EL 7 DE ENERO DEL 2003
ACUERDO MINISTERIAL N - 7663
SALINAS - ECUADOR

La Libertad Agosto del 2018

CARTA AVAL

Por medio de la presente notificamos a ustedes, que la ASOCIACION DE ALQUILER DE CARPAS, PARASOLES Y COMERCIANTES MINORISTAS DE VENTAS VARIAS "PLAYAS LIMPIAS", ubicada en el Cantón Salinas, que el Sr. Miguel Angel Suárez Yagual con cedula de ciudadanía # 092646379-5, egresado de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, se les brindara todas la facilidades para que pueda realizar su trabajo de titulación.

Por la atención a la presente, le reitero mis agradecimientos.

ATENTAMENTE


José Tomalá Domínguez
C.L. 0913710778
Presidente de la Asociación

