



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Proyecto de investigación previo a la
obtención del Grado Académico de
Magíster en Administración de
Empresas

TEMA

**INFLUENCIA DE LA CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO EN
EL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LAS PYMES
DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2023.**

AUTORA

LCDA. GABRIELA ROCIO MENA SUBIAGA

DIRECTORA

ING. EMMA YOLANDA MENDOZA VARGAS, M.Sc.

QUEVEDO – ECUADOR

2024



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Proyecto de investigación previo a la
obtención del Grado Académico de
Magíster en Administración de
Empresas

TEMA

**INFLUENCIA DE LA CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO EN
EL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LAS PYMES
DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2023.**

AUTORA

LCDA. GABRIELA ROCIO MENA SUBIAGA

DIRECTORA

ING. EMMA YOLANDA MENDOZA VARGAS, M.Sc.

QUEVEDO – ECUADOR

2024

CERTIFICACIÓN

Ing. Emma Yolanda Mendoza Vargas, M.Sc. en calidad de directora del proyecto de investigación, previo a la obtención del Grado Académico de Magíster en Administración de Empresas.

CERTIFICA:

Que la Lcda. Gabriela Rocío Mena Subiaga, ha cumplido con la elaboración del Proyecto de Investigación titulado **“INFLUENCIA DE LA CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO EN EL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LAS PYMES DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2023”**, el mismo que ha sido revisado en todos sus componentes por lo que se encuentra apto para la presentación y aprobación ante el organismo respectivo.

Quevedo, octubre de 2024.



Firmado electrónicamente por:
**EMMA
YOLANDA
MENDOZA
VARGAS**

Ing. Emma Yolanda Mendoza Vargas, M.Sc.

DIRECTORA

AUTORÍA

El presente proyecto de investigación titulado **“INFLUENCIA DE LA CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO EN EL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LAS PYMES DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2023”**, es un trabajo investigativo original, elaborado con esfuerzo y dedicación por parte de la estudiante de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Gabriela Rocío Mena Subiaga, con cédula de ciudadanía número 1205459843, presentando este proyecto de investigación que es original y de mi autoría.



Lcda. Gabriela Rocío Mena Subiaga

AUTORA

DEDICATORIA

En primer lugar, dedico a Dios por ser mi guía, mi sostén en la realización de mi carrera profesional, por ser quien me dio la sabiduría y la capacidad para poder desarrollarme, y por haberme permitido llegar hasta este punto y darme la salud para lograr todos mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mi familia por ser el soporte emocional y darme el apoyo necesario durante el transcurso de la realización de esta maestría, y compartir conmigo muchos momentos. Son la razón para levantarme cada mañana y esforzarme por el presente y el futuro.

A mis padres por forjar la persona que soy en la actualidad. Muchos de mis logros se los debo en especial a mi mamá, Adelita Subiaga, que me formó con muchos valores y principios. Muchísimas gracias.

Lcda. Gabriela Rocío Mena Subiaga

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por guiarme y darme este logro, por cada oportunidad que me brindó a lo largo de mi trayectoria académica. Su amor incondicional y su bondad infinita me permitieron superar momentos difíciles y alcanzar mis metas. Con humildad y gratitud, mil gracias por darme fuerzas para perseverar; así mismo a mis padres, que son tan importantes en mi vida, el pilar fundamental, han sido mi fuente de fuerza y motivación en cada paso de mi educación. Su amor, su apoyo ha sido constante, fundamentales para mi éxito.

Les agradezco desde lo más profundo de mi ser, a mi familia, a mi esposo, a mi hijo, por ser el significado del verdadero amor, por estar siempre presente ahí sin importar lo que suceda y ayudarme a creer, gracias, por ser el regalo más valioso que Dios me dio.

A mis adorados hermanos, gracias por ser mis compañeros de vida. A mis queridos profesores por la enseñanza que me brindaron. También agradezco a mis compañeras Virginia y Diana por haber intercambiado ideas que me ayudaron a crecer de manera profesional.

Lcda. Gabriela Rocío Mena Subiaga

PRÓLOGO

La realización del presente proyecto de investigación titulado INFLUENCIA DE LA CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO EN EL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LAS PYMES DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2023. Tuvo como objetivo identificar los modelos de evaluación al talento humano para medir la calidad del servicio percibida por los clientes, a continuación se procedió a evaluar la percepción de los clientes respecto a la calidad del servicio ofrecido por las PYMES, y finalmente se estableció los programas que se aplican para la capacitación del talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente en las PYMES del cantón Quevedo, para lo cual certifico dar constancia de que la presente investigación fue realizada en base a información obtenida del personal y de usuarios de estas empresas.

Para el desarrollo del objetivo específico uno, se aplicó una encuesta dirigida a los propietarios de las PYMES para identificar los modelos de evaluación, para el objetivo específico dos, se aplicó una encuesta bajo el modelo SERVPERF directamente a los clientes para evaluar la percepción respecto a la calidad del servicio ofrecido, y para la realización del objetivo específico tres, se entrevistó al presidente de la Cámara de Comercio del cantón Quevedo, y una encuesta a otro grupo representativo de propietarios y empleados, para conocer los programas que se aplican para la capacitación del talento humano en las PYMES del cantón Quevedo. Después de haber realizado la debida revisión del mismo, puedo apreciar que la investigadora trata de dar a conocer las diferentes motivaciones que derivaron en la elaboración de su investigación.



Ing. MBA. Marco Orlando Franco Cortez
Presidente de la Cámara de Comercio de Quevedo

RESUMEN EJECUTIVO

El servicio al cliente se ha convertido en un factor determinante para el éxito de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), por tal motivo, comprender y mejorar la capacitación del talento humano en el servicio al cliente se vuelve de vital importancia para el desarrollo sostenible de estas organizaciones. El objetivo de esta investigación es determinar la influencia de la capacitación del talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente en las PYMES del cantón Quevedo, año 2023. Las técnicas de investigación implementadas fueron, la encuesta a una muestra finita de 234 propietarios y empleados y al mismo número de clientes de las PYMES del cantón Quevedo, a los cuales se aplicó un cuestionario bajo el modelo SERVPERF. Y una entrevista al presidente de la Cámara de Comercio del cantón Quevedo.

Las PYMES de Quevedo enfrentan desafíos en la capacitación del personal, con necesidad de mayor regularidad y actualización en los programas internos y una implementación inconsistente de los programas personalizados. Existen barreras en la retroalimentación y el uso de tecnología, y se requiere superar la resistencia a la capacitación con mejor comunicación y planificación. Aunque los modelos de evaluación como SERVPERF son clave para identificar deficiencias, los resultados muestran insatisfacción con la fiabilidad del servicio, la capacidad de respuesta del personal, la seguridad y la empatía, señalando una urgente necesidad de mejoras en la calidad del servicio al cliente. por lo que se recomienda implementar un plan integral de mejora de la calidad del servicio al cliente en las PYMES del cantón Quevedo que aborde las deficiencias identificadas en cada dimensión evaluada por el modelo SERVPERF.

Palabras Clave: Organización, Talento humano, Capacitación, Servicio al cliente, PYMES.

ABSTRACT

Customer service has become a determining factor for the success of small and medium-sized enterprises (SMEs), for this reason, understanding and improving the training of human talent in customer service becomes of vital importance for the sustainable development of these organizations. The objective of this research is to determine the influence of human talent training on the improvement of customer service in SMEs in the Quevedo canton, year 2023. The research techniques implemented were the survey of a finite sample of 234 owners and employees and the same number of clients of SMEs in the Quevedo canton, to whom a questionnaire was applied under the SERVPERF model. And an interview with the president of the Chamber of Commerce of the Quevedo canton. SMEs in Quevedo face challenges in staff training, with a need for greater regularity and updating in internal programs and inconsistent implementation of personalized programs. There are barriers in feedback and the use of technology, and resistance to training must be overcome with better communication and planning. Although evaluation models such as SERVPERF are key to identifying deficiencies, the results show dissatisfaction with service reliability, staff responsiveness, security and empathy, indicating an urgent need for improvements in the quality of customer service. Therefore, it is recommended to implement a comprehensive plan to improve the quality of customer service in SMEs in the Quevedo canton that addresses the deficiencies identified in each dimension evaluated by the SERVPERF model.

Keywords: Organization, Human talent, Training, Customer service, SMEs.

ÍNDICE

PORTADA.....	i
CONTRAPORTADA	iii
CERTIFICACIÓN	iv
AUTORÍA	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
PRÓLOGO.....	viii
RESUMEN EJECUTIVO.....	ix
ABSTRACT.....	x
ÍNDICE.....	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xvi
ÍNDICE DE FIGURAS	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS	xvii
INTRODUCCIÓN	xix
CAPÍTULO I MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1. UBICACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA	2
1.2. SITUACIÓN ACTUAL DE LA PROBLEMÁTICA	5
1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	7
1.3.1. Problema general	7
1.3.2. Problemas derivados	7
	xi

1.4. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	7
1.5. OBJETIVOS	8
1.5.1. General.....	8
1.5.2. Específicos	8
1.6. JUSTIFICACIÓN	8
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN	11
2.1. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL	12
2.1.1. Administración del talento humano	12
2.1.2. Capacitación del talento humano	12
2.1.3. Clima organizacional	13
2.1.4. Estructura organizacional	15
2.1.5. Gestión del talento humano	16
2.1.6. Modelo SERVPERF	17
2.1.7. Modelo SERVQUAL.....	18
2.1.8. Modelo RATER.....	19
2.1.9. Organización.....	20
2.1.10. Plan de capacitación.....	21
2.1.11. Plan de formación	22
2.1.12. PYMES	23
2.1.13. Servicio al cliente.....	24
2.1.14. Talento humano	25

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	26
2.2.1. Capacitación del talento humano	26
2.2.1.1. Importancia de la capacitación del talento humano	28
2.2.1.2. Beneficios de la capacitación del talento humano	30
2.2.1.3 Capacitación del talento humano como estrategia empresarial para mejorar el servicio al cliente en la fidelización de estos	31
2.2.1.4. Programas que se aplican para la capacitación del talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente	33
2.2.1.5. Mejora del desempeño laboral del talento humano	34
2.2.2. Servicio al cliente.....	36
2.2.2.1. Importancia del servicio al cliente	38
2.2.2.2. El servicio al cliente como estrategia de fidelización.....	39
2.2.2.3. Modelos de evaluación al talento humano para medir la calidad de servicio percibida por los clientes	41
2.2.2.4. Modelo SERVQUAL enfocada en la calidad del servicio al cliente.....	42
2.2.2.5. Modelo SERVPERF enfocada en la evaluación y medición de la calidad del servicio al cliente	44
2.2.2.6. Modelo RATER para medir la calidad del servicio al cliente	45
2.2.2.7. Percepción de los clientes respecto a la calidad del servicio ofrecido por las PYMES	47
2.2.3. Las PYMES	49

2.2.3.1. Importancia de las PYMES en la economía	50
2.2.3.2. Clasificación de las PYMES	52
2.2.3.3. PYMES como base de la economía y generadoras de empleo	53
2.2.3.4. Factores que influyen en el éxito de las PYMES.....	54
2.2.3.5. Desafíos específicos de las PYMES	56
2.2.3.6. Innovación y emprendimiento en las PYMES.....	58
2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	60
2.3.1. Constitución de la República del Ecuador (2008)	60
2.3.2. Código del Trabajo	61
2.3.3. Ley Orgánica de Defensa del Consumidor	62
CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	64
3.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN	65
3.1.1. Investigación descriptiva	65
3.1.2. Investigación explicativa	65
3.1.3. Investigación de campo	66
3.2. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	67
3.2.1. Método analítico	67
3.2.2. Método inductivo	67
3.2.3. Método deductivo	68
3.3. CONSTRUCCIÓN METODOLÓGICA DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN ..	68
3.3.1. Población y muestra.....	68

3.3.2. Técnicas de investigación	70
3.3.3. Instrumentos de investigación	71
3.4. ELABORACIÓN DEL MARCO TEÓRICO	72
3.5. RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	72
3.6. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS	73
CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN	75
4.1. MODELOS DE EVALUACIÓN AL TALENTO HUMANO PARA MEDIR LA CALIDAD DEL SERVICIO PERCIBIDA POR LOS CLIENTES.....	76
4.1.1. Encuesta dirigida a los propietarios de las PYMES del cantón Quevedo.....	76
4.1.2. Discusión de resultados del objetivo 1:	81
4.2. PERCEPCIÓN DE LOS CLIENTES RESPECTO A LA CALIDAD DEL SERVICIO OFRECIDO POR LAS PYMES DEL CANTÓN QUEVEDO.....	82
4.2.1. Encuesta dirigida a los clientes de las PYMES del cantón Quevedo, aplicando el modelo SERVPERF.....	83
4.2.2. Discusión de resultados del objetivo 2:	91
4.3. PROGRAMAS QUE SE APLICAN PARA LA CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO EN EL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LAS PYMES DEL CANTÓN QUEVEDO.....	92
4.3.1. Entrevista dirigida al Ing. MBA. Marco Orlando Franco Cortéz presidente de la Cámara de Comercio de Quevedo	93
4.3.2. Encuesta aplicada a los propietarios de las PYMES del cantón Quevedo.....	97

4.3.3. Encuesta aplicada a los empleados que laboran en las diferentes PYMES del cantón Quevedo	102
4.3.4. Discusión de resultados del objetivo 3:	106
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	109
5.1. CONCLUSIONES	110
5.2. RECOMENDACIONES	111
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	113
ANEXOS	117

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Clasificación oficial de las PYMES.....	52
Tabla 2 Población y muestra.....	68
Tabla 3 Entrevista aplicada al presidente de la Cámara de Comercio de Quevedo	93

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelos enfocados en la evaluación de la calidad del servicio	76
Figura 2. Modelo SERVPERF para mejorar el servicio al cliente en las PYMES	77
Figura 3. Aspectos a mejorar con el Modelo SERVPERF	78
Figura 4. Impacto del modelo SERVPERF en la atención al cliente	79
Figura 5. Recursos para implementar modelo SERVPERF	80
Figura 6. Modelo SERVPERF Elementos Tangibles	83
Figura 7. Modelo SERVPERF Fiabilidad	84

Figura 8. Modelo SERVPERF Capacidad de Respuesta.....	86
Figura 9. Modelo SERVPERF Seguridad	88
Figura 10. Modelo SERVPERF Empatía	90
Figura 11. Realización de programas de capacitación interna en el servicio al cliente.	97
Figura 12. Implementación de programas de desarrollo personalizado	98
Figura 13. Frecuencia de retroalimentación para mejorar el servicio al cliente	99
Figura 14. Tecnología y recursos en línea para mejorar la capacitación al talento humano	100
Figura 15. Ambiente propicio para el intercambio de experiencias	101
Figura 16. Frecuencia de capacitaciones recibidas.....	102
Figura 17. Importancia de la frecuencia de las capacitaciones.....	103
Figura 18. Temas tratados en las capacitaciones	104
Figura 19. Relevancia de los temas abordados en las capacitaciones	105
Figura 20. Habilidades y conocimientos aplicables.....	106

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Certificación Compilatio.....	118
Anexo 2. Solicitud de autorización dirigida al presidente de la Cámara de Comercio de Quevedo para realizar la investigación	119
Anexo 3. Carta de autorización del presidente de la Cámara de Comercio de Quevedo para realizar la investigación para realizar investigación.	120

Anexo 4. Formato de preguntas aplicado a una muestra de propietarios de las PYMES del cantón Quevedo	121
Anexo 5. Formato de preguntas cuestionario modelo SERVPERF aplicado a una muestra por conveniencia de clientes de las PYMES del cantón Quevedo.....	123
Anexo 6. Formato de preguntas de entrevista aplicada al presidente de la Cámara de Comercio de Quevedo para realizar la investigación	126
Anexo 7. Formato de preguntas encuesta aplicada a una muestra de propietarios de las PYMES del cantón Quevedo	128
Anexo 8. Formato de preguntas cuestionario aplicado a una muestra de empleados de diferentes PYMES del cantón Quevedo	131
.....	131
Anexo 9. Fotos entrevista aplicada al presidente de la Cámara de Comercio de Quevedo	134
Anexo 10. Fotos encuesta aplicada a propietarios, empleados y clientes de las diferentes PYMES del cantón Quevedo	136

INTRODUCCIÓN

En un entorno empresarial altamente competitivo, el servicio al cliente se ha convertido en un factor determinante para el éxito de las pequeñas y medianas empresas (PYMES). La calidad y eficiencia en la atención al cliente son elementos cruciales para lograr la satisfacción de los consumidores y fomentar la fidelidad hacia la marca. En este sentido, la capacitación del talento humano desempeña un papel fundamental, ya que influye directamente en la mejora del servicio al cliente.

Las PYMES del cantón Quevedo abarcan una amplia gama de actividades económicas, que van desde el comercio minorista, la industria manufacturera, los servicios profesionales, hasta el sector turístico y la agroindustria. Su presencia diversificada en el entorno empresarial local las convierte en actores fundamentales para el dinamismo económico y social de la región. A pesar de sus contribuciones significativas, las PYMES del cantón Quevedo enfrentan desafíos particulares, como la competencia, la gestión de recursos humanos, la satisfacción del cliente y la adaptación a los cambios del entorno empresarial. Por tal motivo, comprender y mejorar la influencia de la capacitación del talento humano en el servicio al cliente se vuelve de vital importancia para el desarrollo sostenible de estas empresas en el entorno local.

Es importante destacar que la capacitación del talento humano va más allá de la adquisición de conocimientos técnicos y habilidades específicas. La misma debe centrarse en el desarrollo de competencias y capacidades que permitan a los empleados ofrecer experiencias de servicio excepcionales, adaptarse a las demandas cambiantes de los clientes y resolver problemas de manera efectiva. Además, la capacitación promueve

la motivación y el compromiso de los empleados, lo que se traduce en un ambiente laboral positivo y en una mayor productividad.

La presente investigación tiene como objetivo principal determinar la influencia de la capacitación del talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente en las PYMES del cantón Quevedo durante el año 2023. Para la consecución de este objetivo, se identificaron los modelos de evaluación al talento humano para medir la calidad del servicio percibida por los clientes, a continuación, se procedió a evaluar la percepción de los clientes respecto a la calidad del servicio ofrecido por las PYMES, y finalmente se establecieron los programas que se aplican para la capacitación del talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente en las PYMES del cantón Quevedo.

Capítulo I. Marco contextual de la investigación, en esta parte se detalla el lugar y el contexto que motiva la realización de la investigación, la situación que está originando la problemática planteada, sus problemas derivados, su objetivo general y específicos, y su justificación.

Capítulo II. Marco teórico de la investigación, esta parte describe información contextualizada sobre la problemática planteada, segmentándola en fundamentación conceptual con los principales conceptos relacionados al tema, en fundamentación teórica que incluye y detalla diferentes teorías relacionadas con las variables de investigación y sus respectivas citas bibliográficas, y finalmente se incluye el desarrollo de la fundamentación legal, la cual valida que los argumentos planteados en la investigación, estén en concordancia con el marco legal existente relacionado al tema de estudio.

Capítulo III. Metodología de la investigación, en el desarrollo de este capítulo, se aplicaron varios tipos y métodos de investigación, se establecieron la población y muestra objeto de estudio, las técnicas y los instrumentos de investigación utilizados, la elaboración del marco teórico, el proceso de recolección de la información, y finalmente el procesamiento y análisis de la misma.

Capítulo IV. Resultados y discusión, en este capítulo se detallan los resultados de las técnicas e instrumentos de investigación utilizados en el desarrollo de cada objetivo específico, con su respectivo análisis y discusión.

Capítulo V. Conclusiones y recomendaciones, una vez desarrollados cada uno de los objetivos específicos, se procedió en base a los resultados obtenidos a la realización de las respectivas conclusiones y recomendaciones.

Una vez concluida la investigación, se adjunta la bibliografía consultada con los respectivos anexos que sustentaron el proyecto investigativo.

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

Las guerras continuarán
existiendo mientras el color de
la piel sea más importante que
el de los ojos

Bob Marley

1.1. UBICACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

La globalización ha generado un panorama de negocios altamente competitivo, donde las PYMES deben competir no solo a nivel local, sino también a escala global. Esto implica que las empresas deben adaptarse a las expectativas cambiantes de los clientes, que cada vez son más exigentes en términos de calidad de servicio. En el contexto actual, aunque estas empresas desempeñan un papel crucial en la economía local, muchas de ellas aún no han logrado desarrollar plenamente su potencial en términos de brindar un servicio al cliente excepcional. La ausencia de un modelo de evaluación al talento humano para mejorar el servicio al cliente es una de las principales causas de esta problemática.

En Ecuador, se han presentado diversas oportunidades de colaboración entre diferentes redes empresariales, donde se ha socializado sobre los beneficios que ofrecen los modelos de evaluación al talento humano para medir la calidad del servicio percibida por los clientes. Estas organizaciones incluyen cámaras de comercio, asociaciones empresariales y organizaciones especializadas en el desarrollo de las PYMES, las cuales han dado la apertura para poder fomentar y mejorar el servicio al cliente a través de la implementación de estos modelos de evaluación al talento humano (Vélez, 2021).

El cantón Quevedo, ubicado en la provincia de Los Ríos, Ecuador, se caracteriza por contar con una gran cantidad de pequeñas y medianas empresas (PYMES) que desempeñan un papel relevante en el desarrollo económico y social de este cantón; sin embargo, muchas de estas empresas enfrentan desafíos en la implementación de programas de capacitación interna, programas de desarrollo personalizado, retroalimentación constante, tecnología y recursos en línea, fomento de la colaboración y

el intercambio de experiencias, y también resistencia por parte de los propietarios de las PYMES para poder capacitarse en el mejoramiento del servicio al cliente.

La situación actual de las PYMES en Quevedo, pueden verse afectadas por los diversos factores antes mencionados, lo cual limita el desarrollo de habilidades y conocimientos específicos necesarios para brindar un servicio de calidad. Los empleados no tendrían las competencias necesarias para atender las demandas y necesidades cambiantes de los clientes, lo que podría resultar en una disminución en la satisfacción del cliente, ventas y competitividad en el mercado.

La continuidad del desarrollo de habilidades de los empleados y su capacidad para adaptarse a las nuevas exigencias del entorno empresarial, pueden no ser tan efectivas debido a la implementación irregular de programas de desarrollo personalizado. Sin un enfoque personalizado, los empleados pueden experimentar dificultades para mejorar sus habilidades y conocimientos específicos, lo cual puede llevar a una desmotivación, estancamiento profesional y una disminución en la calidad del servicio al cliente.

En el transcurso del año, muchas veces se puede dificultar realizar una retroalimentación constante que implique un seguimiento sistemático y exhaustivo de los resultados obtenidos a partir de una capacitación recibida. Esto dificulta que no se puedan identificar las áreas que requieren atención y en las que se hace necesario implementar mejoras. También puede limitar la capacidad de los empleados para identificar y corregir sus debilidades en el servicio al cliente, dando como resultado prácticas ineficientes o inadecuadas, que pueden afectar de manera negativa la experiencia del cliente y la reputación de la empresa.

La utilización de tecnología y recursos en línea facilita el aprendizaje continuo, el acceso a mejores prácticas y la adopción de nuevas estrategias para brindar un servicio al cliente excepcional. Sin estos recursos, los empleados pueden quedarse rezagados en comparación con las últimas tendencias y técnicas de atención al cliente, lo que también puede dificultar el acceso a herramientas e información relevante, que podrían mejorar el desempeño del talento humano.

El fomento de la colaboración y el intercambio de experiencias entre los empleados, promueve la generación de ideas, conocimientos y la adopción de enfoques innovadores para mejorar el servicio al cliente. Sin un ambiente propicio para la colaboración, es posible que los empleados no compartan sus experiencias exitosas o no aprendan de las experiencias de otros, lo que limita el crecimiento y la mejora en el servicio al cliente, lo cual también puede obstaculizar el aprendizaje y el desarrollo conjunto del talento humano.

Finalmente, la resistencia por parte de los propietarios de las PYMES hacia la implementación de programas de capacitación, puede incidir en el compromiso y participación de los empleados en los programas de formación. Muchas veces los propietarios alegan sentirse muy ocupados con sus responsabilidades diarias, motivo por el cual no pueden dedicar tiempo adicional para poder capacitarse. Esto puede deberse a la percepción de que la capacitación es una carga adicional en lugar de una oportunidad para el crecimiento profesional. A largo plazo, esto puede perjudicar la competitividad y crecimiento de las PYMES, al dificultar su adaptación al mercado y la satisfacción de las demandas de los clientes.

1.2. SITUACIÓN ACTUAL DE LA PROBLEMÁTICA

A nivel nacional, las organizaciones buscan implementar diversas alternativas para mantener debidamente capacitado a su personal en la atención al cliente. Estas alternativas incluyen capacitaciones internas, externas, en línea, entre otras. La capacitación permite a los empleados adquirir y desarrollar habilidades relevantes para su puesto de trabajo. Esto les permite realizar sus tareas de manera más eficiente y efectiva, lo que se traduce en un mejor desempeño individual y organizacional.

En la actualidad, muchas PYMES del cantón Quevedo necesitan fortalecer la aplicación de programas de capacitación interna estructurados y consistentes. Este tipo de empresas deben contar con estrategias formales para capacitar a su personal en habilidades específicas relacionadas con el servicio al cliente. Un personal poco preparado y con limitaciones para satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes, puede afectar directamente la calidad del servicio al cliente, al no poder contar con las competencias necesarias para brindar una atención eficiente y personalizada.

También es importante destacar la realización de programas de desarrollo personalizados, para no limitar la continuidad del desarrollo de habilidades, y las oportunidades de crecimiento y mejora de cada empleado en relación con el servicio al cliente. Esto ayuda a que los empleados adquieran las habilidades y conocimientos necesarios específicos para su rol, lo cual puede evitar que los empleados tengan dificultades para adaptarse a las demandas cambiantes de los clientes y para brindar un servicio al cliente de calidad.

En lo referente a la retroalimentación constante, la misma implica realizar un seguimiento sistemático y exhaustivo de los resultados obtenidos a partir de la capacitación. Los roles de los empleados pueden ser más variados y las responsabilidades más amplias, como

resultado de poder identificar las áreas que requieren atención y en las que se hace necesario implementar mejoras. Como resultado, la calidad del servicio al cliente no podrá ser afectada negativamente, ya que los empleados tendrán las oportunidades necesarias para mejorar y alcanzar un nivel óptimo de atención al cliente.

Por otro lado, estas organizaciones deben tener acceso a tecnología y recursos en línea que podrían mejorar significativamente la capacitación del talento humano en relación con el servicio al cliente. La inversión en tecnología y recursos en línea puede brindar un mejor acceso a información actualizada, mejores prácticas y herramientas de capacitación interactivas. Esto puede resultar en un mejoramiento en las habilidades y conocimientos de los empleados, sobre las últimas tendencias en el servicio al cliente.

Adicionalmente, la colaboración y el intercambio de experiencias entre los empleados de las PYMES del cantón Quevedo, puede incidir de manera positiva que los mismos aprendan unos de otros, compartan mejores prácticas y desarrollen nuevas ideas para mejorar el servicio al cliente. El fomento de la colaboración y el intercambio de experiencias puede fortalecer el potencial de aprendizaje colectivo y la implementación de mejoras significativas en el servicio al cliente.

Es importante manifestar que puede surgir cierta resistencia por parte de los propietarios de las PYMES hacia la implementación de programas de capacitación, los cuales alegan que se encuentran ocupados con sus responsabilidades diarias y que no pueden dedicar tiempo adicional para poder capacitarse. Esto puede obstaculizar la implementación efectiva de programas de capacitación y limitar las oportunidades de desarrollo del personal, ya que los empleados no recibirán la formación adecuada para brindar una atención de calidad.

1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.3.1. Problema general

- ¿Cómo influye la implementación de programas específicos de capacitación en las habilidades y competencias del talento humano para mejorar la calidad del servicio al cliente en las PYMES del cantón Quevedo, año 2023?

1.3.2. Problemas derivados

- ¿Cuáles son modelos de evaluación al talento humano para medir la calidad del servicio percibida por los clientes en las PYMES del cantón Quevedo?
- ¿Cuál es la percepción de los clientes respecto a la calidad del servicio ofrecido por parte de las PYMES del cantón Quevedo?
- ¿Qué tipos de programas de capacitación y metodologías de formación se utilizan en las PYMES del cantón Quevedo para mejorar el servicio al cliente?

1.4. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

CAMPO	: Ciencias sociales, educación comercial y derecho/ Ciencias sociales y del comportamiento.
ÁREAS	: Gestión del talento humano.
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	: Administración, comercio, economía, finanzas y turismo.
LUGAR	: Pymes del cantón Quevedo, Los Ríos Ecuador.
TIEMPO	: Periodo 2023.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. General

- Determinar la influencia de la capacitación del talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente en las PYMES del cantón Quevedo, año 2023.

1.5.2. Específicos

- Identificar los modelos de evaluación al talento humano para medir la calidad del servicio percibida por los clientes.
- Evaluar la percepción de los clientes respecto a la calidad del servicio ofrecido por las PYMES del cantón Quevedo.
- Establecer los programas que se aplican para la capacitación del talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente en las PYMES del cantón Quevedo.

1.6. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se justifica por la relevancia y la necesidad de abordar el tema de la influencia de la capacitación del talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente en las PYMES del cantón Quevedo año, 2023. Es importante destacar que las PYMES desempeñan un papel fundamental en la economía local y nacional y mundial, contribuyendo al crecimiento económico y la generación de empleo. Sin embargo, muchas de estas empresas enfrentan desafíos en la prestación de un servicio al cliente de calidad, lo que puede afectar su competitividad y su capacidad para retener y fidelizar a sus clientes.

En este contexto, la capacitación del talento humano se posiciona como una herramienta estratégica para mejorar el servicio al cliente en las PYMES. Mediante la capacitación adecuada, los empleados adquieren las habilidades, conocimientos y actitudes necesarias para brindar un servicio al cliente eficiente, personalizado y satisfactorio. Esto se traduce en un mayor nivel de satisfacción por parte de los clientes, lo que a su vez puede generar un aumento en la fidelidad y en la recomendación de los productos o servicios de la empresa.

No obstante, a pesar de la importancia de la capacitación del talento humano, existen insuficiencias y desafíos en su implementación dentro de las PYMES del cantón Quevedo, año 2023. Es necesario analizar los programas aplicados actualmente para la capacitación del talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente, así como conocer los modelos de evaluación al talento humano existentes y su efectividad en este ámbito específico. Por lo tanto, la realización de la presente investigación busca analizar y comprender a fondo los programas y modelos de evaluación del talento humano utilizados en las PYMES del cantón Quevedo, que se ajuste a sus necesidades específicas con el objetivo de mejorar el servicio al cliente y contribuir así a su desarrollo y crecimiento sostenible.

Aunque la capacitación del talento humano es reconocida como una estrategia clave para mejorar el servicio al cliente, en muchas PYMES del cantón Quevedo no se ha abordado de manera efectiva. Existe una brecha entre los programas de capacitación interna que se ofrecen en estas organizaciones, y los pocos programas de desarrollado personalizado que se aplican, muchos de los cuales no están acorde a las competencias que los empleados deben desarrollar en su labor diaria. También es importante destacar, que en algunas

PYMES la retroalimentación no es una práctica común, debido a que los roles que desempeñan sus empleados pueden ser más variados y las responsabilidades más amplias, lo cual incide en que puede ser especialmente difícil encontrar el tiempo para proporcionar formación adecuada.

Ante esta problemática, muchas PYMES del cantón Quevedo se ven en la necesidad de implementar modelos de evaluación al talento humano para medir la calidad del servicio percibida por los clientes, lo cual se dificulta porque se carece de un análisis exhaustivo que evalúe los modelos de evaluación al talento humano existentes, así como la efectividad de los mismos en el mejoramiento del servicio al cliente en estas empresas. Se identifica la necesidad de que estas PYMES implementen a través de la tecnología, programas y recursos en línea al talento humano, para que los mismos brinden un servicio eficiente y adaptados a las particularidades de sus clientes.

Como aporte personal, esta investigación también se justifica por la necesidad de mejorar el servicio al cliente en las PYMES del cantón Quevedo a través de la capacitación del talento humano. Al analizar los programas existentes y aplicar un modelo de evaluación al talento humano para medir la calidad del servicio percibida por los clientes, se espera obtener resultados que beneficien tanto a las empresas como a los clientes, impulsando así el desarrollo económico y fortaleciendo el entorno empresarial local.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

Nuestros fracasos son a veces más fructíferos que los éxitos.

Henry Ford

2.1. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

2.1.1. Administración del talento humano

La administración del talento humano se refiere a la gestión estratégica de las personas dentro de una organización, con el objetivo de maximizar su contribución al logro de los objetivos y al éxito de la empresa. También se conoce como gestión de recursos humanos o gestión del capital humano (Arrobo, 2019).

La administración del talento humano abarca una amplia gama de actividades y procesos relacionados con la gestión del personal. Esto incluye reclutamiento y selección de personal, contratación, capacitación y desarrollo, evaluación del desempeño, compensación y beneficios, gestión del rendimiento, gestión del cambio, promoción del trabajo en equipo y cultura organizacional, entre otros aspectos (Bustamante y otros, 2019).

El objetivo principal de la administración del talento humano es atraer, retener y desarrollar a los empleados más talentosos y adecuados para cada puesto de trabajo, asegurando que cuenten con las habilidades y competencias necesarias para desempeñarse de manera efectiva. También busca promover un ambiente de trabajo favorable, donde los empleados se sientan motivados, comprometidos y valorados, lo que contribuye a su satisfacción laboral y al logro de los objetivos organizacionales.

2.1.2. Capacitación del talento humano

La capacitación del talento humano se refiere al proceso de brindar a los empleados las habilidades, conocimientos y competencias necesarias para desempeñar de manera efectiva sus roles y responsabilidades en una organización. La capacitación del talento

humano tiene como objetivo mejorar las habilidades técnicas, profesionales y personales de los empleados, con el fin de aumentar su desempeño, productividad y contribución a la organización. Esto implica identificar las necesidades de capacitación, diseñar modelos de formación adecuados, implementar las actividades de capacitación y evaluar su efectividad (Cuarán & Sánchez, 2023).

Las formas de capacitación pueden incluir una variedad de métodos y enfoques, como cursos presenciales, talleres, seminarios, modelos de e-learning, mentorías, prácticas laborales, entre otros. La capacitación puede cubrir diferentes áreas, como habilidades técnicas específicas, habilidades de liderazgo, habilidades de comunicación, trabajo en equipo, resolución de problemas, gestión del tiempo y adaptación a cambios, entre otros (De Miguel & Solis, 2020).

La capacitación del talento humano también se conoce como desarrollo del talento humano o desarrollo de recursos humanos. La capacitación del talento humano no solo beneficia a los empleados al mejorar sus habilidades y conocimientos, sino que también proporciona beneficios a la organización, como un mejor rendimiento, mayor eficiencia operativa, mayor retención del talento, mejora de la calidad del trabajo y adaptación a los cambios en el entorno laboral.

2.1.3. Clima organizacional

El clima organizacional se refiere al ambiente psicológico y emocional que prevalece en una organización. Es el conjunto de percepciones, actitudes, creencias y valores compartidos por los miembros de la organización, que influyen en su comportamiento, motivación y satisfacción laboral. El clima organizacional se forma a partir de diversos factores, como la estructura de la organización, el estilo de liderazgo, las políticas y

prácticas de recursos humanos, las relaciones interpersonales, la comunicación interna, la cultura organizacional y las experiencias compartidas por los empleados (Chiavenato, 2020).

Un clima organizacional positivo se caracteriza por la confianza, el respeto mutuo, la comunicación abierta, la colaboración, la motivación, el reconocimiento y la satisfacción laboral. Este tipo de clima fomenta el compromiso de los empleados, promueve la productividad y el bienestar en el trabajo, y facilita la retención del talento. Por otro lado, un clima organizacional negativo se caracteriza por la ausencia de confianza, conflictos interpersonales, comunicación deficiente, ausencia de apoyo y reconocimiento, ausencia de cohesión y un ambiente laboral estresante. Este tipo de clima puede generar desmotivación, baja moral, ausencia de compromiso y un alto nivel de rotación de personal (Espinoza & Montalvo, 2021).

Como aporte personal, el clima organizacional puede ser medido a través de encuestas de clima laboral, entrevistas, observación directa y análisis de indicadores de satisfacción y compromiso de los empleados. Con base en los resultados, se pueden implementar acciones y estrategias para mejorar el clima organizacional y crear un entorno laboral saludable, motivador y productivo. Un clima positivo promueve la satisfacción laboral, el compromiso y la productividad, mientras que un clima negativo puede generar desmotivación y problemas en el desempeño de los empleados.

2.1.4. Desempeño laboral

El desempeño laboral se refiere al rendimiento y la efectividad con la cual un individuo lleva a cabo sus tareas y responsabilidades en el entorno de trabajo. Es la medida de la contribución y los resultados obtenidos por un empleado en relación con los objetivos y

expectativas establecidos por la organización. El desempeño laboral se evalúa en función de los estándares de calidad, cantidad, eficiencia y eficacia requeridos para el puesto de trabajo. Incluye aspectos como el cumplimiento de metas, la calidad del trabajo realizado, la puntualidad, la capacidad para resolver problemas, la iniciativa, la colaboración con otros miembros del equipo, entre otros (Cuarán & Sánchez, 2023).

La evaluación del desempeño laboral se lleva a cabo mediante diversos métodos, como evaluaciones de desempeño, retroalimentación regular, revisiones de resultados y logros, y mediciones objetivas de indicadores clave de rendimiento. Estas evaluaciones permiten identificar fortalezas y áreas de mejora, así como brindar oportunidades de desarrollo y crecimiento profesional. El desempeño laboral no solo se basa en los resultados cuantitativos, sino también en las competencias y habilidades requeridas para el puesto. Esto incluye aspectos como habilidades técnicas, habilidades de comunicación, capacidad de trabajo en equipo, adaptabilidad, resolución de problemas y toma de decisiones (Espinoza & Montalvo, 2021).

Como aporte personal, un buen desempeño laboral es fundamental para el éxito organizacional, ya que contribuye a la productividad, la calidad del trabajo, la satisfacción de los clientes y la eficiencia operativa. Por otro lado, un bajo desempeño laboral puede afectar negativamente la reputación de la organización, la moral del equipo y los resultados comerciales.

2.1.4. Estructura organizacional

La estructura organizacional se refiere a la forma en que se organizan y se distribuyen las tareas, responsabilidades y autoridad dentro de una organización. Es un marco o diseño que define la jerarquía, las relaciones y la coordinación entre los diferentes

departamentos, equipos y funciones de una organización. La estructura organizacional establece la manera en que se agrupan y se comunican las personas dentro de la organización, así como las líneas de autoridad y toma de decisiones. Define quién reporta a quién y cómo se establecen y mantienen las relaciones de supervisión y coordinación (Fernández M. , 2019).

Existen diferentes tipos de estructuras organizacionales, cada una adecuada para diferentes situaciones y necesidades. Algunos ejemplos comunes incluyen: Estructura jerárquica o piramidal: Es la estructura más tradicional, en la que las decisiones y la autoridad fluyen de arriba hacia abajo. Estructura funcional: Se organiza en función de las diferentes funciones o áreas de especialización de la organización, como marketing, finanzas, recursos humanos, etc. Estructura matricial: Combina la estructura funcional con la organización por proyectos, y Estructura en red: Se basa en alianzas estratégicas y colaboraciones con otras organizaciones (Espinoza & Montalvo, 2021).

Como aporte personal, la elección de la estructura organizacional adecuada depende de varios factores, como el tamaño de la organización, su industria, su cultura, sus objetivos estratégicos y la naturaleza de sus actividades. Una estructura organizacional eficaz facilita la comunicación, la coordinación, la toma de decisiones y el logro de los objetivos de la organización.

2.1.5. Gestión del talento humano

La gestión del talento humano se refiere a la planificación estratégica, adquisición, desarrollo, retención y optimización del talento dentro de una organización. Es un enfoque integral y estratégico para administrar y maximizar el potencial de las personas que forman parte de una organización. La gestión del talento humano abarca diversas

actividades y procesos, que incluyen: Planificación de Recursos Humanos, Reclutamiento y Selección, Desarrollo y Capacitación, Evaluación del Desempeño, Compensación y Beneficios, Gestión del Rendimiento, y Gestión del Cambio (Chiavenato, 2020).

La gestión del talento humano tiene como objetivo principal maximizar el potencial de los empleados, fomentar su compromiso y satisfacción laboral, y contribuir al logro de los objetivos organizacionales. Es una disciplina estratégica que reconoce el valor fundamental de las personas en el éxito de una organización. La gestión del talento humano es un área clave en la administración de una organización, ya que reconoce que las personas son el recurso más valioso para el logro de los objetivos y el éxito a largo plazo (Medina , 2019).

Como aporte personal, la gestión del talento humano se enfoca en identificar y desarrollar el potencial de los empleados, a través de proporcionar oportunidades de capacitación y desarrollo, asignar roles desafiantes y brindar retroalimentación constructiva. Además, se busca retener a los empleados talentosos a través de estrategias de compromiso, reconocimiento y crecimiento profesional. La gestión del talento humano también se centra en el desarrollo de líderes efectivos, lo cual implica identificar a los empleados con habilidades de liderazgo potenciales, brindarles oportunidades de capacitación y apoyar su crecimiento en roles de liderazgo.

2.1.6. Modelo SERVPERF

El modelo SERVPERF, desarrollado por Cronin y Taylor en 1994, es una herramienta de medición de la calidad del servicio percibida por los clientes. Se basa en la teoría de las brechas de servicio, que establece que la calidad del servicio percibida por los clientes

depende de la diferencia entre sus expectativas y sus percepciones sobre el servicio recibido (Álvarez & Ramos, 2019).

El Modelo SERVPERF es una herramienta de evaluación de la calidad de servicio que se centra en las percepciones de los clientes, excluyendo las expectativas. Este enfoque se basa en la valoración del desempeño (SERVice PERFormance) para medir la calidad del servicio. El Modelo SERVPERF es una alternativa eficaz para medir la calidad del servicio al centrarse en las percepciones de los clientes y simplificar el proceso de evaluación, lo que lo convierte en una herramienta valiosa para mejorar la calidad y la satisfacción del cliente (Peña , 2020).

Como aporte personal, el modelo SERVPERF sirve para medir la calidad del servicio, el mismo se enfoca en las percepciones de los clientes y elimina la parte que hace referencia a las expectativas. Este modelo ha sido utilizado en diferentes contextos, como el sector de servicios en general y el comercio electrónico, y ha demostrado su validez en diversas investigaciones

2.1.7. Modelo SERVQUAL

El modelo SERVQUAL es un enfoque utilizado para medir la calidad del servicio en base a las percepciones y expectativas de los clientes. Se compone de cinco dimensiones clave para evaluar la calidad del servicio: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibilidad. Estas dimensiones se utilizan para medir la brecha entre las expectativas de los clientes y su percepción real del servicio recibido (Ortega , 2019).

El modelo SERVQUAL se basa en la premisa de que la calidad del servicio se define como la diferencia entre las expectativas y las percepciones del cliente. Para evaluar la

calidad del servicio, se utiliza un cuestionario que recopila la opinión de los clientes en relación con cada una de las dimensiones mencionadas anteriormente (Morales, 2019).

Como aporte personal, se puede manifestar que este modelo ha sido ampliamente utilizado en diferentes sectores y ha demostrado ser una herramienta efectiva para evaluar y mejorar la calidad del servicio. Al identificar las brechas entre las expectativas y las percepciones de los clientes, las organizaciones pueden tomar medidas para cerrar esas brechas y mejorar la satisfacción del cliente.

2.1.8. Modelo RATER

El Modelo RATER es un enfoque utilizado para evaluar la calidad del servicio en base a cinco dimensiones: confiabilidad (Reliability), seguridad (Assurance), tangibles (Tangibles), empatía (Empathy) y capacidad de respuesta (Responsiveness). Este modelo se utiliza para medir la satisfacción del cliente y evaluar la calidad del servicio que una empresa ofrece. El Modelo RATER es una herramienta útil para evaluar y mejorar la calidad del servicio, ya que permite identificar áreas de mejora y brindar una experiencia satisfactoria a los clientes (Fernández M. , 2019).

El modelo RATER es una herramienta utilizada para evaluar la calidad del servicio o producto desde la perspectiva del cliente. Cada letra del acrónimo RATER representa un factor clave que influye en la percepción del cliente sobre la calidad: R - Respuesta (Responsiveness), A - Seguridad (Assurance), T - Tangibles (Tangibles), E - Empatía (Empathy), y R - Fiabilidad (Reliability). Este modelo proporciona un marco para que las empresas evalúen y mejoren la calidad del servicio desde diferentes ángulos, permitiéndoles identificar áreas de fortaleza y oportunidades de mejora a través de la percepción del cliente (Peña , 2020).

El Modelo RATER es una herramienta utilizada para evaluar la calidad del servicio al cliente basándose en cinco dimensiones clave. Propuesto por Valarie A. Zeithaml, A. Parasuraman y Leonard L. Berry en su libro "Delivering Quality Service", este modelo se centra en las siguientes dimensiones: Fiabilidad, Seguridad, Tangibles, Empatía y Capacidad de Respuesta. El Modelo RATER es una evolución del modelo SERVQUAL y se enfoca en cinco dimensiones específicas en contraste con las diez dimensiones del SERVQUAL.

2.1.9. Organización

Una organización es un grupo social formado por personas, tareas y administración, que interactúan en una estructura sistemática para cumplir con sus objetivos. Las principales características de una organización son, Composición de personas, Orientación a metas y objetivos, División del trabajo, Estructura sistemática, Continuidad, Recursos, y Entorno. Las organizaciones pueden ser empresas, instituciones, asociaciones, organismos públicos o privados, con o sin fines de lucro, pero todas comparten estas características esenciales de coordinación de personas y recursos para alcanzar objetivos colectivos (Medina , 2019).

Una organización es un sistema social formado por un grupo de personas enfocadas en un objetivo en común a lograr dentro de un tiempo, espacio y cultura determinada. En toda organización se plantean normas, metas y ejes que ayudan a lograr la misión. Los miembros de una organización se suelen ordenar jerárquicamente, estableciendo normas y reglas. Una organización solo puede funcionar si entre las personas que la componen existe la comunicación y la intención de actuar coordinadamente hacia las metas u objetivos a cumplir (Bustamante y otros, 2019).

La organización se define como un sistema diseñado para alcanzar metas y objetivos mediante la coordinación de personas, tareas y actividades dentro de una estructura sistemática. Puede estar conformada por subsistemas relacionados que cumplen funciones específicas. El cumplimiento de normas y regulaciones es esencial para su desarrollo, al igual que la responsabilidad social corporativa y la reputación. En el ámbito empresarial, la organización se estudia en la Administración de empresas e incluye elementos como burocracia, especialización del empleo, departamentalización, cadena de mando, descentralización y formalización

2.1.10. Plan de capacitación

Un plan de capacitación es un programa estructurado que identifica las necesidades de formación de los empleados y establece objetivos y metas para mejorar sus habilidades y conocimientos en una empresa. Este plan implica una evaluación constante para ajustarse a los objetivos organizacionales y mejorar la eficacia de la empresa. Para desarrollar un plan de capacitación efectivo, se deben seguir una serie de pasos clave: Identificar los Objetivos, Analizar a la Audiencia Objetivo, Crear Contenido Atractivo, Seguir una Estructura, Utilizar Herramientas Tecnológicas, Proporcionar Oportunidades de Práctica, Incluir Evaluaciones y Retroalimentación (Espinoza & Montalvo, 2021).

Un plan de capacitación es una herramienta fundamental para el desarrollo de habilidades y conocimientos en una empresa, contribuyendo a aumentar la productividad, la satisfacción del cliente, la eficiencia laboral y el crecimiento personal y profesional de los empleados. Un plan de capacitación es un documento que recoge las estrategias y acciones que una organización implementará para brindar formación y desarrollo a sus empleados en un período de tiempo determinado. Este plan tiene como objetivo satisfacer

las necesidades y expectativas de la organización en términos de capacitación y mejorar las habilidades y conocimientos de los empleados (Moscoso, 2019).

Un plan de capacitación es un documento que establece las estrategias y acciones para brindar formación y desarrollo a los empleados de una organización. Su objetivo es mejorar las habilidades y conocimientos de los empleados y satisfacer las necesidades de la organización en términos de capacitación. Un plan de capacitación es un programa estructurado y sistemático diseñado para desarrollar y fortalecer las competencias, conocimientos, habilidades y actitudes de los empleados de una organización, con el objetivo de mejorar su desempeño laboral y prepararlos para asumir nuevos roles y responsabilidades.

2.1.11. Plan de formación

Un plan de formación es un documento elaborado por la dirección de una empresa con el objetivo de asegurar la formación de su personal durante un período determinado. Este plan se integra en la estrategia global de la empresa y debe incluir aspectos como el público objetivo, las acciones formativas necesarias, el presupuesto asignado, los resultados esperados y los métodos de evaluación para medir el grado de consecución de los objetivos tras su implementación. La formación planificada tiene como propósito capacitar a los individuos para que puedan desempeñar tareas específicas de manera efectiva, actualizar sus conocimientos y habilidades acorde al desarrollo tecnológico, y mejorar su competencia personal a través del aprendizaje continuo en el entorno laboral (Morales, 2019).

Un plan de formación es un conjunto de acciones y estrategias diseñadas para mejorar las habilidades y conocimientos de los empleados de una empresa. Su objetivo principal es

proporcionar a los empleados las herramientas necesarias para desempeñar sus funciones de manera más efectiva y eficiente. El plan de formación puede incluir diferentes tipos de actividades, como cursos, talleres, seminarios, modelos de mentoría, capacitación en el trabajo, entre otros. Estas actividades están diseñadas para abordar las necesidades específicas de desarrollo de los empleados y pueden estar relacionadas con habilidades técnicas, competencias profesionales, liderazgo, trabajo en equipo, comunicación, entre otros aspectos relevantes para el desempeño laboral (Chiavenato, 2020).

Un plan de formación es un conjunto de acciones y estrategias diseñadas para mejorar las habilidades y conocimientos de los empleados de una empresa, con el objetivo de mejorar su desempeño y contribuir al éxito de la organización. Al elaborar un plan de formación, es importante tener en cuenta las necesidades y objetivos de la empresa, así como las necesidades individuales de los empleados. Un plan de formación efectivo puede tener varios beneficios para la empresa, como mejorar la productividad, aumentar la satisfacción y retención de los empleados, fomentar el desarrollo profesional y personal, y fortalecer la competitividad de la organización en el mercado.

2.1.12. PYMES

Las PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas) son entidades empresariales que se caracterizan por su tamaño reducido en términos de empleados, facturación y activos en comparación con las grandes corporaciones. Estas empresas son fundamentales para estimular la productividad y el crecimiento económico en la región. Las PYMES representan un sector empresarial diverso y vital, enfrentando desafíos específicos como fallos del mercado y necesidades particulares que requieren medidas de apoyo adaptadas a su tamaño y características. Su identificación precisa es esencial para garantizar que

reciban la asistencia necesaria para prosperar en un entorno empresarial competitivo (Pérez, 2019).

Las PYMES, o Pequeñas y Medianas Empresas, son entidades empresariales que se caracterizan por su tamaño y estructura. La definición de PYMES puede variar según el país y la legislación vigente, pero en general se considera que las PYMES son aquellas empresas que ocupan a menos de 250 personas y cuyo volumen de negocios anual no excede de ciertos límites establecidos. Las PYMES enfrentan desafíos particulares, como la ausencia de recursos financieros y la competencia con empresas más grandes. Sin embargo, también tienen ventajas, como la capacidad de adaptarse rápidamente a los cambios del mercado y la posibilidad de establecer relaciones cercanas con sus clientes (Mendoza & Sobeida, 2021).

Como aporte personal, las PYMES son actores fundamentales en la economía global, generando empleo, fomentando la innovación y contribuyendo al desarrollo económico tanto a nivel regional como internacional. Las PYMES desempeñan un papel fundamental en la economía, ya que representan la mayoría de las empresas en muchos países y contribuyen significativamente a la generación de empleo y al crecimiento económico. A menudo, las PYMES son empresas familiares o de propiedad local, y suelen tener una estructura más flexible y ágil en comparación con las grandes corporaciones.

2.1.13. Servicio al cliente

El servicio al cliente se refiere a la asistencia que una organización brinda a sus clientes antes, durante o después de adquirir un producto o servicio. Es un componente esencial para el éxito de una empresa, ya que influye en la satisfacción del cliente, la fidelidad a la marca y la reputación empresarial. El servicio al cliente implica resolver problemas,

ofrecer sugerencias de productos, responder preguntas, gestionar reclamaciones y proporcionar una experiencia positiva en cada interacción. Además, el servicio al cliente ha evolucionado con el tiempo, incorporando tecnologías como bots conversacionales, redes sociales y herramientas de atención multicanal para mejorar la experiencia del cliente (Medina , 2019).

El servicio al cliente se refiere a todas las acciones y esfuerzos realizados por una empresa para generar una experiencia satisfactoria y de calidad para sus clientes. Consiste en brindar atención, asesoramiento y soluciones a las necesidades y consultas de los clientes durante su interacción con la empresa. Un buen servicio al cliente implica proporcionar un trato amable, respetuoso y personalizado, así como responder de manera oportuna y eficiente a las solicitudes y problemas de los clientes. También implica anticiparse a las necesidades del cliente y superar sus expectativas (Arrobo, 2019).

El servicio al cliente es fundamental para establecer relaciones sólidas con los clientes, diferenciarse en un mercado competitivo y garantizar la satisfacción del consumidor. Ofrecer un excelente servicio al cliente no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también impulsa el crecimiento y el éxito empresarial. La importancia del servicio al cliente radica en que puede influir en la satisfacción y fidelidad de los clientes, así como en la reputación y el éxito de la empresa. Un servicio al cliente de calidad puede generar clientes satisfechos que recomienden la empresa a otros y contribuyan al crecimiento del negocio.

2.1.14. Talento humano

El término "talento humano" se refiere a las habilidades, capacidades, conocimientos y competencias de las personas que forman parte de una organización o empresa. También

se puede denominar como "capital humano" o "recursos humanos". El talento humano engloba tanto las características individuales de los empleados, como sus habilidades técnicas y profesionales, así como sus habilidades interpersonales y su capacidad para trabajar en equipo (Chiavenato, 2020).

Además, el talento humano implica la gestión estratégica de las personas dentro de la organización. Esto implica reclutar, seleccionar, capacitar, desarrollar y retener a los empleados más talentosos y adecuados para los puestos de trabajo, así como crear un entorno laboral favorable que fomente el compromiso, la motivación y el crecimiento profesional de los empleados (Peña , 2020).

Como aporte personal, el talento humano se refiere a las habilidades, capacidades y conocimientos de las personas que forman parte de una organización, así como a la gestión estratégica de esas personas para maximizar su contribución al éxito de la empresa. Incluye tanto el potencial de cada individuo como sus logros y contribuciones al desempeño y éxito de la organización.

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1. Capacitación del talento humano

La capacitación del talento humano se refiere al proceso mediante el cual se proporciona a los empleados las habilidades, conocimientos y competencias necesarios para desempeñar eficazmente sus funciones y contribuir al éxito de la organización. Es un componente clave de la gestión del talento humano y tiene como objetivo mejorar el desempeño individual y colectivo de los empleados (Chiavenato, 2020).

La capacitación del talento humano puede abarcar una amplia gama de áreas y temas, dependiendo de las necesidades y objetivos de la organización. Algunos ejemplos comunes de áreas de capacitación incluyen (Álvarez & Ramos, 2019):

- **Capacitación técnica:** Se refiere al desarrollo de habilidades y conocimientos técnicos específicos relacionados con el trabajo que desempeñan los empleados. Esto puede incluir capacitación en el uso de software y herramientas, operación de maquinaria, técnicas de producción, etc.
- **Desarrollo de habilidades gerenciales:** Enfocado en el desarrollo de habilidades de liderazgo y gestión para aquellos empleados que tienen responsabilidades de supervisión o liderazgo. Esto puede incluir habilidades de comunicación, toma de decisiones, resolución de problemas, delegación, motivación de equipos, entre otros.
- **Desarrollo de habilidades interpersonales:** Se centra en mejorar las habilidades de comunicación, trabajo en equipo, negociación, resolución de conflictos y empatía. Estas habilidades son fundamentales para establecer relaciones efectivas con colegas, clientes y otros.
- **Desarrollo de habilidades blandas:** Estas habilidades se refieren a competencias personales y sociales, como inteligencia emocional, resiliencia, creatividad, pensamiento crítico y habilidades de adaptabilidad. Estas habilidades son valoradas en el entorno laboral actual y contribuyen al éxito en diversas áreas de trabajo.

- **Cumplimiento normativo y ético:** En algunas industrias, es necesario proporcionar capacitación en cumplimiento normativo y ético, como reglamentos de seguridad, políticas de privacidad, protección de datos, prevención de acoso laboral, entre otros.

La capacitación del talento humano puede ser impartida de diversas formas, como cursos presenciales, modelos de formación en línea, talleres, seminarios, mentoría, coaching y aprendizaje en el trabajo. Es importante evaluar regularmente los resultados y el impacto de la capacitación para asegurarse de que esté alineada con los objetivos organizacionales y genere un retorno de inversión positivo (Martínez, 2019).

La capacitación del talento humano se refiere al proceso de desarrollo de habilidades, conocimientos y competencias necesarios para el desempeño efectivo de los empleados. Contribuye al crecimiento y desarrollo profesional de los empleados, mejora el rendimiento individual y colectivo, y fortalece la competitividad y el éxito de la organización.

2.2.1.1. Importancia de la capacitación del talento humano

La capacitación del talento humano es de vital importancia para las organizaciones debido a varios factores. En primer lugar, la capacitación mejora el desempeño de los empleados, lo cual conlleva a un aumento de la productividad y a la obtención de resultados más satisfactorios. Además, la capacitación proporciona oportunidades de desarrollo profesional y motiva a los empleados, lo que a su vez incrementa su satisfacción laboral y su compromiso con la organización (Chiavenato, 2020).

Además, la capacitación es fundamental para adaptarse a los cambios constantes en el entorno empresarial. Con el avance tecnológico y los cambios normativos, es crucial que los empleados estén actualizados y preparados para enfrentar los desafíos. En este sentido, la capacitación mejora la capacidad de adaptación de la organización y su habilidad para aprovechar nuevas oportunidades (Arrobo, 2019).

Otro aspecto relevante es que la capacitación del talento humano contribuye a la retención de talento. Al mostrar a los empleados que la organización está comprometida con su desarrollo profesional, se fortalece su lealtad y se incrementa la posibilidad de retenerlos en la empresa. Además, la capacitación se convierte en un factor atractivo para atraer nuevos talentos (Palacios T. , 2019).

Adicionalmente, la capacitación tiene un impacto directo en la calidad y la innovación. Al adquirir nuevas habilidades y conocimientos, los empleados pueden identificar y aplicar mejores prácticas, implementar procesos más eficientes y fomentar la innovación en el lugar de trabajo. Esto se traduce en una mejora de la calidad de los productos y servicios ofrecidos por la organización (Ortega , 2019).

Por último, es importante mencionar que la capacitación en cumplimiento normativo y ético juega un papel clave en la prevención de problemas legales y éticos. Al garantizar que los empleados estén al tanto de las regulaciones y políticas relevantes, se promueve un entorno de trabajo seguro y respetuoso (Pérez, 2019).

En resumen, la capacitación del talento humano es esencial para el crecimiento y el éxito de las organizaciones. Mejora el desempeño de los empleados, promueve su desarrollo profesional, impulsa la adaptación a los cambios, contribuye a la retención de talento,

mejora la calidad y la innovación, y garantiza el cumplimiento normativo y ético. En definitiva, la capacitación es una inversión estratégica que brinda beneficios significativos a las organizaciones.

2.2.1.2. Beneficios de la capacitación del talento humano

La capacitación del talento humano proporciona una amplia gama de beneficios para las organizaciones debido a varios factores. En primer lugar, la capacitación mejora el desempeño de los empleados, lo cual se traduce en un aumento de la productividad y los resultados obtenidos. Además, la capacitación brinda a los empleados la oportunidad de desarrollar nuevas habilidades y competencias relevantes para su trabajo, lo que les permite ampliar su conjunto de habilidades y avanzar en sus carreras profesionales (Cuarán & Sánchez, 2023).

Adicionalmente, la capacitación del talento humano puede ser un factor importante en la retención de empleados. Al valorar las oportunidades de desarrollo y crecimiento, los empleados se sienten más motivados y comprometidos con la organización, lo cual a su vez contribuye a su retención a largo plazo. Por otro lado, la capacitación también tiene un impacto significativo en la mejora de la calidad y la innovación (Bustamante y otros, 2019).

Al adquirir nuevas habilidades y conocimientos, los empleados pueden identificar y aplicar mejores prácticas, lo que conduce a una mejora continua de la calidad en el trabajo realizado. Además, la capacitación ayuda a las organizaciones a adaptarse rápidamente a los cambios en el entorno empresarial, ya que los empleados estarán actualizados y preparados para enfrentar los nuevos desafíos (Palacios T. , 2019).

La capacitación del talento humano fomenta un clima laboral positivo y colaborativo. Al mostrar a los empleados que la organización invierte en su desarrollo y crecimiento profesional, se fortalecen las relaciones laborales y se crea un ambiente de trabajo saludable. La capacitación del talento humano brinda beneficios clave a las organizaciones. Mejora el desempeño, promueve el desarrollo de habilidades y competencias, contribuye a la retención del talento, mejora la calidad y la innovación, facilita la adaptación a los cambios y fomenta un clima laboral positivo (Medina , 2019).

2.2.1.3 Capacitación del talento humano como estrategia empresarial para mejorar el servicio al cliente en la fidelización de estos

La capacitación del talento humano en las PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas) desempeña un papel fundamental en el éxito y el crecimiento de estas organizaciones. Aunque las PYMES pueden tener recursos limitados en comparación con las grandes empresas, es crucial que se den cuenta de la importancia estratégica de gestionar adecuadamente a su personal (Álvarez & Ramos, 2019).

La contratación y selección de personal efectivas son fundamentales para las PYMES, debido a que es vital identificar y reclutar talento calificado que se ajuste a los requisitos de la empresa y la cultura organizacional. Esto implica establecer procesos de reclutamiento sólidos, realizar entrevistas exhaustivas y evaluar las habilidades y competencias relevantes para el puesto. Al seleccionar a los candidatos adecuados, las PYMES pueden construir un equipo sólido y capacitado (Peña , 2020).

Una vez que se ha construido el equipo, la capacitación y el desarrollo de los empleados son esenciales para maximizar su desempeño y potencial. Las PYMES pueden ofrecer

capacitación interna o externa como talleres, cursos en línea u otras oportunidades de aprendizaje para mejorar las habilidades y conocimientos de sus empleados. La formación continua no solo aumenta la productividad y la eficiencia, sino que también fomenta la retención del talento y el compromiso de los empleados (Arechúa, 2021).

La comunicación efectiva también es un aspecto crucial de la gestión de recursos humanos en las PYMES. Establecer canales de comunicación abiertos y transparentes entre los empleados y la dirección promueve un ambiente de trabajo saludable y mejora la colaboración y el trabajo en equipo. Además, la retroalimentación regular, tanto positiva como constructiva, es fundamental para el desarrollo y el crecimiento de los empleados. Esto puede incluir evaluaciones de desempeño periódicas, reuniones uno a uno y sistemas de reconocimiento para motivar y reconocer el trabajo bien hecho (Bustamante y otros, 2019).

La gestión del talento y la retención son desafíos importantes en las PYMES. Dado que las grandes empresas pueden ofrecer salarios y beneficios más atractivos, las PYMES deben buscar formas creativas de atraer y retener a los mejores talentos. Esto puede incluir la creación de un ambiente laboral atractivo, ofrecer oportunidades de crecimiento y desarrollo, promover la conciliación entre el trabajo y la vida personal, y establecer una cultura empresarial sólida basada en valores compartidos (Morales, 2019).

Por último, el manejo del rendimiento y la compensación justa también son elementos clave en la gestión de recursos humanos en las PYMES. Establecer objetivos claros, medir el desempeño de los empleados y proporcionar retroalimentación regular permite identificar fortalezas y áreas de mejora. Además, las PYMES deben establecer sistemas

de compensación y beneficios equitativos que recompensen el desempeño y mantengan la motivación de los empleados (De Miguel & Solis, 2020).

Como aporte personal se puede manifestar que la gestión de recursos humanos en las PYMES es esencial para su éxito y crecimiento. La contratación y selección efectivas, la capacitación y el desarrollo de los empleados, la comunicación abierta, la retención del talento y la compensación justa son aspectos clave que deben abordarse. Al invertir en la gestión de recursos humanos, las PYMES pueden construir equipos sólidos y comprometidos, aumentar su productividad y competitividad, y lograr un crecimiento sostenible en el mercado.

2.2.1.4. Programas que se aplican para la capacitación del talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente

Para mejorar el servicio al cliente, se aplican diversos programas de capacitación al talento humano. En primer lugar, los programas de capacitación interna son ampliamente utilizados, estos programas incluyen sesiones teóricas y prácticas sobre habilidades de comunicación, resolución de problemas, empatía y manejo de quejas. Además, se ofrecen oportunidades de aprendizaje en el entorno laboral real a través del entrenamiento en el puesto de trabajo. Este enfoque permite a los empleados adquirir habilidades específicas y adaptarse a las necesidades de la organización (Arechúa, 2021).

Adicionalmente, los programas de desarrollo personalizado desempeñan un papel crucial, debido a que estos programas se centran en identificar las necesidades de capacitación de cada individuo y proporcionarles oportunidades de crecimiento específicas. Por otro lado, la retroalimentación constante es esencial para el crecimiento y desarrollo de los

empleados. Los supervisores y gerentes deben brindar retroalimentación regular sobre el desempeño en el servicio al cliente, tanto positiva como negativa. Esto permite a los empleados ajustar su enfoque y mejorar continuamente (Arrobo, 2019).

También se puede aprovechar la tecnología y los recursos en línea, sobre todo porque las organizaciones pueden utilizar plataformas de aprendizaje en línea, webinars, videos instructivos y simulaciones interactivas. Estas herramientas permiten a los empleados acceder al contenido de capacitación de manera flexible y autodirigida. Por último, fomentar la colaboración y el intercambio de experiencias entre los miembros del equipo es fundamental. Las reuniones periódicas para compartir experiencias, desafíos y mejores prácticas en el servicio al cliente promueven el aprendizaje entre pares y la identificación de enfoques efectivos (Bustamante y otros, 2019).

Como aporte personal, los programas para la capacitación del talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente incluyen programas de capacitación interna, entrenamiento en el puesto de trabajo, programas de desarrollo personalizado, retroalimentación constante, el uso de tecnología y recursos en línea, y la compartición de experiencias y mejores prácticas. Estos programas se complementan entre sí y contribuyen a un proceso de capacitación continuo y efectivo.

2.2.1.5. Mejora del desempeño laboral del talento humano

La mejora del desempeño laboral del talento humano es un objetivo clave para las organizaciones. Aquí te presento algunas estrategias y prácticas que pueden contribuir a mejorar el desempeño de los empleados (Arrobo, 2019):

- Establecer expectativas claras: Es fundamental que los empleados comprendan claramente cuáles son las expectativas en cuanto a sus responsabilidades, metas y objetivos. Establecer metas SMART (específicas, medibles, alcanzables, relevantes y con límite de tiempo) puede ayudar a proporcionar orientación y enfoque.
- Proporcionar retroalimentación regular: La retroalimentación efectiva y continua es crucial para mejorar el desempeño. Los empleados necesitan conocer tanto sus fortalezas como las áreas en las que pueden mejorar. Proporcionar retroalimentación constructiva y específica, tanto positiva como negativa, les permite ajustar su desempeño y crecer profesionalmente.
- Ofrecer oportunidades de desarrollo: Brindar oportunidades de capacitación y desarrollo profesional es una forma efectiva de mejorar el desempeño. Esto puede incluir capacitación interna o externa, mentoring, coaching, asignación de proyectos desafiantes o rotaciones en diferentes áreas de la organización. El desarrollo de habilidades y conocimientos adicionales puede fortalecer la capacidad de los empleados para enfrentar desafíos y cumplir con éxito sus responsabilidades.
- Fomentar un ambiente de trabajo positivo: Un entorno laboral positivo y motivador puede tener un impacto significativo en el desempeño de los empleados. Promover la comunicación abierta, el trabajo en equipo, el reconocimiento y la valoración del esfuerzo de los empleados puede aumentar su compromiso y motivación, lo que a su vez mejora su desempeño.

- Establecer sistemas de recompensas y reconocimiento: Reconocer y recompensar el buen desempeño es fundamental para motivar a los empleados a alcanzar metas y objetivos. Establecer sistemas de incentivos, como bonificaciones, reconocimientos públicos, premios o promociones, puede ser una forma efectiva de impulsar el rendimiento y el compromiso de los empleados.
- Fomentar el equilibrio entre el trabajo y la vida personal: El agotamiento y el estrés pueden afectar negativamente el desempeño. Promover un equilibrio saludable entre el trabajo y la vida personal, brindando flexibilidad en los horarios de trabajo, opciones de trabajo remoto y modelos de bienestar, puede ayudar a los empleados a mantener su energía y productividad.

Es importante tener presente que cada organización y entorno laboral es único, por lo que es importante adaptar estas estrategias a las necesidades y cultura de tu organización para lograr una mejora efectiva del desempeño del talento humano.

2.2.2. Servicio al cliente

El servicio al cliente se refiere a la atención y asistencia que una empresa brinda a sus clientes antes, durante y después de la compra de un producto o servicio. Es una parte fundamental de la experiencia del cliente y tiene como objetivo principal satisfacer sus necesidades y expectativas. En primer lugar, el servicio al cliente comienza desde el primer contacto con la empresa, ya sea a través de una llamada telefónica, un correo electrónico o una visita a una tienda física. En este punto, es crucial establecer una comunicación clara y efectiva para entender las necesidades del cliente y proporcionar la información adecuada (Álvarez & Ramos, 2019).

Además, durante la interacción con el cliente, es esencial practicar la escucha activa y mostrar empatía. Esto implica prestar atención a las consultas, inquietudes o problemas que pueda tener el cliente, y responder de manera oportuna y cortés. Al utilizar una comunicación clara y comprensible, se asegura de que el cliente entienda las respuestas y soluciones proporcionadas (Peña , 2020).

Asimismo, el servicio al cliente implica tener un amplio conocimiento del producto o servicio que ofrece la empresa. Esto permite brindar información precisa, realizar recomendaciones y resolver los problemas o consultas de manera efectiva. Los empleados deben estar capacitados y actualizados sobre las características, beneficios y actualizaciones del producto o servicio para ofrecer un servicio de calidad (Cuarán & Sánchez, 2023).

Por otro lado, la resolución de problemas es una parte integral del servicio al cliente. Cuando un cliente enfrenta un problema o tiene una queja, es importante abordar rápidamente la situación y buscar soluciones adecuadas. Esto implica seguir los procedimientos internos de la empresa, involucrar a los equipos necesarios y mantener una actitud profesional y proactiva (Arrobo, 2019).

Finalmente, el servicio al cliente no termina con la transacción inicial. Es fundamental realizar un seguimiento después de la interacción para asegurarse de que el problema o la consulta se haya resuelto de manera satisfactoria y para obtener retroalimentación sobre la experiencia del cliente. Esto ayuda a fortalecer las relaciones con los clientes y a identificar oportunidades de mejora en el servicio (Martínez, 2019).

En resumen, el servicio al cliente es la atención y asistencia brindada por una empresa para satisfacer las necesidades de sus clientes. Implica una comunicación clara, escucha activa, conocimiento del producto, resolución de problemas y seguimiento posterior a la interacción. El objetivo principal es proporcionar una experiencia positiva y satisfactoria que fortalezca las relaciones con los clientes y promueva la fidelidad hacia la empresa.

2.2.2.1. Importancia del servicio al cliente

El servicio al cliente es de vital importancia para cualquier empresa, ya que desempeña un papel fundamental en el éxito y la sostenibilidad del negocio. En primer lugar, el servicio al cliente es clave para la satisfacción del cliente. Al brindar una atención y asistencia excepcionales, se crea una experiencia positiva que genera clientes satisfechos y leales. Además, el servicio al cliente tiene un impacto directo en la imagen y la reputación de la empresa (Arrobo, 2019).

Cuando los clientes reciben un servicio de calidad, tienen más probabilidades de hablar bien de la empresa y de recomendarla a otros. El servicio al cliente puede marcar la diferencia en un mercado altamente competitivo. En un entorno donde los productos y servicios pueden ser similares entre diferentes empresas, la calidad del servicio al cliente puede ser un factor diferenciador clave. Un servicio excepcional puede hacer que los clientes elijan una empresa sobre sus competidores, incluso si los productos o precios son similares (Ortega , 2019).

Por otro lado, el servicio al cliente también es fundamental para la retención de clientes. Al proporcionar una atención personalizada y de calidad, se fortalece la relación con los clientes existentes, lo que puede resultar en una mayor lealtad y repetición de compras.

Esto reduce los costos asociados con la adquisición de nuevos clientes y contribuye a la rentabilidad a largo plazo (Medina , 2019).

Además, el servicio al cliente puede ser una fuente valiosa de retroalimentación para la empresa. Al interactuar directamente con los clientes, se puede obtener información sobre sus necesidades, preferencias y áreas de mejora. Esta información es invaluable para realizar mejoras en los productos, servicios y procesos de la empresa, lo que a su vez puede aumentar la satisfacción del cliente y el éxito del negocio (Ortega , 2019).

Finalmente, se manifiesta que el servicio al cliente es de gran importancia para las empresas, ya que impacta directamente en la satisfacción del cliente, la imagen de la empresa, la diferenciación en el mercado, la retención de clientes y la obtención de retroalimentación valiosa. Es una inversión estratégica que contribuye al crecimiento, la rentabilidad y el éxito a largo plazo de la empresa.

2.2.2.2. El servicio al cliente como estrategia de fidelización

El servicio al cliente puede ser una estrategia efectiva de fidelización para las organizaciones. Cuando se brinda un excelente servicio al cliente, se genera una experiencia positiva que puede fortalecer la relación entre la empresa y sus clientes existentes, fomentando así la fidelidad a la marca. Un servicio al cliente excepcional puede generar una mayor satisfacción entre los clientes. Cuando los clientes reciben un trato amable, atención personalizada y soluciones rápidas a sus consultas o problemas, se sienten valorados y atendidos. Esta satisfacción puede llevar a una mayor lealtad hacia la empresa y sus productos o servicios (Álvarez & Ramos, 2019).

Un buen servicio al cliente puede diferenciar a una empresa de sus competidores, sobre todo en un mercado competitivo, donde los productos y servicios pueden ser similares, la calidad del servicio al cliente puede convertirse en un factor clave para que los clientes elijan una empresa sobre otra. Si una empresa se destaca por brindar un servicio excepcional, puede ganar una ventaja competitiva y captar la atención y lealtad de los clientes (Peña , 2020).

El servicio al cliente también puede generar recomendaciones y referencias positivas, cuando los clientes están satisfechos con el servicio que reciben, es más probable que recomienden la empresa a sus amigos, familiares y colegas. Las referencias positivas entre clientes pueden ser una poderosa herramienta de marketing, ya que las recomendaciones personales son altamente influyentes en la toma de decisiones de compra de otros clientes potenciales (Amonzabel, 2021).

Adicionalmente, el servicio al cliente puede contribuir a la retención de clientes a largo plazo, esto se debe a que cuando los clientes tienen una experiencia positiva y se sienten bien atendidos, es menos probable que busquen alternativas o cambien a la competencia. La fidelidad a la marca puede fortalecerse a medida que los clientes continúan eligiendo a la empresa como su proveedor preferido y confían en que recibirán un servicio de calidad en el futuro (Bustamante y otros, 2019).

Por último, el servicio al cliente puede ayudar a construir relaciones duraderas con los clientes. Al establecer una comunicación abierta y confiable, y al demostrar un compromiso genuino con la satisfacción del cliente, se pueden establecer lazos emocionales y una conexión más profunda entre la empresa y sus clientes. Estas

relaciones sólidas y duraderas pueden ser fundamentales para mantener la fidelidad a largo plazo y generar oportunidades de ventas repetidas (Arechúa, 2021).

Como aporte personal, se puede manifestar que el servicio al cliente puede ser una estrategia efectiva de fidelización, ya que genera satisfacción, diferenciación, recomendaciones positivas, retención de clientes y relaciones duraderas. Al invertir en la mejora del servicio al cliente y en la creación de experiencias positivas para los clientes, las organizaciones pueden fortalecer la lealtad de sus clientes existentes y construir una base sólida para el crecimiento y el éxito a largo plazo.

2.2.2.3. Modelos de evaluación al talento humano para medir la calidad de servicio percibida por los clientes

La capacitación del talento humano para mejorar el servicio al cliente, es crucial para garantizar que una organización cumpla con altos estándares de calidad y satisfaga las necesidades y expectativas de sus clientes. Para lograrlo, se requiere un enfoque sistemático y orientado hacia la mejora continua. Es fundamental establecer estándares claros y medibles que definan qué se considera un servicio de calidad. Estos estándares deben ser realistas y alineados con las expectativas de los clientes (Bustamante y otros, 2019).

Es importante diseñar procesos internos centrados en el cliente, esto implica identificar los puntos de contacto clave durante la experiencia de servicio y asegurarse de que sean eficientes, efectivos y satisfactorios. Los procesos deben ser revisados y mejorados de manera continua para eliminar obstáculos y brindar una experiencia fluida al cliente. Para lograrlo, se necesita contar con un personal capacitado y en constante desarrollo.

Proporcionar capacitación adecuada y fomentar una cultura organizacional que valore la calidad del servicio son aspectos cruciales (Morales, 2019).

Las organizaciones deben estar abiertas a recibir retroalimentación de los clientes y utilizarla para implementar mejoras en sus procesos y servicios. Esto implica establecer un ciclo de retroalimentación, análisis, acción y evaluación. La retroalimentación de los clientes es invaluable para identificar oportunidades de mejora y elevar constantemente los estándares de calidad (Cuarán & Sánchez, 2023).

Los modelos SERVQUAL, SERVPERF y RATER son herramientas ampliamente utilizadas en la gestión de la calidad del servicio. Cada modelo tiene sus propias características y enfoques, pero todos comparten el objetivo común de mejorar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente (Amonzabel, 2021).

Como aporte personal se puede manifestar que estos modelos ofrecen una valoración útil para evaluar y mejorar la calidad del servicio al cliente, las organizaciones pueden identificar áreas de mejora específicas, desarrollar habilidades y competencias necesarias y brindar un servicio que cumpla o supere las expectativas de los clientes. Es importante adaptar estos modelos a las necesidades y características específicas de cada organización para obtener los mejores resultados en la capacitación y mejora del servicio al cliente.

2.2.2.4. Modelo SERVQUAL enfocada en la calidad del servicio al cliente

El modelo SERVQUAL se enfoca en la calidad del servicio desde la perspectiva de la satisfacción del cliente y puede aplicarse para evaluar la atención al cliente. Fue desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry y se basa en la brecha entre las expectativas del cliente y su percepción real del servicio (Morales, 2019).

El modelo SERVQUAL identifica cinco dimensiones clave de calidad del servicio que son relevantes para la atención al cliente (Arrobo, 2019):

- **Confiabilidad:** se refiere a la capacidad del proveedor de servicios para proporcionar un servicio de manera confiable y precisa, cumpliendo las promesas y expectativas establecidas. En el contexto de la atención al cliente, esto implica ser consistentes en la prestación del servicio, cumplir con los compromisos adquiridos y brindar respuestas confiables.
- **Capacidad de respuesta:** se refiere a la disposición y prontitud del proveedor para brindar asistencia y responder a las necesidades y solicitudes del cliente. En términos de atención al cliente, esto implica escuchar al cliente de manera activa, brindar respuestas rápidas y solucionar problemas de manera eficiente.
- **Seguridad:** se refiere a la competencia y el conocimiento del personal para brindar un servicio seguro y libre de riesgos. En la atención al cliente, esto implica que el personal esté capacitado y tenga los conocimientos necesarios para proporcionar información precisa y segura, así como proteger la privacidad y confidencialidad del cliente.
- **Empatía:** se refiere a la atención personalizada y el cuidado individual que se brinda al cliente, demostrando comprensión y preocupación por sus necesidades. En la atención al cliente, esto implica mostrar empatía hacia las preocupaciones y problemas del cliente, y tratarlo de manera amable y cortés.
- **Tangibilidad:** se refiere a los elementos físicos o visibles del servicio, como las instalaciones, el equipo y la apariencia del personal, que pueden influir en la

percepción de calidad del cliente. En la atención al cliente, esto implica tener un entorno físico agradable, apariencia profesional del personal y herramientas adecuadas para brindar el servicio.

Al utilizar el modelo SERVQUAL para evaluar la calidad del servicio en la atención al cliente, se pueden identificar las brechas entre las expectativas del cliente y su percepción real del servicio. Esto permite a las empresas identificar áreas de mejora y tomar medidas para aumentar la satisfacción del cliente en relación con la atención recibida. Las dimensiones clave del modelo, como confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibilidad, proporcionan un marco para medir y mejorar la calidad percibida por el cliente en relación con la atención que reciben.

2.2.2.5. Modelo SERVPERF enfocada en la evaluación y medición de la calidad del servicio al cliente

El modelo SERVPERF es una extensión del modelo SERVQUAL y se utiliza para evaluar la calidad del servicio percibida por los clientes. Fue propuesto por Cronin y Taylor como una alternativa al modelo SERVQUAL. El modelo SERVPERF se compone de cinco dimensiones clave para evaluar la calidad del servicio (Moscoso, 2019):

- **Confiabilidad:** se refiere a la capacidad del proveedor de servicios para realizar el servicio de manera confiable, precisa y consistente.
- **Capacidad de respuesta:** se refiere a la disposición y prontitud del proveedor para brindar asistencia y responder a las necesidades y solicitudes del cliente.
- **Competencia:** se refiere al conocimiento, habilidades y experiencia del personal del proveedor para brindar el servicio de manera competente.

- **Accesibilidad:** se refiere a la facilidad y conveniencia con la que los clientes pueden acceder al servicio y utilizar los canales de comunicación y contacto.
- **Cortesía:** se refiere a la atención, amabilidad y respeto mostrado por el personal del proveedor hacia los clientes durante la interacción.

A diferencia del modelo SERVQUAL, que se basa en la brecha entre las expectativas y las percepciones del cliente, el modelo SERVPERF se enfoca únicamente en las percepciones del cliente sobre el desempeño real del servicio. Se basa en la premisa de que la calidad del servicio se puede evaluar a través de la evaluación de la ejecución o desempeño real del servicio por parte del proveedor (Cuarán & Sánchez, 2023).

El modelo SERVPERF se basa en la evaluación de estas dimensiones para determinar la calidad percibida del servicio. Se utiliza a través de encuestas o cuestionarios en los que los clientes evalúan el desempeño del proveedor en cada una de las dimensiones mencionadas. En resumen, el modelo SERVPERF se enfoca en la evaluación y medición de la calidad del servicio a través de las percepciones del cliente sobre el desempeño real del proveedor. Se basa en cinco dimensiones clave para evaluar la calidad percibida del servicio: confiabilidad, capacidad de respuesta, competencia, accesibilidad y cortesía (Palacios T. , 2019).

2.2.2.6. Modelo RATER para medir la calidad del servicio al cliente

El modelo RATER es un enfoque específico para medir la calidad del servicio, con un énfasis particular en la eficiencia del servicio. Fue desarrollado por Berry, Zeithaml y Parasuraman como una extensión del modelo SERVQUAL (Morales, 2019).

El acrónimo RATER proviene de las cinco dimensiones clave que se utilizan para evaluar la calidad del servicio (Palacios T. , 2019):

- **Reliability (Confiabilidad):** Se refiere a la capacidad del proveedor de servicios para brindar un servicio de manera confiable y consistente. Esto implica cumplir con las promesas, realizar el servicio de manera precisa y en el plazo prometido. La confiabilidad está relacionada con la ausencia de errores y la capacidad de cumplir con las expectativas del cliente de manera consistente.
- **Assurance (Seguridad):** Se refiere a la competencia y el conocimiento del personal para brindar el servicio. Esto incluye la capacitación del personal, su habilidad para comunicarse de manera efectiva y su capacidad para generar confianza y seguridad en el cliente. La seguridad se relaciona con la confianza que el cliente tiene en el proveedor de servicios y su capacidad para resolver problemas o inquietudes.
- **Tangibles:** Se refiere a los aspectos físicos o visibles del servicio, como las instalaciones, el equipo utilizado y la apariencia del personal. Los tangibles pueden influir en la percepción de calidad del cliente y pueden incluir aspectos como la limpieza, el diseño, la presentación y la apariencia profesional del personal. En el contexto de la eficiencia, los tangibles pueden incluir la disponibilidad de recursos y tecnología que permitan una entrega eficiente del servicio.
- **Empathy (Empatía):** Se refiere a la atención y el cuidado individualizado que se brinda al cliente. La empatía implica comprender las necesidades y expectativas del cliente, y demostrar comprensión y preocupación genuina hacia ellos. En términos de eficiencia, la empatía se relaciona con la capacidad de adaptarse a las necesidades del cliente y brindar un servicio eficiente y personalizado.

- Responsiveness (Capacidad de respuesta): Se refiere a la disposición y prontitud del proveedor para brindar asistencia y responder a las necesidades y solicitudes del cliente. La capacidad de respuesta implica brindar un servicio rápido y oportuno, así como estar disponible para atender las consultas y preocupaciones del cliente de manera eficiente.

El modelo RATER se utiliza para evaluar la calidad del servicio desde la perspectiva de la eficiencia y la satisfacción del cliente. Al medir y mejorar estas cinco dimensiones, las organizaciones pueden identificar las áreas en las que pueden hacer mejoras para brindar un servicio más eficiente y satisfactorio. Al aplicar este modelo, las organizaciones pueden identificar oportunidades para mejorar la eficiencia y la satisfacción del cliente en la prestación del servicio.

2.2.2.7. Percepción de los clientes respecto a la calidad del servicio ofrecido por las PYMES

La percepción de los clientes respecto a la calidad del servicio ofrecido por las pequeñas y medianas empresas (PYMES) puede variar ampliamente según diferentes factores. Como primer aspecto, los clientes suelen valorar una interacción personalizada y amigable con el personal de las PYMES. Es fundamental que el trato sea amable, cortés y atento, ya que esto puede tener un impacto significativo en la percepción de la calidad del servicio. Además, los clientes evalúan la calidad del servicio en función de si se cumplen sus expectativas. Por lo tanto, las PYMES deben entender las necesidades y requisitos de sus clientes y esforzarse por satisfacerlos de manera efectiva (Chiavenato, 2020).

La fiabilidad en la entrega del servicio también es un factor crucial, debido a que los clientes esperan que las PYMES cumplan con los plazos acordados y que brinden un servicio consistente en términos de calidad y eficiencia. Asimismo, la competencia y el conocimiento del personal de las PYMES son valorados por los clientes. Esperan recibir asesoramiento adecuado, respuestas precisas a sus preguntas y soluciones eficientes a sus problemas (Pérez, 2019).

Una comunicación efectiva juega un papel fundamental en la percepción de calidad del servicio. Las PYMES deben estar disponibles para responder preguntas, proporcionar actualizaciones y mantener a los clientes informados durante todo el proceso de servicio. Además, la forma en que se manejan los problemas y las quejas también influye en la percepción de calidad del servicio. Si una PYME es capaz de resolver de manera rápida y efectiva los problemas que surgen, es más probable que los clientes perciban un servicio de calidad (Palacios T. , 2019).

Finalmente, la relación calidad-precio es otro aspecto a considerar. Los clientes evalúan si consideran que están obteniendo un valor justo por el precio que pagan. Si la relación entre la calidad del servicio ofrecido y el precio es percibida como favorable, es más probable que los clientes consideren que están recibiendo un servicio de calidad (Bustamante y otros, 2019).

Como aporte personal, se puede manifestar que la percepción de los clientes sobre la calidad del servicio en las PYMES se basa en la interacción personal, el cumplimiento de expectativas, la fiabilidad, la competencia del personal, la comunicación efectiva, la resolución de problemas y la relación calidad-precio. Estos factores interactúan entre sí y

es importante que las PYMES los consideren y mejoren constantemente para mantener una percepción positiva de la calidad del servicio.

2.2.3. Las PYMES

Las PYMES, también conocidas como Pequeñas y Medianas Empresas, son empresas de tamaño relativamente pequeño en comparación con las grandes corporaciones. Estas organizaciones desempeñan un papel vital en la economía, ya que contribuyen al empleo, fomentan la innovación y promueven el desarrollo económico local y regional. Además, las PYMES suelen cumplir con ciertos criterios que las distinguen de las grandes empresas, como, por ejemplo, que las mismas se caracterizan por tener una estructura organizativa y operativa más reducida (Cabrera, 2020).

Es importante destacar que las PYMES normalmente, cuentan con un número limitado de empleados, lo que les permite mantener una mayor proximidad y flexibilidad en su funcionamiento interno. Esta característica les permite adaptarse rápidamente a los cambios del mercado y tomar decisiones ágiles en respuesta a las demandas de los clientes (Arrobo, 2019).

Además, las PYMES se distinguen por tener un volumen de ventas o ingresos moderado en comparación con las grandes empresas. Aunque no hay una cifra exacta que defina a una PYME en términos de ingresos, generalmente se encuentran por debajo de un umbral establecido. Esto refleja su enfoque en mercados más específicos y su capacidad para atender a nichos particulares con mayor atención y personalización (Bustamante y otros, 2019).

Otro aspecto relevante es que las PYMES suelen tener un nivel de activos totales relativamente bajo en comparación con las grandes empresas. Esto implica que su estructura de capital y recursos financieros puede ser más limitada. Sin embargo, esto no obstaculiza su capacidad para generar valor y contribuir al crecimiento económico, ya que suelen aprovechar la creatividad y la innovación para maximizar el rendimiento de sus recursos (Peña , 2020).

Como aporte personal, se puede manifestar que las PYMES son empresas de tamaño reducido que se distinguen por su estructura organizativa ágil, su volumen de ventas o ingresos moderado y su nivel de activos totales relativamente bajo. Estas empresas desempeñan un papel fundamental en la economía al generar empleo, fomentar la innovación y promover el desarrollo en sus comunidades locales y regionales. Aunque las definiciones exactas de las PYMES pueden variar según el país y la industria, estas características comunes definen su esencia y su importancia como motor de la actividad empresarial.

2.2.3.1. Importancia de las PYMES en la economía

Las PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas) desempeñan un papel de gran importancia en la economía, ya que su contribución abarca diversos aspectos clave. En primer lugar, las PYMES son una fuente significativa de empleo. Al ser empresas de menor tamaño, tienden a ser más intensivas en mano de obra y generan una cantidad considerable de puestos de trabajo. Esto es especialmente relevante en economías donde el empleo es un factor crítico para el desarrollo y el bienestar de la sociedad (Álvarez & Ramos, 2019).

Las PYMES tienen un impacto significativo en la generación de ingresos, aunque su volumen de ventas o ingresos puede ser moderado en comparación con las grandes

corporaciones, la suma de las contribuciones individuales de las PYMES se traduce en un aporte considerable para la economía en su conjunto. Estas empresas operan en diversos sectores y mercados, lo que diversifica la base económica y contribuye a la estabilidad y resiliencia del sistema (Vélez, 2021).

Otro aspecto importante es que las PYMES fomentan la innovación y la competitividad, ya que, al ser organizaciones más ágiles y flexibles, tienen la capacidad de adaptarse rápidamente a los cambios del entorno empresarial y aprovechar oportunidades emergentes. Las PYMES suelen ser impulsoras de la creatividad y la experimentación, lo que les permite desarrollar soluciones innovadoras y promover el progreso tecnológico. Estas iniciativas innovadoras no solo mejoran la productividad y eficiencia de las PYMES, sino que también influyen positivamente en la competitividad general de la economía (Palacios T. , 2019).

Es importante mencionar que las PYMES desempeñan un papel fundamental en el desarrollo local y regional. Al estar arraigadas en sus comunidades, estas empresas contribuyen al crecimiento económico y social en sus áreas de influencia. Las PYMES generan oportunidades de desarrollo, atraen inversiones y fortalecen las redes empresariales locales. Esto crea un efecto multiplicador que impulsa el comercio, el empleo y la calidad de vida en la región, contribuyendo así a la reducción de las desigualdades y la mejora del bienestar general (Arechúa, 2021).

Como aporte personal, se puede manifestar que las PYMES son de vital importancia para la economía en diversos aspectos. Su papel como generadoras de empleo, su contribución a los ingresos, su impulso a la innovación y competitividad, y su impacto en el desarrollo local y regional las convierten en un componente fundamental del tejido empresarial.

Valorar y apoyar a las PYMES es crucial para promover un crecimiento económico sostenible, inclusivo y equitativo.

2.2.3.2. Clasificación de las PYMES

Las cifras del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), correspondientes al 2022, arrojan que hay menos de 4.500 empresas grandes activas en el Ecuador, mientras que las micro (810.700), pequeñas (38.300) y medianas empresas (10.300) constituyen la abrumadora mayoría. De acuerdo a esto, la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros del Ecuador acogió, mediante resolución, la clasificación oficial de las pequeñas y medianas empresas –conocidas como pymes– de acuerdo con la normativa implantada por la Comunidad Andina de Naciones (CAN) en su Resolución 1260, que las clasifica en los siguientes parámetros (INEC, 2022):

Tabla 1

Clasificación oficial de las PYMES

Variables	Microempresa	Pequeña	Mediana	Grande
Personal ocupado	De 1 a 9	De 10 a 49	De 50 a 199	Más de 200
Valor bruto de ventas anuales (\$)	Igual o menor a 100.000	100.001 a 1'000.000	1.000.001 a 5'000.000	Más de 5'000.000
Monto de activos (\$)	Hasta 100.000	100.001 hasta 750.000	750.001 hasta 3'999.999	Más de 4'000.000

Fuente: Resolución 1260 CAN

Elaborado por: La autora

De esta manera quedan establecidas de forma clara y específica las características que diferencian a cada grupo y sus particularidades. Si bien las microempresas se llevan la mayor tajada del pastel en cuanto a representatividad numérica en el tejido económico

del Ecuador, las pequeñas y medianas empresas promueven su desarrollo dinámico y sostenido.

2.2.3.3. PYMES como base de la economía y generadoras de empleo

Las PYMES desempeñan un papel crucial en la dinamización de la economía de un país de varias maneras. Al ser más flexibles y ágiles, pueden adaptarse mejor a las necesidades cambiantes del mercado y, por lo tanto, tienden a contratar y despedir trabajadores de manera más rápida que las grandes empresas. Esto ayuda a absorber parte de la mano de obra disponible y reduce las tasas de desempleo (Pérez, 2019).

Otro rubro que las hace destacar es su tendencia a promover la innovación, debido a que, al estar más cerca de sus clientes y mercados, pueden identificar necesidades no cubiertas y desarrollar productos o servicios innovadores para satisfacer esas demandas. Esto fomenta la competencia en el mercado y promueve la mejora continua en el sector empresarial (Amonzabel, 2021).

Además de tener la capacidad de responder rápidamente a los cambios económicos y del entorno, su tamaño más reducido les permite tomar decisiones más ágiles y modificar su enfoque o modelo de negocio según las circunstancias. Las pymes también aportan diversidad al mercado y evitan la concentración del poder económico en manos de unas pocas grandes empresas. La competencia que generan impulsa la eficiencia y la calidad de los productos y servicios, beneficiando a los consumidores y a la economía en general (Arechúa, 2021).

Entre 2021 y 2022, las empresas que más crecieron en el Ecuador fueron las pymes: las pequeñas en un 1,7 %, mientras que las medianas en un 1,8 %, según las estadísticas del

INEC. Este incremento se dio pese a que este grupo ha enfrentado escenarios cambiantes y desafiantes en cuanto a condiciones económicas, políticas y tecnológicas, entre otras. Aunque su contribución de manera individual al producto interno bruto (PIB) podría considerarse como “modesta”, lo cierto es que la suma de todas las actividades de las pymes representa una parte considerable de la economía total del país (Cuarán & Sánchez, 2023).

Una de las principales dificultades que han tenido las pymes ha sido el acceso a financiamiento, a pesar de que se han implementado varios programas de apoyo y facilidades para mejorar el acceso a crédito y capital, lo que ha impulsado y ha sido fundamental para su crecimiento. Estas empresas suelen tener recursos financieros limitados y dependen en gran medida de la disponibilidad de capital externo para expandirse, invertir en nuevas tecnologías e innovación, mejorar sus operaciones o entrar en nuevos mercados (Vélez, 2021).

2.2.3.4. Factores que influyen en el éxito de las PYMES

El éxito de las PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas) está influenciado por una serie de factores clave que determinan su rendimiento y desarrollo a largo plazo. Estos factores interactúan entre sí y pueden variar según el contexto empresarial y la industria. En primer lugar, la gestión empresarial efectiva es un factor fundamental para el éxito de las PYMES (Cuarán & Sánchez, 2023).

Una dirección sólida y estratégica es crucial para establecer metas claras, tomar decisiones informadas, asignar recursos adecuadamente y mantener un enfoque en el crecimiento y la rentabilidad. Una gestión eficiente abarca aspectos como la planificación

estratégica, la gestión financiera, la gestión de recursos humanos y la implementación de sistemas y procesos efectivos (Álvarez & Ramos, 2019).

La capacidad de adaptación y respuesta al entorno empresarial es clave para el éxito de las PYMES. Los mercados y las condiciones económicas pueden cambiar rápidamente, y las empresas exitosas son aquellas que pueden ajustarse y aprovechar las oportunidades emergentes. La capacidad de innovación y la agilidad para adaptarse a las nuevas tendencias y demandas del mercado son factores determinantes en la competitividad y el crecimiento sostenible (Arrobo, 2019).

La financiación adecuada es otro factor crítico, esto se da debido a que las PYMES requieren recursos financieros para financiar sus operaciones diarias, invertir en crecimiento, adquirir activos y hacer frente a posibles dificultades. Acceder a fuentes de financiamiento adecuadas, como préstamos, capital de riesgo o modelos de apoyo gubernamental, puede marcar la diferencia en la capacidad de una PYME para crecer y prosperar. La gestión financiera prudente y el manejo eficiente de los recursos financieros también son factores determinantes (Palacios I. , 2021).

Asimismo, el talento y el capital humano son factores clave en el éxito de las PYMES. Contar con un equipo calificado, motivado y comprometido es esencial para impulsar la productividad, la innovación y la calidad en todos los niveles de la organización. La capacidad de atraer, retener y desarrollar talento adecuado, así como fomentar una cultura empresarial orientada al aprendizaje y la mejora continua, son elementos diferenciadores que contribuyen al éxito de una PYME (Moscoso, 2019).

Por último, el establecimiento de una red de contactos y alianzas estratégicas puede influir significativamente en el éxito de las PYMES. Las asociaciones con proveedores, clientes, instituciones educativas, organizaciones empresariales y otros actores relevantes pueden proporcionar oportunidades de crecimiento, conocimiento sectorial, acceso a nuevos mercados y recursos complementarios. Las PYMES que pueden aprovechar estas conexiones y colaboraciones estratégicas tienen más posibilidades de alcanzar el éxito empresarial (Cabrera, 2020).

Se puede manifestar que el éxito de las PYMES está influenciado por múltiples factores interrelacionados. La gestión empresarial efectiva, la capacidad de adaptación, la financiación adecuada, el talento y el capital humano, y las alianzas estratégicas son solo algunos de los elementos clave que pueden determinar el rendimiento y la trayectoria exitosa de una PYME. Comprender y abordar estos factores de manera integral puede ayudar a impulsar el crecimiento y la sostenibilidad de las PYMES en el mercado competitivo.

2.2.3.5. Desafíos específicos de las PYMES

Las PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas) enfrentan una serie de desafíos específicos que pueden dificultar su funcionamiento y crecimiento. Estos desafíos son inherentes a su tamaño y recursos limitados, y pueden variar según el sector y el entorno empresarial en el que operan. Las PYMES a menudo se enfrentan a desafíos financieros, donde la ausencia de acceso a financiamiento adecuado es una preocupación común (Pérez, 2019).

Otro aspecto importante a destacar es que las PYMES pueden tener dificultades para obtener préstamos de instituciones financieras debido a su menor historia crediticia, ausencia de garantías o riesgos percibidos. Esto puede limitar su capacidad para invertir

en nuevas tecnologías, expandirse a nuevos mercados o incluso mantener sus operaciones diarias (Arechúa, 2021).

Además, las PYMES pueden enfrentar dificultades para competir con empresas más grandes. La ausencia de economías de escala y la capacidad limitada para negociar precios y condiciones pueden poner a las PYMES en desventaja frente a los competidores más grandes. Asimismo, la ausencia de recursos y experiencia en marketing y promoción puede dificultar su capacidad para llegar a un público más amplio y ganar visibilidad en un mercado competitivo (Arrobo, 2019).

Otro desafío importante es la gestión de recursos humanos, debido a que las PYMES pueden tener dificultades para atraer y retener talento debido a la competencia con empresas más grandes que ofrecen salarios y beneficios más atractivos. Además, la ausencia de recursos para capacitar y desarrollar a los empleados puede limitar su crecimiento y su capacidad para adaptarse a nuevas demandas y tecnologías (Chiavenato, 2020).

La innovación y la adaptación al cambio también pueden ser desafíos para las PYMES, ya que la ausencia de recursos financieros y tecnológicos puede dificultar la implementación de nuevas ideas y el seguimiento de las últimas tendencias y avances. Además, la resistencia al cambio y la ausencia de una cultura de innovación pueden obstaculizar la capacidad de las PYMES para adaptarse rápidamente a las demandas del mercado (Cabrera, 2020).

Por último, las PYMES pueden enfrentar desafíos en términos de regulaciones y cumplimiento normativo. La carga administrativa y los costos asociados con el

cumplimiento de regulaciones pueden ser proporcionadamente más altos para las PYMES en comparación con las grandes empresas. Esto puede requerir recursos adicionales y tiempo que las PYMES pueden no tener, lo que afecta su capacidad para centrarse en el crecimiento y la eficiencia operativa (Moscoso, 2019).

Como aporte personal, se puede manifestar que las PYMES enfrentan desafíos específicos debido a su tamaño y recursos limitados. Los desafíos financieros, la competencia con empresas más grandes, la gestión de recursos humanos, la innovación y la adaptación al cambio, y el cumplimiento normativo son solo algunos de los obstáculos que las PYMES deben superar. Superar estos desafíos requiere estrategias sólidas, enfoque en la eficiencia y la productividad, y la capacidad de aprovechar al máximo los recursos disponibles.

2.2.3.6. Innovación y emprendimiento en las PYMES

La capacidad de generar ideas nuevas, mejorar productos o servicios existentes y adoptar tecnologías emergentes permite a las PYMES mantenerse competitivas en un mercado en constante evolución. La innovación puede conducir a mejoras significativas en la eficiencia operativa, la calidad, la satisfacción del cliente y la diferenciación en el mercado. Las PYMES que fomentan una cultura de innovación y promueven la creatividad entre sus empleados tienen más probabilidades de encontrar soluciones disruptivas y explorar nuevas oportunidades de negocio (Álvarez & Ramos, 2019).

El emprendimiento también juega un papel importante en las PYMES, ya que impulsa la creación y el crecimiento de nuevas empresas. Los emprendedores son visionarios que identifican oportunidades y se arriesgan a convertir sus ideas en realidad. En el contexto de las PYMES, los emprendedores a menudo son los fundadores o líderes de estas

empresas. Su capacidad para tomar decisiones audaces, asumir riesgos calculados y aprovechar oportunidades emergentes es fundamental para el éxito a largo plazo. Los emprendedores en las PYMES suelen tener una mentalidad orientada al crecimiento, buscan constantemente la mejora y están dispuestos a adaptarse a los cambios del entorno empresarial (Palacios T. , 2019).

Es importante destacar que la innovación y el emprendimiento en las PYMES no se limitan solo a productos o servicios, sino que también abarcan procesos, modelos de negocio y estrategias. Las PYMES pueden innovar en la forma en que operan, interactúan con los clientes, gestionan su cadena de suministro y se expanden a nuevos mercados. La adopción de tecnologías digitales, como el comercio electrónico, el análisis de datos y la automatización, puede desempeñar un papel transformador en la mejora de la eficiencia y la competitividad de las PYMES (Palacios I. , 2021).

Además, la colaboración y el espíritu empresarial abierto son clave en el contexto de las PYMES. Las alianzas estratégicas, la participación en redes empresariales y la colaboración con instituciones académicas y de investigación pueden proporcionar a las PYMES acceso a conocimientos, recursos y oportunidades de crecimiento. Compartir ideas, experiencias y mejores prácticas con otros emprendedores y actores del ecosistema empresarial puede estimular la innovación y el intercambio de conocimientos (Arechúa, 2021).

Se puede manifestar, que la innovación y el emprendimiento son elementos vitales para el éxito de las PYMES. Fomentar una cultura de innovación, promover el espíritu emprendedor, adoptar tecnologías emergentes y buscar colaboraciones estratégicas son estrategias clave para impulsar la competitividad y el crecimiento sostenible de las

PYMES. La capacidad de adaptarse rápidamente a los cambios del entorno empresarial y aprovechar las oportunidades emergentes es fundamental para el éxito a largo plazo en un mercado dinámico y altamente competitivo.

2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

2.3.1. Constitución de la República del Ecuador (2008)

Se mencionan algunos artículos de la Constitución de la República del Ecuador (2008), que son relevantes para respaldar la importancia y el desarrollo de las PYMES:

Artículo 283: Este artículo establece el principio de solidaridad y cooperación entre los diversos actores económicos, promoviendo la economía popular y solidaria como una forma de organización económica que incluye a las PYMES (Asamblea Nacional , 2008).

Artículo 285: Este artículo establece que el Estado promoverá y garantizará la producción y la productividad, fomentando la diversificación y el desarrollo equilibrado de la economía, lo cual puede beneficiar a las PYMES (Asamblea Nacional , 2008).

Artículo 286: Este artículo establece que el Estado promoverá la generación de empleo digno y de calidad, así como el trabajo autónomo y la economía popular y solidaria, que también pueden estar asociados a las PYMES (Asamblea Nacional , 2008).

Artículo 290: Este artículo establece que el Estado promoverá la creación de pequeñas y medianas empresas, así como el acceso al crédito y a otros recursos para su desarrollo (Asamblea Nacional , 2008).

Artículo 294: Este artículo establece que el Estado promoverá la formación y capacitación técnica y tecnológica, así como el acceso al conocimiento y la innovación,

lo cual puede ser relevante para respaldar la capacitación del talento humano en las PYMES (Asamblea Nacional , 2008).

2.3.2. Código del Trabajo

A continuación, se mencionan algunos artículos del Código del Trabajo del Ecuador que son relevantes para respaldar la importancia y el desarrollo de las PYMES:

Artículo 6: Este artículo establece que el trabajo es un derecho y un deber social, y que el Estado garantizará su ejercicio en condiciones dignas y justas. Puedes utilizar este artículo para respaldar la importancia de promover el desarrollo de las PYMES y asegurar condiciones laborales adecuadas para los trabajadores en estas empresas (Código del Trabajo, 2015).

Artículo 7: Este artículo establece que todas las personas tienen derecho al trabajo, a elegir libremente su ocupación y a disfrutar de condiciones justas y favorables de trabajo. Puedes utilizar este artículo para respaldar la importancia de promover oportunidades laborales en las PYMES y garantizar condiciones de trabajo adecuadas para los empleados (Código del Trabajo, 2015).

Artículo 8: Este artículo establece que el Estado promoverá la creación de empleo digno y establecerá políticas activas de empleo. Puedes utilizar este artículo para respaldar la importancia de fomentar el desarrollo de las PYMES como generadoras de empleo y contribuyentes al crecimiento económico (Código del Trabajo, 2015).

Artículo 9: Este artículo establece que el Estado promoverá la formación y capacitación técnica y tecnológica de los trabajadores. Puedes utilizar este artículo para respaldar la

importancia de la capacitación del talento humano en las PYMES como un medio para mejorar el servicio al cliente y el desarrollo de las empresas (Código del Trabajo, 2015).

Artículo 10: Este artículo establece que el Estado promoverá la economía popular y solidaria, que incluye a las PYMES. Puedes utilizar este artículo para respaldar la importancia de apoyar y promover el desarrollo de las PYMES como una forma de organización económica que contribuye al bienestar social (Código del Trabajo, 2015).

2.3.3. Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

A continuación, se mencionan algunos artículos de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor del Ecuador que son relevantes para respaldar la importancia y el desarrollo de las PYMES:

Artículo 1: Este artículo establece que la ley tiene por objeto regular y garantizar los derechos de los consumidores, así como promover la calidad de los bienes y servicios. Puedes utilizar este artículo para respaldar la importancia de brindar un servicio al cliente de calidad en las PYMES y cómo esto contribuye al cumplimiento de la ley (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, 2019).

Artículo 2: Este artículo establece los principios generales de la Ley de Defensa del Consumidor, como la protección de la vida, salud, seguridad, educación e información de los consumidores. Puedes utilizar estos principios para respaldar la importancia de garantizar la satisfacción y seguridad de los clientes en las PYMES (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, 2019).

Artículo 4: Este artículo establece que los proveedores de bienes y servicios tienen la obligación de suministrar información veraz, suficiente, clara y oportuna a los

consumidores. Puedes utilizar este artículo para respaldar la importancia de que las PYMES brinden información transparente y precisa a los clientes sobre sus productos o servicios (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, 2019).

Artículo 5: Este artículo establece que los consumidores tienen derecho a recibir un servicio eficiente, equitativo y de calidad. Puedes utilizar este artículo para respaldar la importancia de mejorar el servicio al cliente en las PYMES y cómo esto contribuye al cumplimiento de los derechos de los consumidores (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, 2019).

Artículo 36: Este artículo establece que los proveedores de bienes y servicios tienen la obligación de capacitar a su personal para brindar un servicio al cliente de calidad. Puedes utilizar este artículo para respaldar la importancia de la capacitación del talento humano en las PYMES como una forma de cumplir con esta obligación legal (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, 2019).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

No puede haber una sociedad floreciente y feliz cuando la mayor parte de sus miembros son pobres y desdichados.

Adam Smith

3.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación utilizó un enfoque metodológico que combinó la revisión de literatura especializada, la recopilación de información mediante entrevistas y cuestionarios, así como el análisis de datos.

3.1.1. Investigación descriptiva

La investigación descriptiva es un tipo de investigación que tiene como objetivo principal describir, analizar y presentar características, propiedades o fenómenos de un determinado tema o población. Se enfoca en recopilar datos y evidencias para proporcionar una imagen clara y detallada de la situación actual, sin buscar establecer relaciones de causa y efecto (Bernal, 2020).

La utilización de la investigación descriptiva en el desarrollo de la presente investigación permitió examinar y describir en detalle los programas y modelos de evaluación al talento humano para medir la calidad de servicio percibida por los clientes, que se aplican actualmente en las PYMES del cantón Quevedo. Esto ayudó a comprender cómo se está realizando la capacitación del talento humano en relación con el servicio al cliente.

3.1.2. Investigación explicativa

La investigación explicativa se lleva a cabo para investigar de forma puntual un fenómeno que no se había estudiado antes, o que no se había explicado bien con anterioridad. Su intención es proporcionar detalles donde existe una pequeña cantidad de información bajo la cual el investigador obtiene una idea general y utiliza la investigación como una herramienta para que lo guíe a temas que podrían abordarse en el futuro. Su objetivo es encontrar por qué y para qué de un objeto de estudio (Fernández C. , 2019).

La utilización de la investigación explicativa permitió realizar una revisión exhaustiva de la literatura existente sobre capacitación del talento humano y servicio al cliente en las PYMES, con el fin de obtener un panorama completo de los conceptos, teorías y enfoques relevantes para la investigación. Posteriormente, a través de diferentes técnicas de investigación, como encuestas, entrevistas y análisis documental, se pudo obtener información detallada sobre los programas que se aplican para la capacitación al talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente en las PYMES del cantón Quevedo, así como conocer los modelos de evaluación para medir la calidad de servicio percibida por los clientes existentes y su efectividad.

3.1.3. Investigación de campo

La investigación de campo es un método de investigación que se basa en la recopilación de datos directamente del entorno real en el que ocurren los fenómenos o eventos de interés. A diferencia de otros enfoques, la investigación de campo implica la observación y el estudio de personas, lugares, comportamientos o situaciones en su contexto natural (Bernal, 2020).

La investigación de campo permitió recopilar datos primarios directamente de las PYMES del cantón Quevedo. Este tipo de investigación permitió realizar encuestas, entrevistas y realizar observaciones directas para obtener información específica sobre la capacitación del talento humano y el servicio al cliente en estas empresas. Estos datos permitieron obtener una perspectiva actualizada y relevante para el desarrollo de la presente investigación.

3.2. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

3.2.1. Método analítico

El método analítico es una estrategia de investigación que se basa en la descomposición de un fenómeno en sus partes constituyentes para comprender su funcionamiento. Es un proceso deductivo que parte de lo general de diferentes teorías y conceptos, a lo particular como datos, casos específicos, entre otros (Fernández C. , 2019).

El método analítico fue utilizado en la presente investigación como una herramienta para descomponer y examinar los programas que se aplican para la capacitación del talento humano y su influencia en el servicio al cliente, lo cual permitió generar recomendaciones para mejorar la efectividad de la capacitación en el contexto de las PYMES del cantón Quevedo.

3.2.2. Método inductivo

El método inductivo es un proceso de razonamiento que se basa en llegar a conclusiones generales a partir de la observación y el análisis de casos particulares. El método inductivo es una herramienta valiosa para descubrir nuevos conocimientos y formular hipótesis. Es un proceso iterativo y flexible que se utiliza en diversas áreas del conocimiento. A diferencia del método deductivo, que parte de lo general para llegar a lo particular, el método inductivo va de lo particular a lo general (Fernández C. , 2019).

El método inductivo permitió realizar observaciones directas y recopilar datos empíricos sobre la capacitación del talento humano y el servicio al cliente en las PYMES del cantón Quevedo. Se procedió a visitar a las PYMES, realizar entrevistas, encuestas y observación directa, para obtener información detallada sobre las prácticas y experiencias relacionadas

con estos temas. Esto permitió recopilar datos de la realidad y generar conocimiento a partir de ellos.

3.2.3. Método deductivo

El método deductivo es un tipo de razonamiento que se caracteriza por inferir de manera lógica una conclusión a partir de una serie de premisas. Es un proceso que va de lo general de leyes o principios, a lo particular como fenómenos o hechos concretos. El método deductivo es una herramienta útil para llegar a conclusiones válidas a partir de premisas generales (Bernal, 2020).

El método deductivo ayudó a diseñar la presente investigación de manera estructurada y lógica. Permitted establecer un marco teórico que sustentó el presente proyecto y guio la recopilación y análisis de datos. También utilizó la teoría existente para desarrollar un enfoque sistemático y coherente que permitió investigar la influencia de la capacitación del talento humano en el servicio al cliente en las PYMES del cantón Quevedo.

3.3. CONSTRUCCIÓN METODOLÓGICA DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN

3.3.1. Población y muestra

De acuerdo con datos del INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos), la realización del Censo Económico 2020, registraron 595 unidades económicas en Quevedo, las mismas que están distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 2

Población y muestra

Estratos	Población	%
Pequeñas empresas	497	98%

Medianas empresas	98	2%
Total	595	100%

Fuente: Censo Económico 2020 (INEC)

Elaborado por: La autora

Del total de pequeñas y medianas empresas, se procedió a seleccionar una muestra de estudio, para lo cual se aplicó una fórmula de muestreo finita, la cual se adjunta a continuación:

$$n = \frac{z^2 * P * Q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * P * Q}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra

P = probabilidad de que el evento ocurra (50%)

Q = probabilidad de que el evento no ocurra (50%)

e = margen de error permitido (5%)

z = Unidad de desviación estándar = 1,96

A continuación, se procedió al cálculo de la muestra objeto de estudio

$$\frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50 * 595}{0,05^2 * (595 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,25 * 595}{0,0025 * (594) + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{571,44}{1,485 + 0,9604}$$

$$n = \frac{571,44}{2,4454}$$

$$n = 234$$

Una vez aplicada la fórmula estadística, se obtuvo como resultado 234 empresas, de las cuales se procedió a dividir en dos grupos. Primero, se seleccionó a 100 propietarios de las PYMES del cantón Quevedo, y se procedió a la aplicación de una encuesta empleando un cuestionario elaborado con cinco preguntas para conocer los modelos de evaluación, y adicional otro cuestionario para conocer los programas que se aplican para la capacitación del talento humano. Para el segundo grupo se seleccionó 134 empleados donde también se procedió a la aplicación de una encuesta para conocer dichos programas, y posteriormente se aplicó un muestreo por conveniencia de 234 clientes de las PYMES del cantón Quevedo, aplicando un cuestionario bajo el modelo SERVPERF para evaluar la percepción de los clientes respecto al servicio ofrecido por estas empresas.

3.3.2. Técnicas de investigación

En la realización de la presente investigación, se utilizaron diversas técnicas de investigación para recopilar datos y obtener conclusiones significativas. Algunas de las técnicas de investigación que se utilizaron incluyen las siguientes:

- Encuestas: Se procedió a realizar encuestas a 100 propietarios y a 134 empleados de las PYMES del cantón Quevedo para recopilar información sobre la capacitación del talento humano y la calidad del servicio. Adicionalmente se encuestó 234 clientes para conocer sus opiniones respecto a la calidad del servicio ofrecido por las PYMES del cantón Quevedo.
- Entrevista: Se aplicó una entrevista al Ing. MBA. Marco Orlando Franco Cortéz presidente de la Cámara de Comercio de Quevedo, para obtener perspectivas detalladas sobre la influencia de la capacitación en el servicio al cliente.

Estas técnicas de investigación proporcionaron una comprensión integral de la influencia de la capacitación del talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente en las PYMES del cantón Quevedo.

3.3.3. Instrumentos de investigación

Se utilizaron diversos instrumentos de investigación para recopilar datos y obtener conclusiones significativas. A continuación, se describen en detalle los instrumentos de investigación desarrollados para cada técnica:

- Cuestionario de encuesta: Se procedió a la aplicación de cuestionarios con preguntas cerradas de opción múltiple para poder encuestar a 234 personas que forman parte las PYMES del cantón Quevedo, para poder recopilar información sobre la capacitación recibida y su impacto en el servicio al cliente. Además, se seleccionó el mismo número de clientes como una muestra por conveniencia para la aplicación del cuestionario de encuesta bajo el modelo SERVPERF.
- Cuestionario de entrevista: Se aplicó un cuestionario de entrevista con opciones de respuesta abiertas, al presidente de la Cámara de Comercio de Quevedo, para obtener perspectivas detalladas sobre la influencia de la capacitación en el servicio al cliente desde la visión de un funcionario.

La selección y diseño de los instrumentos de investigación fueron fundamentales para asegurar la confiabilidad, validez y precisión de la información recolectada en la investigación. La combinación de diferentes técnicas de investigación permitió obtener una visión completa y profunda del tema de estudio.

3.4. ELABORACIÓN DEL MARCO TEÓRICO

Para la elaboración del marco teórico del presente trabajo de investigación, se realizó una revisión exhaustiva de la literatura académica, investigaciones previas, libros, revistas y otros recursos relevantes sobre las variables de la investigación. Se buscaron estudios e investigaciones que abordaran la influencia de la capacitación en el servicio al cliente en las PYMES, donde se examinó los enfoques teóricos utilizados y los hallazgos clave.

A continuación, se buscaron teorías, modelos o marcos conceptuales relevantes para el tema de investigación. Se exploraron teorías sobre la capacitación del personal, la calidad del servicio al cliente, la satisfacción del cliente, el rendimiento organizacional, entre otros. Se examinó cómo estas teorías se relacionaban con el tema y cómo podían respaldar la investigación. Finalmente, utilizando la información y el esquema desarrollado, se redactó el marco teórico de la investigación, el mismo que proporcionó una visión general de las teorías y conceptos relevantes, y estableció la base teórica sobre la cual se llevaría a cabo la investigación.

3.5. RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Se identificaron las fuentes de información relevantes para la investigación, como bases de datos académicas, libros, revistas especializadas y documentos institucionales. También se consideraron fuentes primarias, como encuestas y entrevistas con expertos en el área. Se recopiló información secundaria a través de una búsqueda exhaustiva de la literatura existente sobre el tema de investigación. Se consultaron bases de datos académicas y se revisaron investigaciones previas, artículos científicos y otros recursos relevantes, que permitieron recopilar y organizar los hallazgos clave para su posterior análisis.

A continuación, se desarrollaron los cuestionarios para aplicar encuestas y entrevista, en concordancia con los objetivos de la investigación. Se incluyeron preguntas relacionadas con la capacitación del talento humano y el servicio al cliente en las PYMES del cantón Quevedo. Se realizaron encuestas a una muestra seleccionada de propietarios y empleados de las PYMES, y posteriormente a los clientes quienes fueron seleccionados de manera aleatoria. También se aplicó un cuestionario de entrevista al presidente de la Cámara de Comercio de Quevedo, para obtener información cualitativa y enriquecer los hallazgos.

Adicionalmente, se registraron y se codificaron los datos recopilados, para realizar un análisis estadístico para identificar patrones, tendencias o relaciones entre las variables de interés. Se analizaron los resultados obtenidos de la recolección y el análisis de datos, mediante la revisión de literatura y las teorías existentes, para poder evaluar la influencia de la capacitación del talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente en las PYMES del cantón Quevedo en el año 2023. Finalmente se redactó el capítulo de resultados, donde se presentaron los datos recopilados y se realizaron inferencias y conclusiones basadas en los hallazgos y la discusión realizada, en relación con los objetivos planteados en la investigación.

3.6. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

Una vez obtenidos los datos, se procedió a organizar y estructurar la información recopilada. Se revisaron los datos recopilados de los cuestionarios de encuestas y entrevista, para asegurar su calidad y consistencia. Se utilizó un análisis documental y estadístico utilizando Word y Excel respectivamente. Se presentó la información en figuras estadísticas en forma de pastel y barras, para obtener una visión general de los datos.

Los resultados obtenidos del análisis estadístico y de contenido fueron interpretados en relación con los objetivos de la investigación y las teorías existentes. Se buscaron relaciones significativas, se discutieron las implicaciones y se exploraron posibles explicaciones para los hallazgos.

Se redactó el capítulo de resultados y discusión, utilizando los resultados y las interpretaciones obtenidas, donde se presentaron los hallazgos de manera clara y concisa, utilizando figuras, y tablas según correspondía. Luego, se realizó una discusión de los resultados, los cuales se compararon con la revisión de literatura y se establecieron conclusiones basadas en la evidencia obtenida.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Ningún camino de flores
conduce a la gloria.

Jean de la Fontaine

4.1. MODELOS DE EVALUACIÓN AL TALENTO HUMANO PARA MEDIR LA CALIDAD DEL SERVICIO PERCIBIDA POR LOS CLIENTES

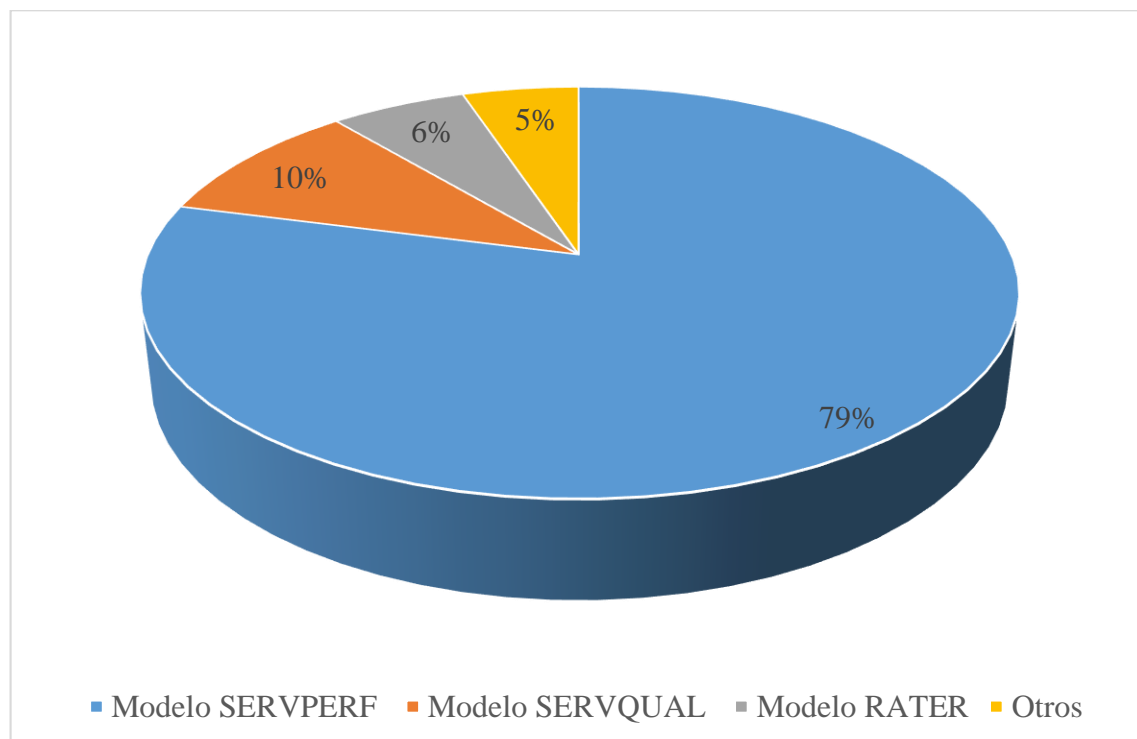
A continuación, se adjunta los resultados de la encuesta aplicada a los propietarios de la PYMES del cantón Quevedo, para identificar los modelos de evaluación al talento humano para medir la calidad de servicio percibida por los clientes

4.1.1. Encuesta dirigida a los propietarios de las PYMES del cantón Quevedo

1. ¿Cuál de los siguientes modelos enfocados en la evaluación de la calidad del servicio considera que es el más efectivo para implementar en las PYMES?

Figura 1

Modelos enfocados en la evaluación de la calidad del servicio



Fuente: Encuesta realizada a propietarios de las PYMES del cantón Quevedo
Elaborado por: La autora

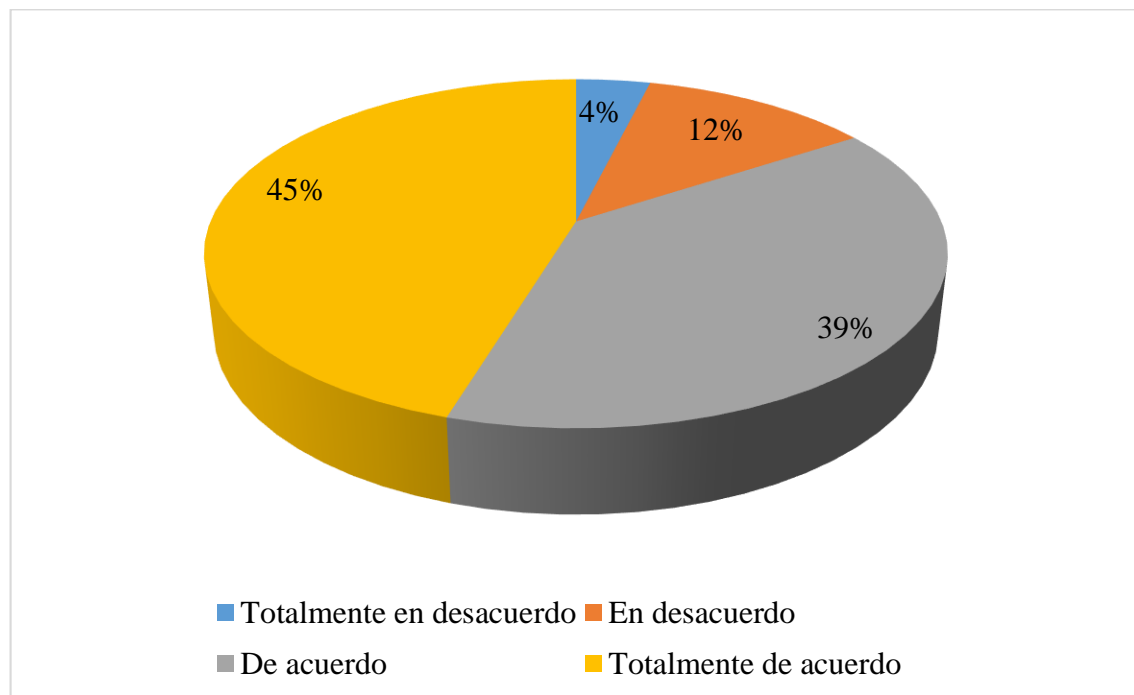
Análisis e Interpretación

La mayoría de los encuestados considera que el modelo SERVPERF es el más efectivo para las PYMES. Esto sugiere que este modelo es ampliamente reconocido y valorado, posiblemente debido a su capacidad para adaptarse a las necesidades específicas de las PYMES, como su enfoque práctico y fácil de implementar. Por otro lado, modelos más tradicionales como SERVQUAL y RATER son vistos como menos efectivos para este tipo de empresas. Las PYMES que buscan mejorar la calidad del servicio podrían beneficiarse al considerar la implementación del modelo SERVPERF, dado su amplio reconocimiento y aceptación en este contexto.

2. ¿Considera usted que el modelo SERVPERF puede mejorar el servicio al cliente en las PYMES del cantón Quevedo?

Figura 2

Modelo SERVPERF para mejorar el servicio al cliente en las PYMES



Fuente: Encuesta realizada a propietarios de las PYMES del cantón Quevedo

Elaborado por: La autora

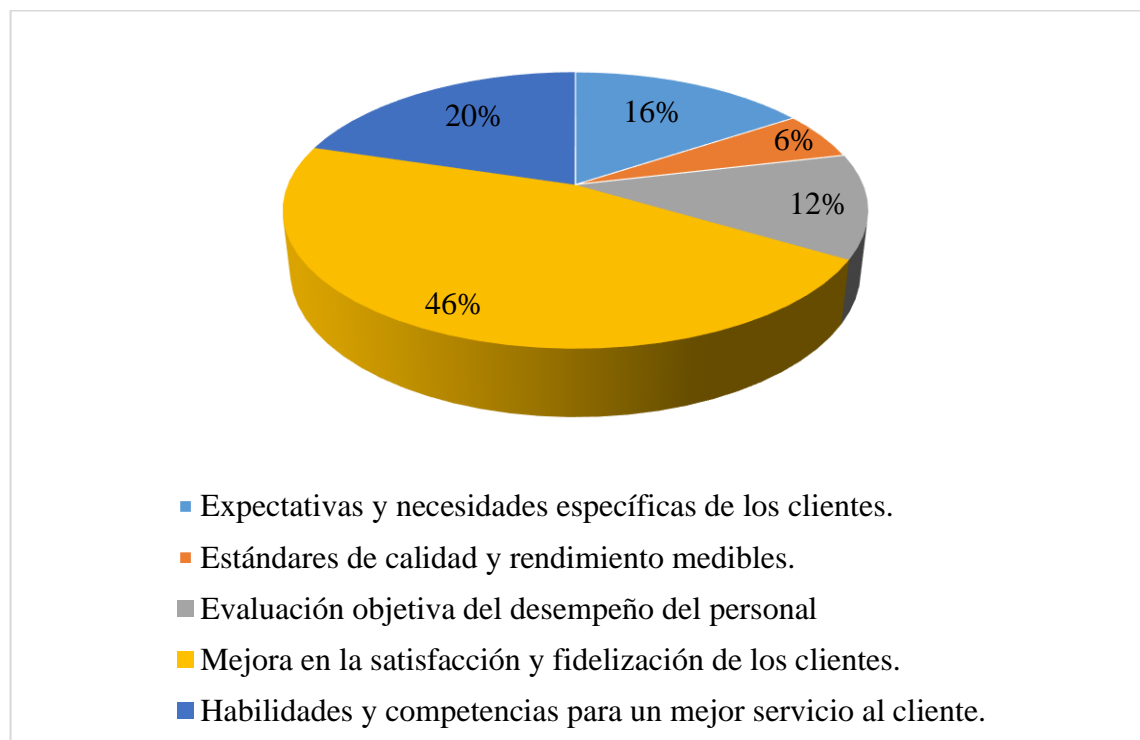
Análisis e Interpretación

Los resultados de la encuesta sugieren que existe una percepción positiva sobre el potencial del modelo SERVPERF para mejorar el servicio al cliente en las PYMES del cantón Quevedo. Se puede manifestar que el modelo SERVPERF es una herramienta poderosa que puede ayudar a las PYMES a mejorar significativamente el servicio al cliente. Un servicio al cliente eficiente puede reducir los costos asociados con la atención de quejas y reclamos. Los empleados que trabajan en una empresa que se enfoca en la calidad del servicio al cliente se sienten más motivados y comprometidos con su trabajo.

3. ¿Qué aspectos se pueden mejorar al utilizar el modelo SERVPERF en las PYMES del cantón Quevedo?

Figura 3

Aspectos a mejorar con el Modelo SERVPERF



Fuente: Encuesta realizada a propietarios de las PYMES del cantón Quevedo

Elaborado por: La autora

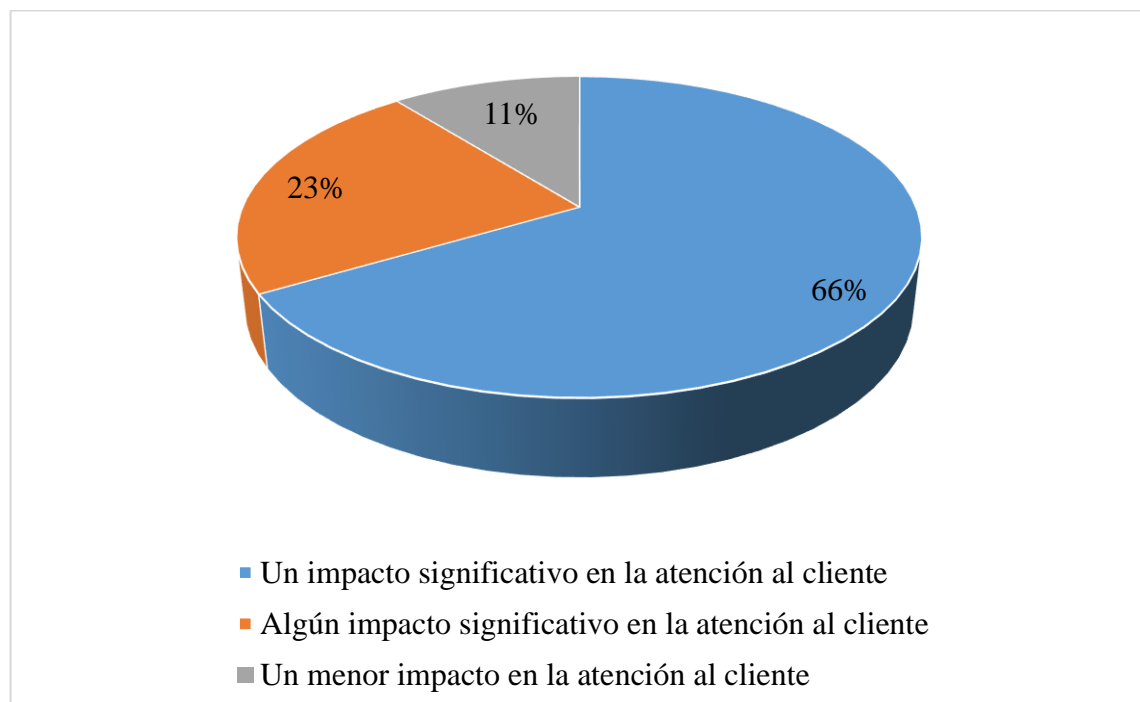
Análisis e interpretación

Sobre los aspectos que se pueden mejorar al utilizar el Modelo SERVPERF en las PYMES del cantón Quevedo, la mayoría de las personas encuestadas manifestaron que habrá una mejora en la satisfacción y fidelización de los clientes y que también ayudará en la adquisición de habilidades y competencias para un mejor servicio al cliente. Al utilizar el modelo SERVPERF, la empresa puede identificar de manera más precisa las deficiencias en los procesos de servicio y tomar medidas correctivas. Esto ayuda a mejorar la eficiencia operativa y a brindar un servicio de mayor calidad a los clientes.

4. ¿Cuál cree usted que sería el impacto de implementar el modelo SERVPERF en las PYMES del cantón Quevedo para mejorar el servicio al cliente?

Figura 4

Impacto del modelo SERVPERF en la atención al cliente



Fuente: Encuesta realizada a propietarios de las PYMES del cantón Quevedo

Elaborado por: La autora

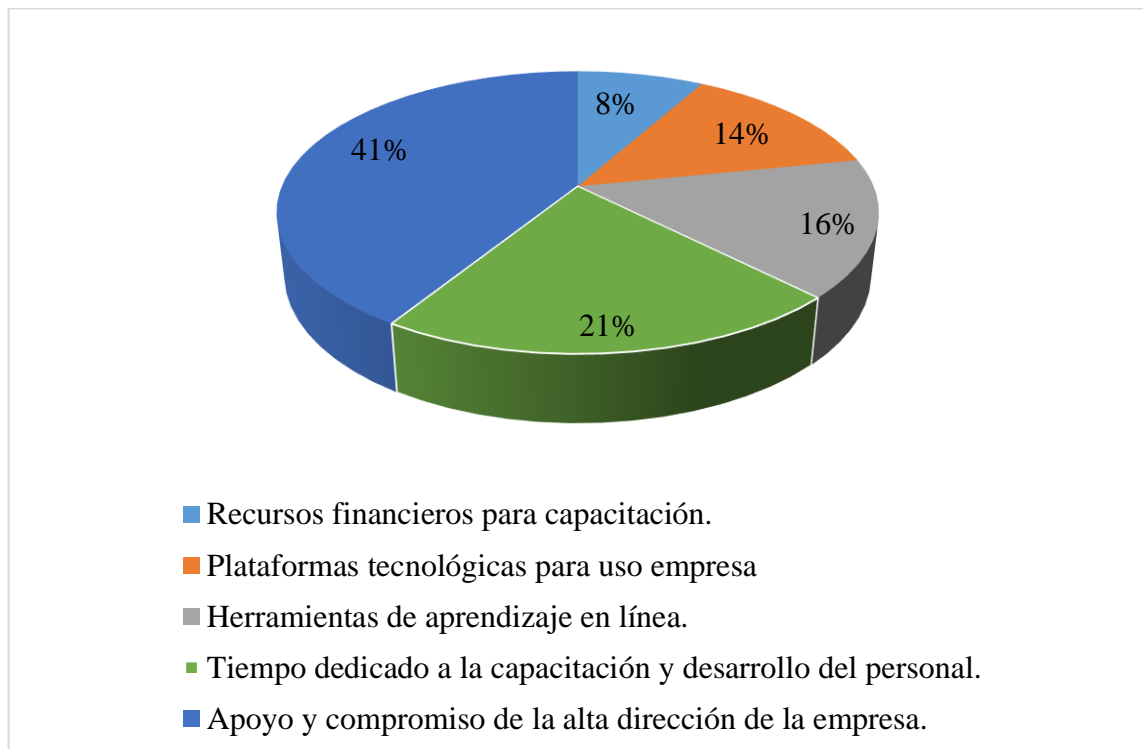
Análisis e Interpretación

Más de la mitad de las personas encuestadas indicaron que el modelo SERVPERF causaría un impacto significativo en el servicio al cliente. Esto se debe a que El modelo SERVPERF reduce a la mitad las preguntas planteadas en comparación con otros modelos, lo que hace que el cuestionario sea más conciso y fácil de administrar. Esto puede aumentar la participación de los clientes y facilitar el análisis de los resultados. Al utilizar el modelo SERVPERF, la empresa puede identificar de manera más precisa las deficiencias en los procesos de servicio y tomar medidas correctivas.

5. ¿Qué recursos considera usted necesarios para implementar con éxito el modelo SERVPERF en las PYMES del cantón Quevedo?

Figura 5

Recursos para implementar modelo SERVPERF



Fuente: Encuesta realizada a propietarios de las PYMES del cantón Quevedo

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación:

Un porcentaje significativo manifestaron que se requiere apoyo y compromiso de la alta dirección de la empresa para implementar con éxito el modelo SERVPERF. Al evaluar y mejorar el desempeño del servicio, la empresa puede aumentar la satisfacción del cliente. Esto puede generar lealtad a la marca, recomendaciones positivas y un impacto positivo en la imagen y reputación de la empresa. Esto ayuda a mejorar la eficiencia operativa y a brindar un servicio de mayor calidad a los clientes.

4.1.2. Discusión de resultados del objetivo 1:

De acuerdo a la encuesta realizada a los propietarios de las PYMES del cantón Quevedo, se obtuvieron los siguientes resultados:

El reconocimiento de la necesidad de implementar modelos de evaluación del talento humano en las PYMES, subraya la importancia de adaptar estos modelos a las particularidades de cada empresa. Esto garantiza que las evaluaciones sean relevantes y efectivas para cada caso específico, permitiendo una mejora continua en la calidad del servicio al cliente, esta orientación ayuda a las empresas a identificar y corregir las discrepancias, resultando en una mayor satisfacción y fidelización del cliente. Esta teoría coincide con las afirmaciones de Arechúa (2021), en su investigación manifiesta que, si la empresa no prioriza la implementación de modelos de evaluación al talento humano para mejorar el servicio al cliente, es probable que los empleados no se sientan motivados para brindar un buen servicio.

González (2020), en su investigación manifiesta que las PYMES enfrentan varios retos específicos, principalmente debido a la falta de recursos y la informalidad en los procesos

de gestión, este autor argumenta que, aunque las PYMES suelen tener estructuras más flexibles y cercanas, tienden a carecer de modelos de evaluación robustos que promuevan el crecimiento continuo de sus empleados.

Los resultados destacan la preferencia de los encuestados por el modelo SERVPERF, el modelo es valorado por su simplicidad, capacidad para adaptarse a las necesidades específicas de las PYMES y potencial para mejorar el servicio al cliente, lo que a su vez podrá reducir costos asociados. La implementación de este modelo mejoraría la satisfacción y fidelización de los clientes, al permitir una identificación precisa de deficiencias en el servicio.

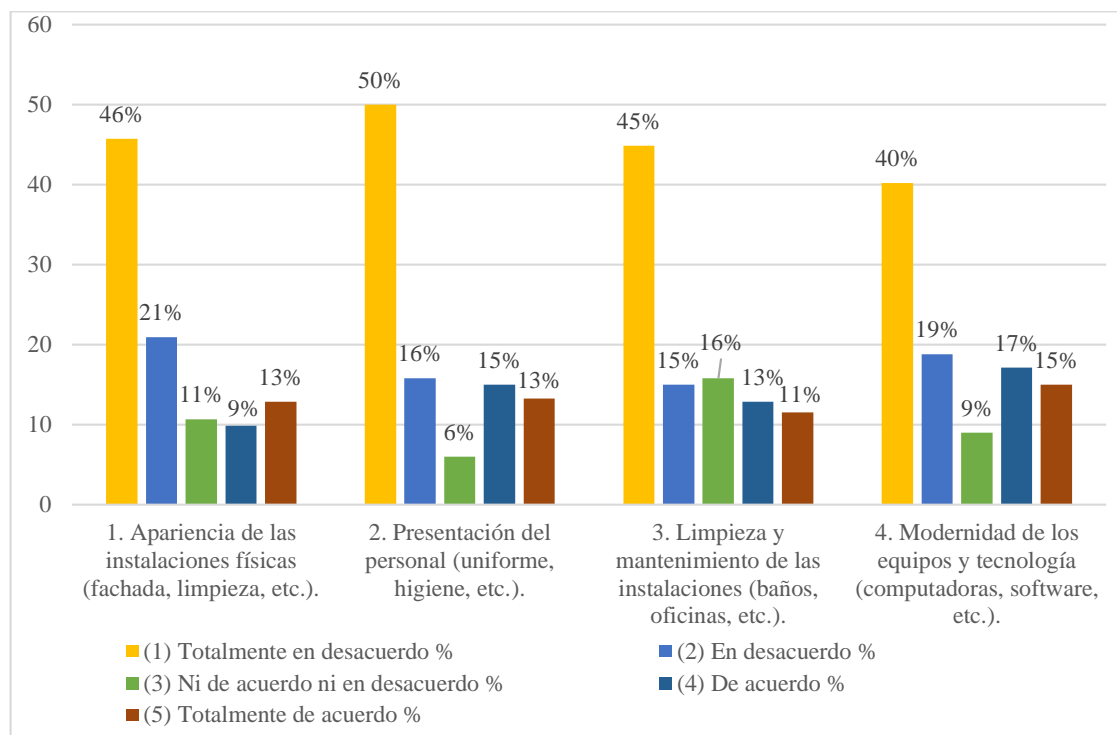
4.2. PERCEPCIÓN DE LOS CLIENTES RESPECTO A LA CALIDAD DEL SERVICIO OFRECIDO POR LAS PYMES DEL CANTÓN QUEVEDO

A continuación, se adjunta los resultados de la encuesta aplicada a los clientes de las PYMES, para evaluar la percepción de los clientes respecto a la calidad del servicio ofrecido por las PYMES del cantón Quevedo

4.2.1. Encuesta dirigida a los clientes de las PYMES del cantón Quevedo, aplicando el modelo SERVPERF

Figura 6

Modelo SERVPERF Elementos Tangibles



Fuente: Encuesta realizada a clientes de las PYMES del cantón Quevedo

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación:

La alta proporción de encuestados referente a la primera pregunta expresaron estar totalmente en desacuerdo con respecto a la apariencia de las instalaciones físicas en las PYMES de Quevedo, esto sugiere que hay problemas significativos que deben ser abordados de manera prioritaria. La implementación de mejoras en la limpieza y el mantenimiento de la fachada, junto con una comunicación efectiva con los usuarios, puede ayudar a mejorar la percepción y la satisfacción general.

Respecto a la segunda pregunta, la alta tasa de total desacuerdo en la encuesta es una señal de alarma que debe abordarse con seriedad. Mejorar la presentación del personal en

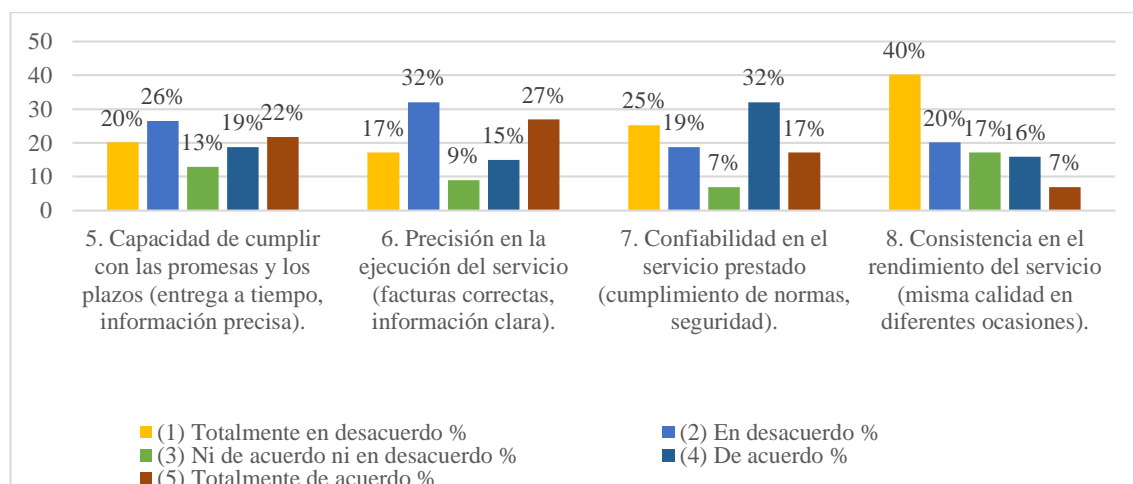
términos de uniformes e higiene no solo mejora la percepción del cliente, sino que también puede aumentar la moral y el profesionalismo del personal.

En la tercera pregunta, el hecho de que el 43% de los encuestados estén totalmente en desacuerdo con la limpieza y el mantenimiento de las instalaciones es un indicativo claro de la necesidad de mejoras significativas en estas áreas. Abordar estos problemas no solo mejorará la percepción general y la satisfacción de los usuarios, sino que también contribuirá a un ambiente de trabajo más saludable y motivador. Implementar cambios en los procedimientos, fortalecer la supervisión y garantizar una respuesta rápida a los problemas son pasos esenciales para mejorar la situación.

En cuanto a la cuarta y última pregunta de la dimensión elementos tangibles, revela que la percepción negativa respecto a la modernidad de los equipos y tecnología es un indicativo claro de que las PYMES necesitan mejorar su infraestructura tecnológica. Modernizar los equipos y software no solo mejorará la productividad y satisfacción de los empleados, sino que también aumentará la seguridad y competitividad de la empresa.

Figura 7

Modelo SERVPERF Fiabilidad



Fuente: Encuesta realizada a clientes de las PYMES del cantón Quevedo

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación:

La información estadística respecto a la dimensión fiabilidad en la quinta pregunta muestra que un 26% de los encuestados están en desacuerdo y un 22% están totalmente de acuerdo con la capacidad de cumplir las promesas y los plazos (entrega a tiempo, información precisa), esto indica una percepción mixta sobre el rendimiento de las PYMES de Quevedo, en este aspecto lo que significa que existen áreas de fortaleza y áreas que necesitan mejoras. Mientras que una parte significativa de los encuestados está satisfecha, la presencia de un cuarto de los encuestados está en desacuerdo, sugiere la necesidad de acciones concretas para mejorar la consistencia en el cumplimiento de plazos y promesas.

La sexta pregunta revela que el 32% de los encuestados están en desacuerdo, esto indica que casi un tercio de los clientes de las PYMES en Quevedo consideran que hay problemas con la precisión en la ejecución del servicio, ya sea en la emisión de facturas correctas o en la claridad de la información proporcionada. Este es un grupo significativo que podría estar experimentando errores o falta de claridad en el servicio. Sin embargo, el 27% de los encuestados están totalmente de acuerdo, este es un grupo considerable positivo que piensa que la ejecución del servicio es precisa. Lo que significa que, aunque hay una base sólida de clientes satisfechos, la proporción significativa de insatisfacción sugiere que hay margen para mejorar la precisión y claridad en ejecución del servicio.

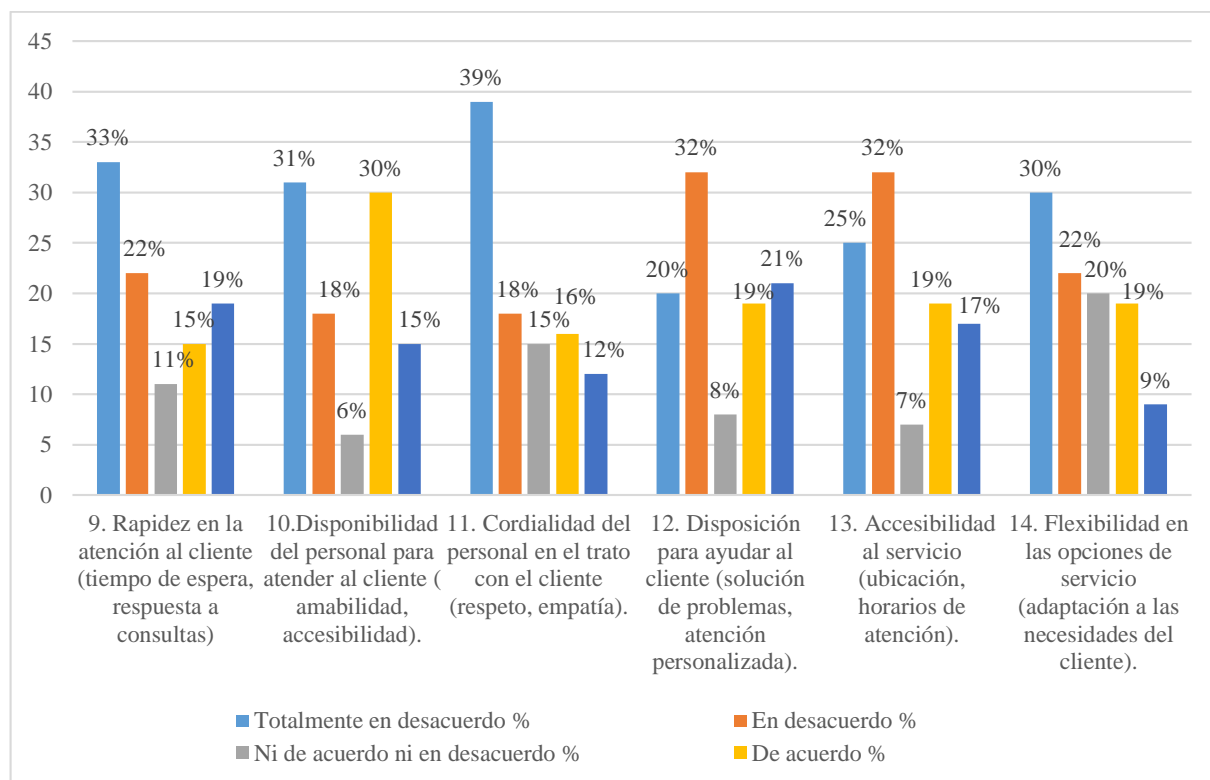
Respecto a la séptima pregunta el 32% de los encuestados están de acuerdo con el cumplimiento de normas y seguridad, esto indica que una parte significativa de los encuestados considera que el servicio es confiable. Aunque no es una mayoría abrumadora, representa una porción considerable que confía en estos aspectos del servicio. Sin embargo, el 25% de los encuestados están en desacuerdo, este grupo

considerable negativo sugiere que una cuarta parte de los encuestados no confían en el servicio en términos de cumplimiento de normas de seguridad. Este es un porcentaje importante que refleja preocupaciones serias entre los clientes.

Según los resultados de la octava pregunta referente a la consistencia en el rendimiento del servicio, revela que una gran parte de los encuestados están totalmente en desacuerdo. Esto significa que una parte significativa de los encuestados, perciben que el servicio no es consistente en términos de calidad. La calidad del servicio varía notablemente de una ocasión a otra, lo que genera insatisfacción entre estos clientes. Mejorar la consistencia en el rendimiento del servicio es esencial para aumentar la satisfacción del cliente y fortalecer la reputación de las PYMES del cantón Quevedo.

Figura 8

Modelo SERVPERF Capacidad de Respuesta



Fuente: Encuesta realizada a clientes de las PYMES del cantón Quevedo

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación:

La figura estadística de la dimensión capacidad de respuesta, con respecto a la novena pregunta muestra que los encuestados están totalmente en desacuerdo expresando insatisfacción en la atención al cliente, es un problema significativo que necesita ser abordado. Optimizar los procesos de atención, mejorar la comunicación con los clientes y garantizar una gestión adecuada de la carga de trabajo son pasos esenciales para mejorar la rapidez en la atención y, en consecuencia, la satisfacción general del cliente.

Referente a la décima pregunta, la percepción de la disponibilidad y amabilidad del personal muestra una división significativa entre los clientes. Mientras que un grupo considerable están satisfecho, una proporción similar está insatisfecha, indicando inconsistencia en la experiencia del cliente. Abordar esta inconsistencia a través de la capacitación, estandarización de procesos, y ajustes en la gestión de recursos es crucial para mejorar la percepción de disponibilidad y amabilidad del personal, aumentando así la satisfacción del cliente.

La onceava pregunta revela un alto nivel de insatisfacción respecto a la cordialidad del personal, con el 39% de los encuestados en total desacuerdo, es un problema significativo que necesita ser abordado. Mejorar la capacitación en habilidades blandas y revisar la cultura organizacional, son pasos esenciales para mejorar la percepción del trato personal y, en consecuencia, la satisfacción general del cliente.

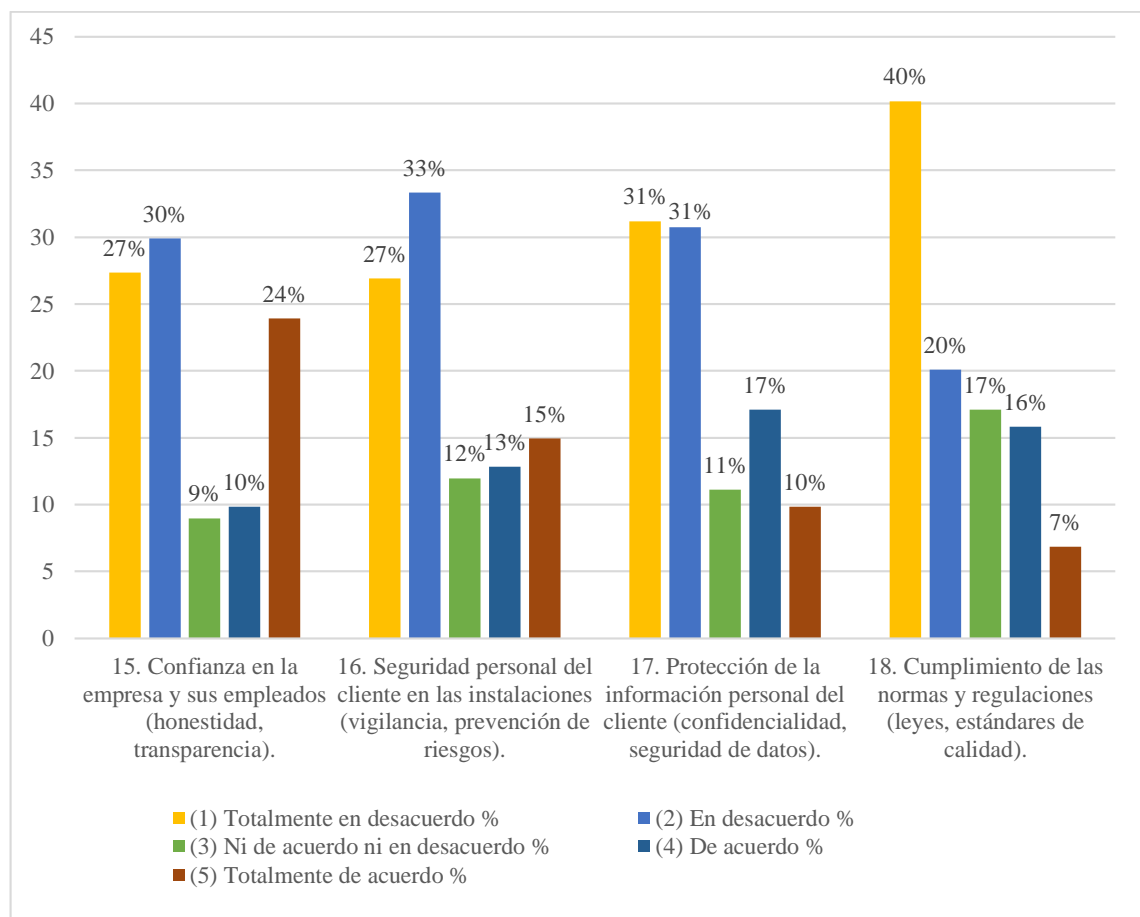
Respecto a la pregunta número doce, el 31% de los encuestados expresan insatisfacción, lo que indica que una parte considerable de los clientes no está recibiendo el nivel de ayuda y atención que espera. Mejorar la capacitación, revisar los procesos, y aumentar la motivación del personal son pasos esenciales para abordar esta insatisfacción.

La pregunta número trece, muestra que más de la mitad de los encuestados tienen una percepción negativa sobre la accesibilidad al servicio en términos de ubicación y horarios de atención. Esto requiere una revisión detallada y posiblemente ajustes significativos para mejorar la satisfacción del cliente.

En cuanto a la pregunta número catorce indica que la mayoría de los clientes tienen una percepción negativa sobre la flexibilidad en las opciones de servicio. Este alto porcentaje de desacuerdo sugiere que la mayoría de los encuestados consideran que el servicio no se adapta adecuadamente a sus necesidades.

Figura 9

Modelo SERVPERF Seguridad



Fuente: Encuesta realizada a clientes de las PYMES del cantón Quevedo

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: Según los resultados obtenidos en la dimensión seguridad con respecto a la pregunta número quince más del 50% de los encuestados no confían en la empresa y sus empleados en términos de honestidad y transparencia, lo que indica la necesidad de revisar y mejorar significativamente estas áreas para recuperar y aumentar la confianza del cliente.

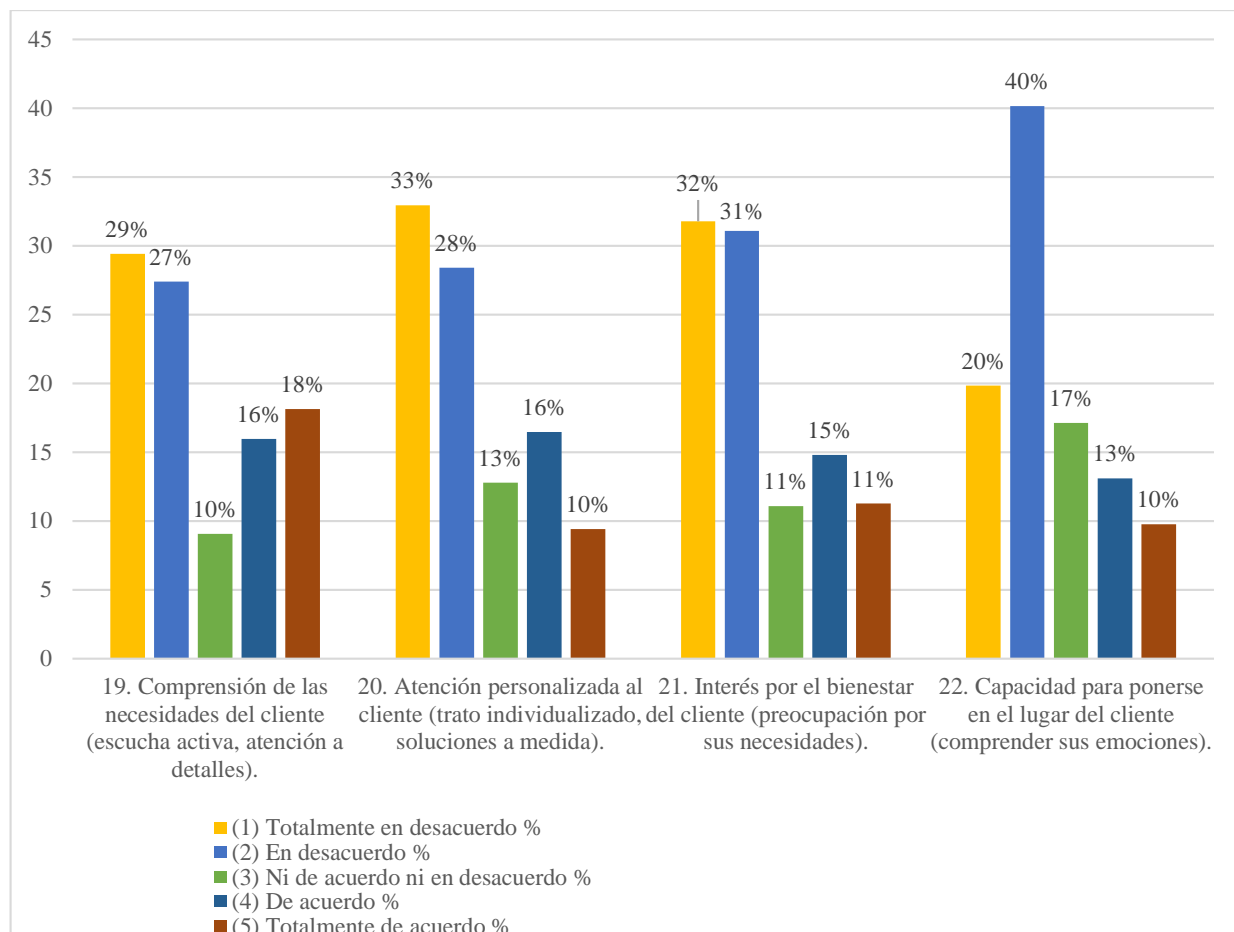
Respecto a la pregunta dieciséis sumando las opciones en desacuerdo con el 33% y totalmente en desacuerdo con el 27%, significa que el 60% de los encuestados consideran que la seguridad personal en las instalaciones es inadecuada, lo que indica la necesidad de revisar y mejorar significativamente las medidas de seguridad y prevención de riesgos para asegurar que los clientes se sientan seguros y protegidos en las instalaciones.

En la pregunta diecisiete la mayoría de los encuestados consideran que la empresa no protege adecuadamente la información personal del cliente, lo que indica la necesidad de revisar y mejorar significativamente las medidas de seguridad de datos y las políticas de confidencialidad para asegurar que los clientes se sientan seguros y confiados en el manejo de su información personal.

La última pregunta de la dimensión seguridad el 40% de los encuestados están totalmente en desacuerdo con que la empresa cumple con las normas y regulaciones, lo que indica la necesidad de revisar y mejorar significativamente las prácticas de cumplimiento normativo y la comunicación con los clientes para asegurar que la empresa sea percibida como comprometida con el cumplimiento de leyes y estándares de calidad.

Figura 10

Modelo SERVPERF Empatía



Fuente: Encuesta realizada a clientes de las PYMES del cantón Quevedo

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación:

La información estadística referente a la dimensión empatía con respecto a la pregunta diecinueve, la mayoría de los encuestados consideraron que la empresa no comprende adecuadamente sus necesidades, lo que indica la necesidad de mejorar significativamente en la escucha activa y la atención a los detalles para asegurar que los clientes se sientan comprendidos y valorados.

Referente a la pregunta veinte, una gran proporción de los encuestados consideran que las PYMES del cantón Quevedo no ofrecen una atención lo suficientemente

personalizada, lo que indica la necesidad de mejorar significativamente en el trato individualizado y la oferta de soluciones a medida para asegurar que los clientes se sientan valorados y bien atendidos.

La pregunta veintiuno revela que más de la mitad de los encuestados respondieron que las PYMES no muestran suficiente interés por el bienestar del cliente, lo que indica la necesidad de mejorar significativamente en la atención a las necesidades y preocupaciones de los clientes.

Por último, en la pregunta veintidós respecto a la dimensión empatía un 40% de los encuestados coinciden que las PYMES de Quevedo no tienen la capacidad para ponerse en su lugar y comprender sus emociones, lo que indica la necesidad de mejorar significativamente en la empatía y la comprensión emocional para asegurar que los clientes se sientan comprometidos y valorados en sus interacciones con la empresa. Todos estos hallazgos sugieren la necesidad de implementar mejoras en estos aspectos para una buena satisfacción del servicio al cliente en las PYMES del cantón Quevedo.

4.2.2. Discusión de resultados del objetivo 2:

La investigación sobre la percepción de los clientes respecto a la calidad del servicio ofrecido por las PYMES del cantón Quevedo, utilizando el modelo SERVPERF, revela varias áreas críticas que requieren atención y mejora para elevar la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa.

Una gran proporción de clientes encuestados expresó insatisfacción con la apariencia de las instalaciones físicas y la presentación del personal. Los clientes perciben deficiencias significativas en la limpieza, el mantenimiento y la modernidad de los equipos. Según

Parasuraman et al. (1985), los elementos como las instalaciones físicas, el equipo y el personal son fundamentales, enfatizan la calidad del servicio en términos de las instalaciones físicas y el equipo. Duque (2005) en su investigación también aborda la vista de las instalaciones, el personal y el equipo.

Estas áreas deben ser abordadas mediante mejoras en la infraestructura, presentación del personal y adopción de tecnologías modernas, lo cual no solo incrementará la satisfacción del cliente, sino también la moral y el profesionalismo del personal, (Fuentes W & López A, 2022). Destacan la importancia significativa de las instalaciones, dado que el mantenimiento adecuado de las instalaciones físicas y los equipos representan un desafío importante para el área de servicio.

En base a los resultados obtenidos se puede evidenciar que las PYMES del cantón Quevedo enfrentan desafíos en la satisfacción del cliente, particularmente en la consistencia del servicio, rapidez y amabilidad del personal. Un alto porcentaje de clientes desconfía de la honestidad y transparencia de la empresa, también se observa insatisfacción en la atención personalizada y la comprensión de las necesidades de los clientes.

4.3. PROGRAMAS QUE SE APLICAN PARA LA CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO EN EL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LAS PYMES DEL CANTÓN QUEVEDO

A continuación, se adjunta los resultados de la entrevista aplicada al Ing. MBA. Marco Orlando Franco Cortéz presidente de la Cámara de Comercio de Quevedo, y de las encuestas dirigidas a los propietarios y empleados de las PYMES para conocer los

programas que se aplican para la capacitación del talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente en las PYMES del cantón Quevedo

4.3.1. Entrevista dirigida al Ing. MBA. Marco Orlando Franco Cortéz presidente de la Cámara de Comercio de Quevedo

Tabla 3

Entrevista aplicada al presidente de la Cámara de Comercio de Quevedo

No.	PREGUNTAS	RESPUESTAS	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN
1.	¿Cuáles son los principales programas que se aplican actualmente en las PYMES del cantón Quevedo para poder capacitar al talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente?	Entre los programas que se aplican actualmente para poder capacitar al talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente en las PYMES del cantón Quevedo, se puede mencionar la implementación de programas de capacitación interna, los programas de desarrollo personalizado, la retroalimentación constante, el uso de la tecnología y recursos en línea, el fomento de la colaboración y el intercambio de experiencias.	Los programas que más se utilizan en las PYMES del cantón Quevedo para poder capacitar al talento humano son los programas de capacitación interna, los programas de desarrollo personalizado, la retroalimentación constante, el uso de la tecnología y recursos en línea, el fomento de la colaboración y el intercambio de experiencias. Estos programas han contribuido en el mejoramiento del servicio al cliente en las PYMES del cantón Quevedo
2.	¿Qué inconvenientes se han presentado en la realización de programas de capacitación interna para poder capacitar al talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente?	Uno de los principales inconvenientes que se han presentado en la realización de programas de capacitación interna para poder capacitar al talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente, es que muchos	Lo que incide en la efectividad de la realización de programas de capacitación interna para poder capacitar al talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente, es

		de sus contenidos con frecuencia no han sido actualizados y no se adaptan a las necesidades específicas de cada empresa.	que muchos de sus contenidos con frecuencia carecen de actualización. Se sugiere profundizar en los temas tratados y actualizar regularmente los materiales de capacitación para asegurar su relevancia y aplicabilidad en el entorno empresarial actual.
3.	¿Cuáles son las limitaciones que se han presentado en la aplicación de programas de desarrollo personalizado para poder capacitar al talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente?	Estos programas de desarrollo personalizado, a veces suelen tener una duración irregular, esto puede dificultar la asimilación y aplicación efectiva de los conocimientos adquiridos por parte de los empleados.	La aplicación de programas de desarrollo personalizado, generalmente no tienen una duración prolongada, motivo por el cual no se puede profundizar lo suficiente en la capacitación del personal, lo cual como se mencionó anteriormente, puede dificultar la asimilación y aplicación efectiva de los conocimientos adquiridos por parte de los empleados.
4.	¿Tiene conocimiento si se realiza algún tipo de retroalimentación constante de las capacitaciones recibidas, que incida de manera positiva en el crecimiento y desarrollo de los propietarios de las PYMES del cantón Quevedo?	Una de las limitaciones sobre la retroalimentación constante, es que la frecuencia de estos programas de capacitación es irregular, y depende de factores como la disponibilidad de recursos y la demanda de los empleados. Otro aspecto a considerar es que muchas veces estos programas no pueden ser personalizados, lo cual puede limitar la	La respuesta indica que la frecuencia de los programas de capacitación en las PYMES del cantón Quevedo es irregular y está sujeta a factores como la disponibilidad de recursos, la demanda de los empleados, y que estos programas no pueden ser personalizados. Esto implica que se

		continuidad del desarrollo de habilidades.	puede dificultar la implementación regular y sistemática de programas de capacitación, lo cual puede llevar a interrupciones en el proceso de desarrollo de habilidades y conocimientos de los empleados, dificultando la profundización de los temas tratados y la consolidación de los conocimientos adquiridos.
5.	¿En qué medida se aprovecha la tecnología y los recursos en línea para que los propietarios de las PYMES del cantón Quevedo puedan acceder al contenido de las capacitaciones de manera flexible y autodirigida?	Como presidente de la Cámara de Comercio de Quevedo, reconocemos la importancia de aprovechar la tecnología y los recursos en línea para brindar a los propietarios de las PYMES del cantón Quevedo la oportunidad de acceder al contenido de las capacitaciones de manera flexible y autodirigida. Sin embargo, es importante destacar que existen ciertos inconvenientes que pueden afectar la plena utilización de estos recursos. Uno de los inconvenientes es la brecha digital que puede existir en algunas PYMES del cantón, debido a que no todas las empresas tienen acceso a una infraestructura tecnológica adecuada, lo que dificulta que sus propietarios puedan acceder al contenido de las capacitaciones en línea de manera efectiva. Algunos empleados pueden	En esta respuesta, se resalta la importancia de aprovechar la tecnología y los recursos en línea para brindar flexibilidad y autonomía a los propietarios de las PYMES de Quevedo en el acceso a las capacitaciones. Sin embargo, no todas las empresas tienen una infraestructura tecnológica adecuada, lo que dificulta que sus empleados accedan de manera efectiva al contenido de las capacitaciones en línea. Adicionalmente se menciona que algunos empleados pueden tener dificultades para mantenerse enfocados y comprometidos con la capacitación en línea sin la estructura y el apoyo directo de un instructor o facilitador.

		enfrentar dificultades para mantenerse enfocados y comprometidos con la capacitación en línea sin la estructura y el apoyo directo de un instructor o capacitador	Esto sugiere que la responsabilidad individual y la autodisciplina son elementos clave para el éxito de la capacitación autodirigida.
6.	¿Se motiva el fomento a la colaboración y el intercambio de experiencias entre los empleados de las diferentes PYMES del cantón Quevedo?	El fomento de la colaboración y el intercambio de experiencias entre los empleados, ha sido irregular. Esto ha incidido en que no se promueva la generación de ideas, conocimientos y la adopción de enfoques innovadores para mejorar el servicio al cliente.	Se puede manifestar que, sin un ambiente propicio para la colaboración, es posible que los empleados no compartan sus experiencias exitosas o no aprendan de las experiencias de otros, lo que limita el crecimiento y la mejora en el servicio al cliente, lo cual también puede obstaculizar el aprendizaje y el desarrollo conjunto del talento humano.
7.	¿Se ha presentado algún tipo de resistencia por parte de los propietarios sobre los programas de capacitación que se aplican actualmente en las PYMES del cantón Quevedo?	La falta de tiempo disponible para participar en las capacitaciones, es un tipo de resistencia frecuente en muchos propietarios de las PYMES, los cuales alegan que se encuentran ocupados con sus responsabilidades diarias y que no pueden dedicar tiempo adicional para poder capacitarse. Esto puede deberse a la percepción de que la capacitación es una carga adicional en lugar de una oportunidad para el crecimiento profesional.	Se ha observado cierta resistencia por parte de los propietarios hacia los programas de capacitación en las PYMES de Quevedo. Los inconvenientes identificados incluyen la ausencia de tiempo disponible, la complacencia o resistencia al cambio, y la ausencia de alineación con los objetivos individuales. Superar estos obstáculos requerirá una comunicación efectiva y la adaptación de las capacitaciones a las

			necesidades y expectativas de los empleados.
--	--	--	--

Fuente: Entrevista a presidente de la Cámara de Comercio de Quevedo

Elaborado por: La autora

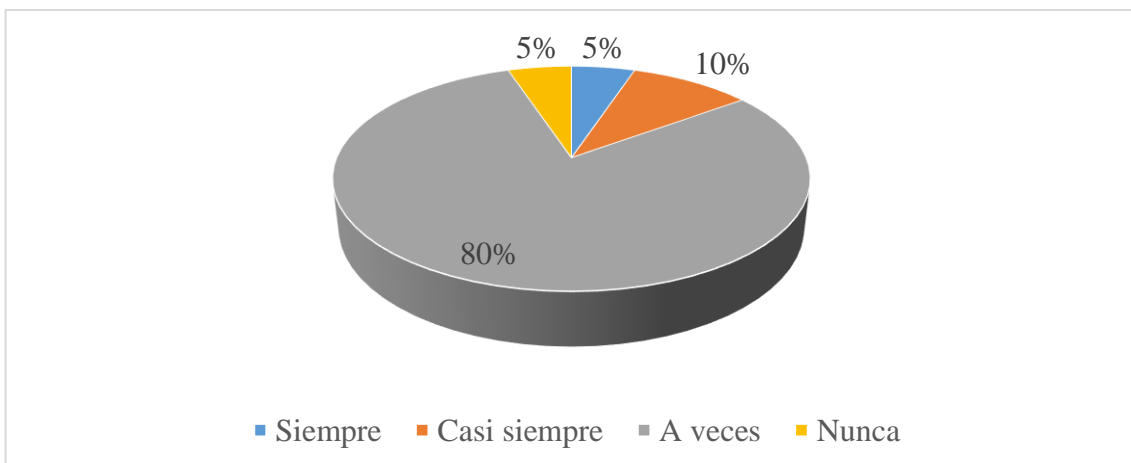
Análisis: La entrevista al presidente de la Cámara de Comercio de Quevedo muestra que las PYMES en Quevedo han implementado diversas estrategias de capacitación, pero enfrentan limitaciones, los programas no siempre están actualizados no tienen una duración regular, lo que afecta su efectividad. La falta de recursos limita la retroalimentación y personalización. La brecha digital dificulta el acceso a recursos en línea, y la baja colaboración entre empleados frena la innovación. Además, los propietarios priorizan tareas diarias sobre la capacitación, lo que retrasa el crecimiento profesional y la mejora del servicio al cliente.

4.3.2. Encuesta aplicada a los propietarios de las PYMES del cantón Quevedo

1. ¿Con que frecuencia se realizan programas de capacitación interna en su empresa para mejorar las habilidades del talento humano en el servicio al cliente?

Figura 11

Realización de programas de capacitación interna en el servicio al cliente



Fuente: Encuesta realizada a propietarios de las PYMES

Elaborado por: La autora

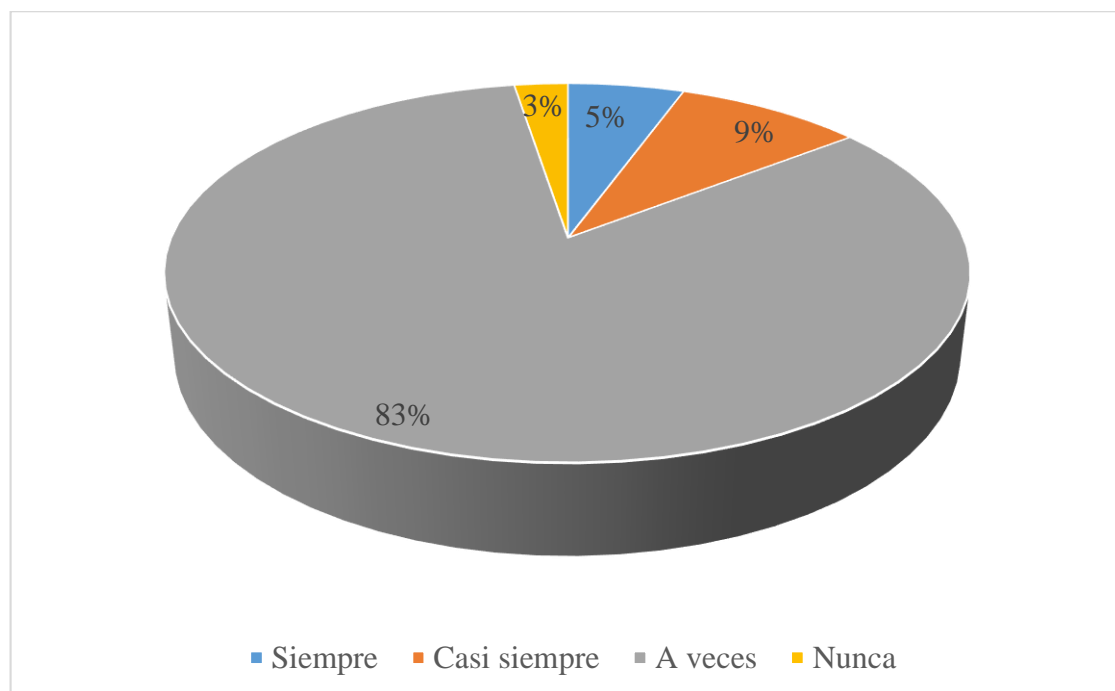
Análisis e Interpretación:

Un porcentaje significativo de personas encuestadas indicaron que a veces se realizan programas de capacitación interna en su empresa para mejorar las habilidades del talento humano en el servicio al cliente. Esto sugiere que no se están realizando con regularidad programas de capacitación interna, lo cual puede estar afectando la efectividad de los programas implementados, causando que pocos empleados se beneficien en áreas de mejora o necesidades específicas que deben abordarse para maximizar el impacto de la capacitación interna.

2. Indique con qué frecuencia se han implementado programas de desarrollo personalizado, para fortalecer las necesidades de desarrollo individual del talento humano de su empresa

Figura 12

Implementación de programas de desarrollo personalizado



Fuente: Encuesta realizada a propietarios de las PYMES

Elaborado por: La autora

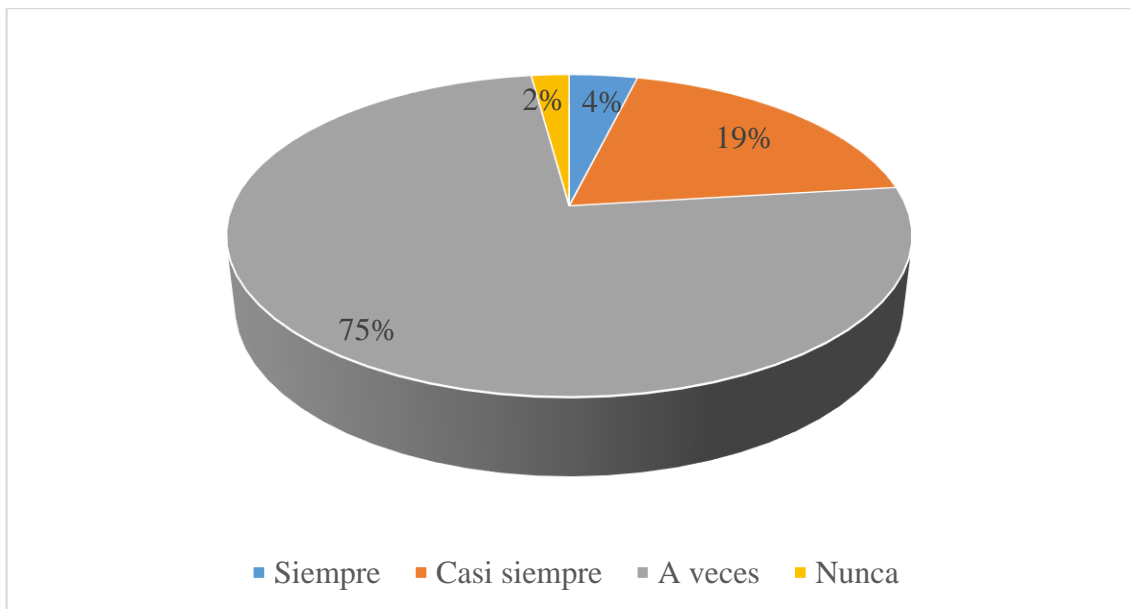
Análisis e Interpretación:

El porcentaje más alto de personas encuestadas manifestaron que a veces se realiza implementación continua de programas de desarrollo personalizado en la organización, para fortalecer las necesidades de desarrollo individual del talento humano de la empresa, lo cual refleja que no se ha logrado el efecto esperado en el fortalecimiento de las necesidades individuales de desarrollo del talento humano.

3. ¿Con qué frecuencia se brinda retroalimentación a los empleados sobre su desempeño en el servicio al cliente?

Figura 13

Frecuencia de retroalimentación para mejorar el servicio al cliente



Fuente: Encuesta realizada a propietarios de las PYMES

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación:

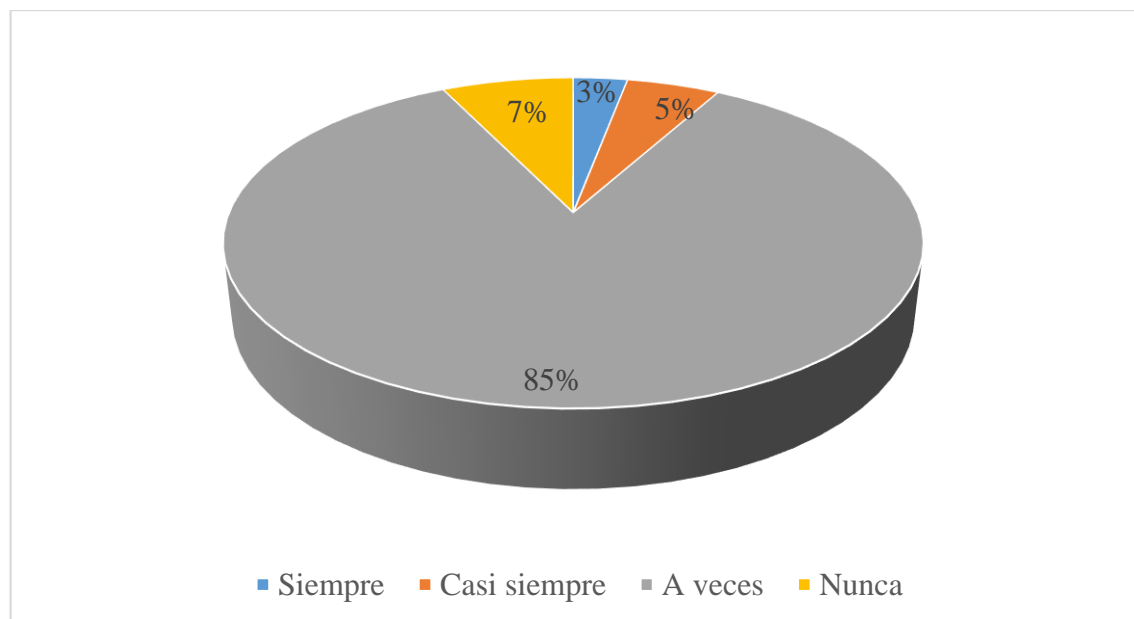
La mayoría de los encuestados manifestaron que a veces se brinda retroalimentación a los empleados sobre su desempeño en el servicio al cliente, lo cual refleja que los propietarios de la PYMES no reciben una retroalimentación constante que mejore su

desempeño en el servicio al cliente. Esto confirma que la mayoría de empleados no estén debidamente retroalimentados sobre su desempeño en el servicio al cliente, lo cual puede limitar su capacidad para adaptarse a los cambios y mantenerse actualizados en sus lugares de trabajo.

4. ¿Considera que se ha implementado tecnología y recursos en línea de manera eficiente para mejorar la capacitación al talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente?

Figura 14

Tecnología y recursos en línea para mejorar la capacitación al talento humano



Fuente: Encuesta realizada a propietarios de las PYMES

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación:

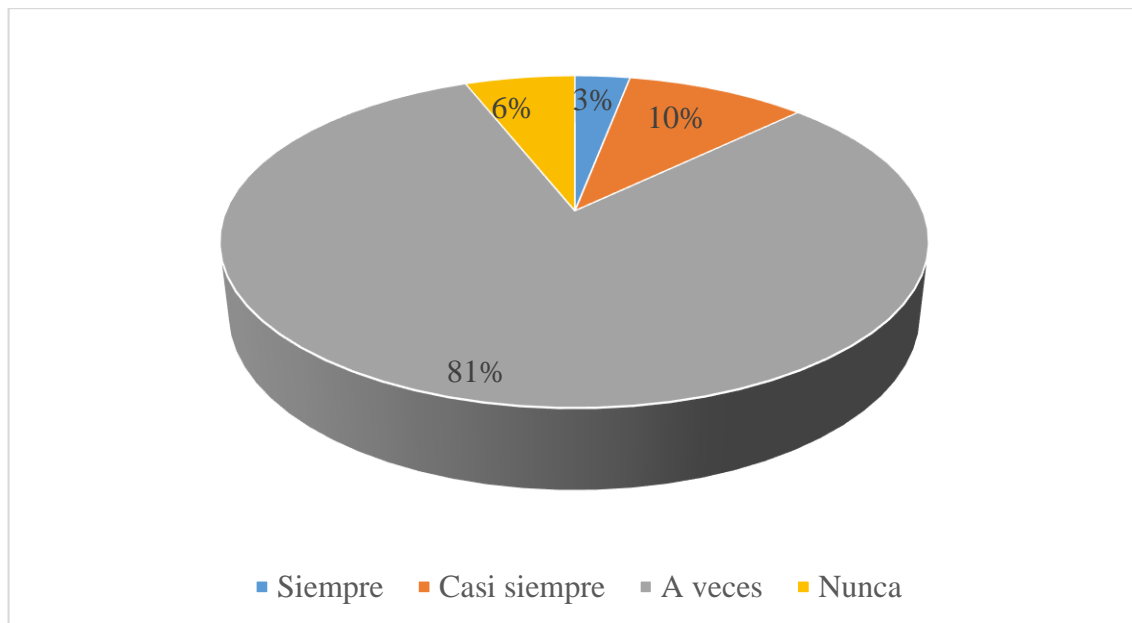
Los resultados obtenidos indican que la mayoría de los encuestados considera que la tecnología y los recursos en línea a veces han sido implementados por su empresa de manera eficiente para mejorar la capacitación al talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente. Por el contrario, un reducido porcentaje de los propietarios

encuestados manifestaron que siempre se han implementado estos recursos, y que han incidido de manera positiva en el mejoramiento del servicio al cliente, lo que indica que la utilización eficiente de estas tecnologías y recursos en línea no ha sido constante, lo que podría indicar que no se ha realizado una utilización adecuada y frecuente en el uso de estas tecnologías o una implementación deficiente de las mismas.

5. ¿Existe un ambiente propicio para la colaboración y el intercambio de experiencias entre todos los que conforman el talento humano de su empresa?

Figura 15

Ambiente propicio para el intercambio de experiencias



Fuente: Encuesta realizada a propietarios de las PYMES

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación:

Se manifestó que a veces existe un ambiente propicio, lo que implica que no se han realizado esfuerzos por promover la colaboración y el intercambio de experiencias entre el personal, lo cual puede tener un efecto negativo en su desarrollo profesional y en el fortalecimiento de las competencias del talento humano. Esta deducción puede resultar

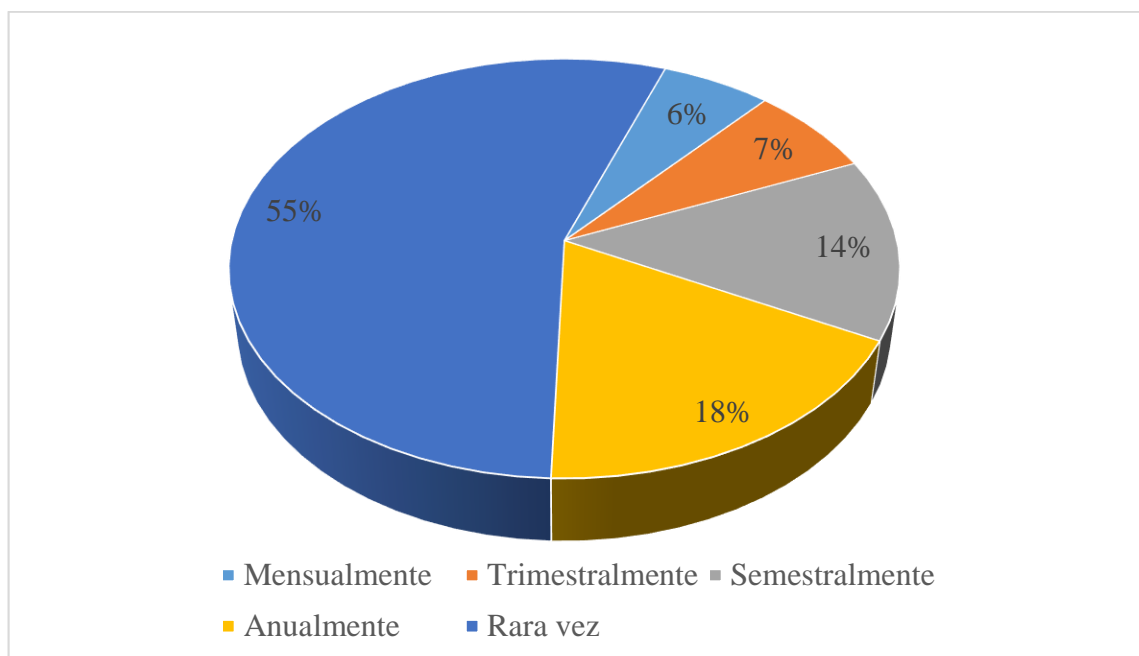
preocupante, ya que se sugiere que, en la mayoría de los casos, no se ha logrado mantener un ambiente propicio de manera consistente para la colaboración y el intercambio de experiencias entre el talento humano. Esto puede incidir en que se pierda la oportunidad de aprovechar el conocimiento y las experiencias de los demás miembros del equipo para fortalecer al talento humano, lo que puede limitar su desarrollo y aprendizaje.

4.3.3. Encuesta aplicada a los empleados que laboran en las diferentes PYMES del cantón Quevedo

1. ¿Con qué frecuencia recibe capacitaciones en su lugar de trabajo?

Figura 16

Frecuencia de capacitaciones recibidas



Fuente: Encuesta realizada a empleados de las diferentes PYMES del cantón Quevedo.

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación:

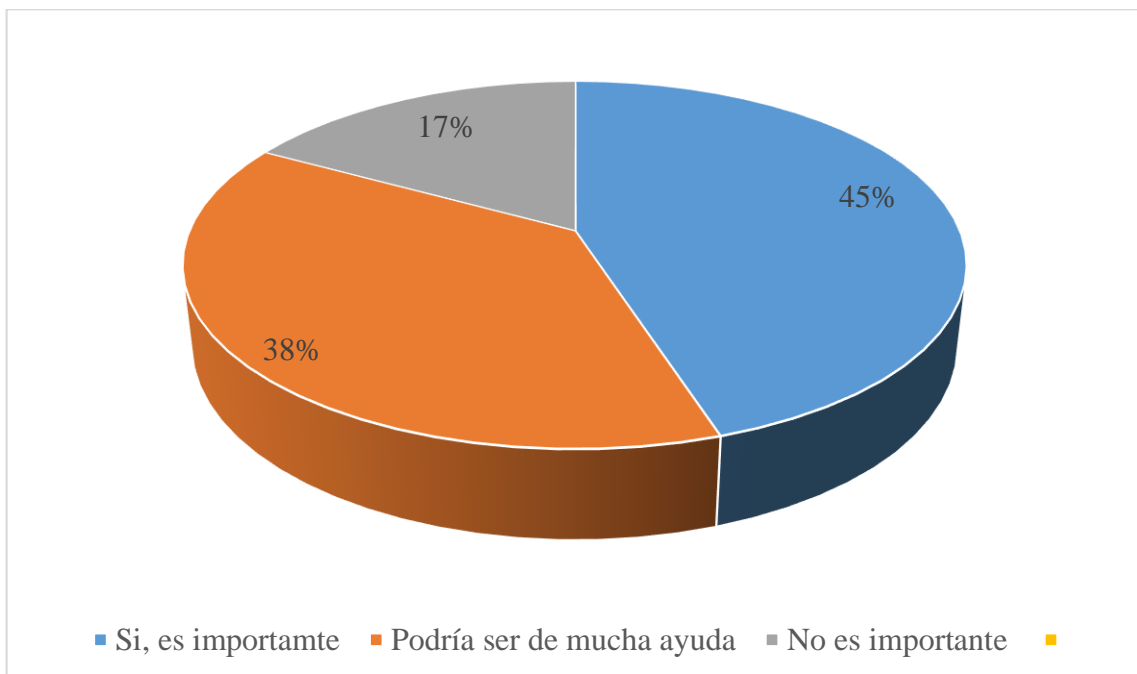
Los resultados indican que más de la mitad de los empleados en las PYMES casi no reciben capacitaciones. Y una minoría manifestó que, si reciben, pero anualmente. Esto

sugiere una posible falta de inversión en el desarrollo profesional y la mejora de habilidades dentro de las PYMES.

2. ¿Cree que la frecuencia de las capacitaciones es importante para mantenerlo actualizado en su trabajo?

Figura 17

Importancia de la frecuencia de las capacitaciones



Fuente: Encuesta realizada a empleados de las diferentes PYMES del cantón Quevedo.

Elaborado por: La autora

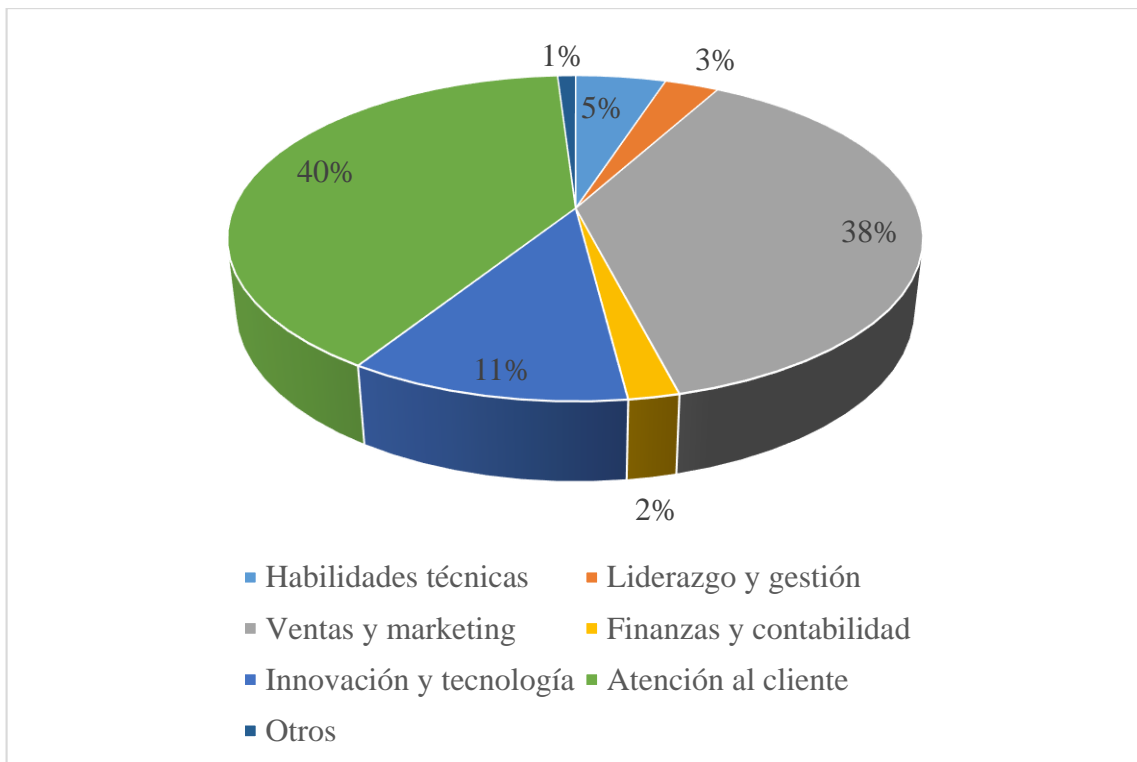
Análisis e Interpretación:

La mayoría de los encuestados reconoce que las capacitaciones frecuentes tienen un valor importante o, al menos, un impacto positivo en su desarrollo profesional y actualización en el trabajo. Esto puede ser una señal para las organizaciones de que la formación constante es apreciada por los empleados.

3. ¿Cuáles de los siguientes temas se han tratado en las capacitaciones que ha recibido? (seleccione todos los que correspondan)

Figura 18

Temas tratados en las capacitaciones



Fuente: Encuesta realizada a empleados de las diferentes PYMES del cantón Quevedo.
Elaborado por: La autora

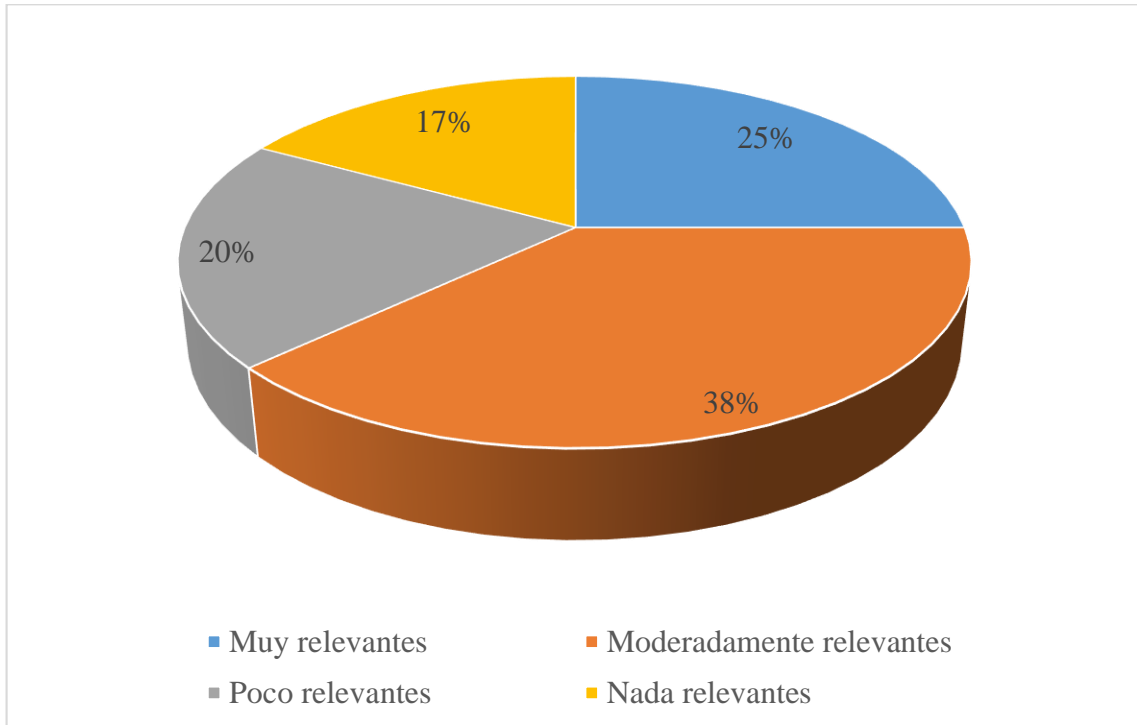
Análisis e Interpretación:

Los resultados muestran que las capacitaciones están enfocadas en áreas clave para el éxito de las PYMES, como la atención al cliente y también ventas y marketing. Lo cual indica que las PYMES está priorizando el desarrollo de competencias relacionadas con la interacción con el cliente y el crecimiento comercial. Estos son temas esenciales para el crecimiento y sostenibilidad de muchas empresas, pero puede ser relevante evaluar si están cubriendo otras áreas que también puedan ser importantes para los empleados.

4. ¿Los temas abordados en las capacitaciones son relevantes para su área de trabajo?

Figura 19

Relevancia de los temas abordados en las capacitaciones



Fuente: Encuesta realizada a empleados de las diferentes PYMES del cantón Quevedo.
Elaborado por: La autora

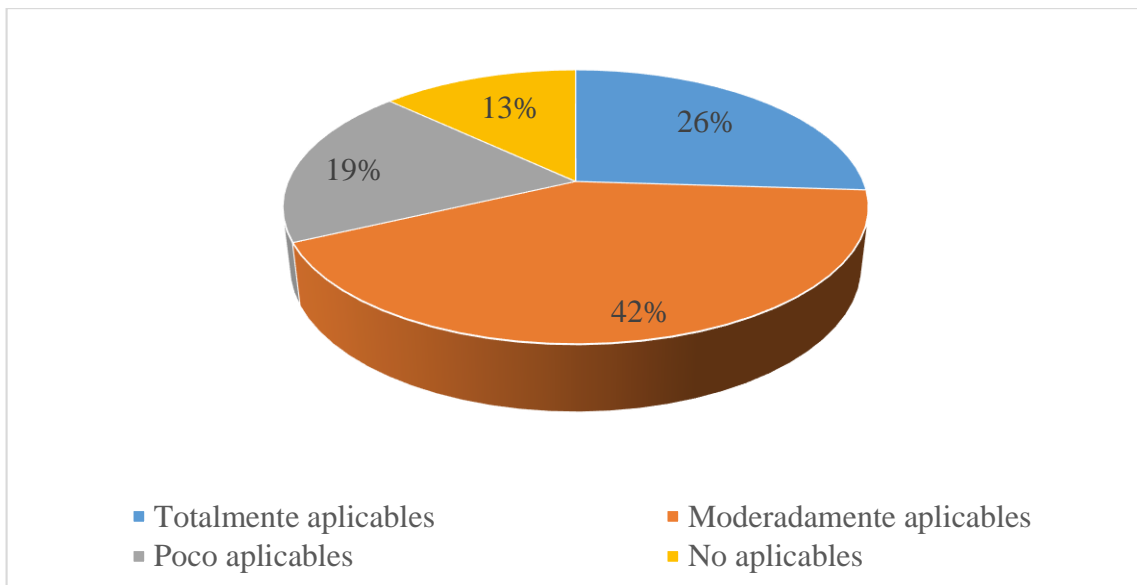
Análisis e Interpretación:

Este resultado revela que hay margen de mejora en la educación de los contenidos de las capacitaciones. Si bien no son vistas como irrelevantes, tampoco están siendo percibidas como altamente relevantes, lo que podría reducir la efectividad del programa de formación. Las organizaciones podrían aprovechar esta información para ajustar y personalizar mejor los temas de capacitación a las demandas específicas de cada área de trabajo.

5. ¿Las habilidades y conocimientos adquiridos durante las capacitaciones han sido aplicables a su puesto de trabajo?

Figura 20

Habilidades y conocimientos aplicables



Fuente: Encuesta realizada a empleados de las diferentes PYMES del cantón Quevedo.
Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación:

El 42% de los empleados respondieron que los temas son moderadamente aplicables, esto indica que, una gran parte considera que las capacitaciones ofrecen herramientas útiles, estas no siempre se traducen directamente en mejoras o soluciones prácticas en su trabajo. En otras palabras, las habilidades y conocimientos adquiridos tienen cierta utilidad, pero no son completamente aprovechables o aplicables a las tareas diarias de los empleados.

4.3.4. Discusión de resultados del objetivo 3:

De acuerdo a la entrevista con el presidente de la Cámara de Comercio, como la encuesta a los propietarios y empleados de las PYMES del cantón Quevedo.

se obtuvieron los siguientes resultados:

La implementación de programas de capacitación interna, los programas de desarrollo personalizado, la retroalimentación constante, el uso de la tecnología y recursos en línea, el fomento de la colaboración y el intercambio de experiencias en las PYMES, tienen un gran potencial, pero su efectividad se ve afectada por una implementación irregular, como señala Morales F. et al. (2019), quien en su investigación destaca la importancia de la calidad en el servicio al cliente para el crecimiento empresarial. La falta de retroalimentación frecuente limita la mejora continua. Además, la brecha digital y la insuficiente infraestructura tecnológica dificultan el uso efectivo de herramientas digitales, lo que, según Sumba-Bustamante et al. (2020), requiere inversiones. Por último, la resistencia de los propietarios a la capacitación mencionada por Nolan y Garavan (2016), impacta negativamente en su implementación y desarrollo.

Como se ha podido observar, los resultados de las fuentes de investigación muestran que, aunque existen varios programas para la capacitación del talento humano en las PYMES, su efectividad está limitada por problemas de motivación, actualización, duración, consistencia y frecuencia. Estupiñan (2021), en su investigación afirma que todos estos conflictos ocurren y son provocados por la carencia de motivación y formación del personal, quienes necesitan ciertos lineamientos y recursos para ofrecer un servicio de calidad. Abordar estas limitaciones con mejor planificación, inversión en tecnología y promoción de la colaboración puede mejorar significativamente el desempeño y desarrollo de los empleados.

Los resultados revelaron que los programas de capacitación interna son ampliamente utilizados para mejorar el servicio al cliente. Sin embargo, en las PYMES de Quevedo

estos programas carecen de regularidad y actualización, lo que reduce su efectividad. La falta de contenidos actualizados y adaptados a las necesidades específicas de cada empresa limita la mejora continua en el servicio al cliente. Es esencial realizar revisiones periódicas y ajustes continuos de los contenidos de estos programas para asegurar que los empleados estén bien equipados para brindar un servicio al cliente de alta calidad.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Lo único que necesita el mal para triunfar, es que los hombres buenos no hagan nada.

Edmund Burke

5.1. CONCLUSIONES

En base a los resultados obtenidos se concluye lo siguiente:

Los resultados de la investigación destacan varias áreas clave para mejorar el servicio al cliente en las PYMES del cantón Quevedo. Se subraya la importancia de implementar modelos de evaluación del talento humano como el SERVPERF, que es una herramienta clave para mejorar la calidad del servicio al cliente y la eficiencia operativa. Adaptar estos modelos a las particularidades de cada empresa permite identificar y corregir deficiencias en los procesos, lo que mejora la satisfacción y fidelización de los clientes, y contribuye al crecimiento de las empresas. Además, un enfoque correcto sin duda es esencial para el éxito de este tipo de evaluaciones, logrando un servicio más eficiente y una mejor reputación de la empresa.

La percepción de los clientes respecto a la calidad del servicio ofrecido por las PYMES del cantón Quevedo, basados en el modelo SERVPERF, revelan varias áreas críticas que requieren atención. Específicamente en la presentación de sus instalaciones físicas, el equipo y el personal. Los resultados sugieren que, para mejorar la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa, estas empresas deben invertir en la modernización de sus infraestructuras, la profesionalización de su personal y la adopción de tecnologías modernas. Estas mejoras no solo elevarán la percepción del servicio por parte de los clientes, sino también la moral interna del personal.

La investigación muestra que, aunque las PYMES utilizan programas de capacitación interna para mejorar el servicio al cliente, su efectividad en las PYMES de Quevedo está limitada por la falta de regularidad, actualización y retroalimentación. La carencia de contenidos adaptados y una implementación inconsistente impiden una mejora continua,

lo que afecta tanto el desempeño de los empleados como la calidad del servicio. Superar estos desafíos requiere mejor planificación, mayor inversión en infraestructura tecnológica y promoción de la colaboración. Además, es esencial revisar y ajustar periódicamente los programas para garantizar que el personal esté preparado para ofrecer un servicio de alta calidad.

5.2. RECOMENDACIONES

En base a las conclusiones se recomienda lo siguiente:

Implementar el modelo SERVPERF en las PYMES de Quevedo, para evaluar y mejorar continuamente la calidad del servicio al cliente. Este modelo ayudará a identificar y corregir discrepancias entre las expectativas y percepciones del cliente, es fundamental involucrar a los empleados en el proceso de evaluación y desarrollo para fomentar su compromiso y reforzar sus habilidades, resultando en una mayor satisfacción laboral. Además, se sugiere que las evaluaciones se realicen de manera regular y con un enfoque estratégico, asegurando que los resultados obtenidos se traduzcan en acciones concretas para mejorar la satisfacción del cliente, impulsando así el crecimiento sostenible de las PYMES.

Se recomienda que las PYMES del cantón Quevedo prioricen inversiones en la modernización de sus infraestructuras y adopción de tecnologías modernas para mejorar la percepción de la calidad del servicio. Esto incluye mejorar la apariencia y el mantenimiento de sus instalaciones físicas, así como actualizar el equipo utilizado. Además, es esencial enfocarse en la profesionalización del personal mediante capacitaciones regulares y fortalecimiento de habilidades.

Se recomienda que las PYMES del cantón Quevedo establezcan un plan de capacitación estructurado y continuo, con actualizaciones periódicas de los contenidos para asegurar su relevancia y adaptabilidad a las necesidades específicas de la empresa. Es crucial implementar mecanismos de retroalimentación regular que permitan ajustar los programas de formación según el desempeño y las observaciones de los empleados. Una planificación cuidadosa y continua puede mejorar significativamente el servicio al cliente y el desarrollo del talento humano en las PYMES del cantón Quevedo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, L., & Ramos, A. (2019). *La gestión del talento humano y el desempeño laboral en la cooperativa de ahorro y crédito educadores de Pastaza*. Repositorio Institucional Uniandes. <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/793>
- Amonzabel, M. (2021). Aplicación del modelo Servperf en los servicios de telefonía móvil en la ciudad de Sucre (2019-2020). *Revista Digital Investigación y Negocios*, 14(23), 1 - 24. <https://doi.org/http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v14n23/2521-2737-riyn-14-23-88.pdf>
- Arechúa, W. (2021). *Gestión del talento humano y su impacto en el desarrollo integral del centro de salud tipo c san jacinto de Buena Fe, 2020*. Repositorio Universidad Técnica Estatal de Quevedo. <https://repositorio.uteq.edu.ec/handle/43000/6370>
- Arrobo, W. (2019). *Modelo de gestión del talento humano por competencias de la empresa Cimpexa s.a.* Repositorio UTE.
- Asamblea Nacional . (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Registro Oficial 449 de 20-oct-2008 Última modificación: 13-jul-2011.
- Bernal, C. (2020). *Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Tercera Edición*. Bogotá: Pearson Educación.
- Bustamante , M., Bustamante, C., Caamano, V., & Cabezas, F. (2019). Análisis de la gestión de procesos administrativos en el departamento de talento humano. *San Gregorio*, <https://revista.sangregorio.edu.ec/index.php/REVISTASANGREGORIO/article/view/869>.

- Cabrera, E. (2020). *Estudio de la percepción de la calidad del servicio en los restaurantes ubicados en el sector circundante a un polo universitario de Quito, mediante el Modelo SERVPERF*. Repositorio Escuela Politécnica Nacional. <https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/20863/1/CD%2010384.pdf>
- Chiavenato, I. (2020). *Gestión del talento humano: el nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones*. McGraw-Hill Interamericana. <https://doi.org/1456269844,9781456269845>
- Código del Trabajo. (2015). *Código del Trabajo*. Registro Oficial Suplemento 167 de 16-dic-2005 Última modificación: 26-sep-2015.
- Cuarán, M., & Sánchez, G. (2023). *Manual de funciones y procedimientos para la empresa Curtiduría Calderón de la ciudad de Cotacachi*. Repositorio Institucional Uniandes. <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/16252>
- De Miguel, M., & Solis, J. (2020). *Manual de funciones para mejorar la gestión organizacional de la cooperativa de transporte santo domingo, del cantón Santo Domingo, 2019*. Repositorio Institucional Uniandes. <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/11269>
- Espinoza, K., & Montalvo, J. (2021). *Gestión del talento humano y desempeño laboral del personal administrativo de la Zona Registral N.º VIII-Sede Huancayo en tiempos de COVID-19*. Repositorio Universidad Continental. https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/10409/2/IV_PG_MRHGO_TE_Espinoza_Montalvo_2021.pdf
- Estupiñan, D. (2021). *Dirección del talento humano y su incidencia en la calidad del servicio en el gobierno autónomo descentralizado provincial de Los Ríos, periodo*

2020. *plan de formación continua*. Repositorio Universidad Técnica Estatal de Quevedo. <https://repositorio.uteq.edu.ec/handle/43000/6351>
- Fernández, C. (2019). *Metodología de la investigación 5 ta Edición*. Madrid: McGraw-Hill.
- Fernández, M. (2019). *El control, fundamento de la gestión por procesos*. Madrid - España: Esic Editorial.
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. (2019). *Ley Orgánica de Defensa del Consumidor*. Registro Oficial.
- Martínez, A. (2019). *Gestión por procesos de negocio: Organización horizontal*. Madrid - España: Editorial del Economista.
- Medina , A. (2019). *Gestión por procesos y creación de valor público: un enfoque analítico*. Santo Domingo - República Dominicana: Editorial Mc Graw Hill.
- Mendoza, V., & Sobeida, J. (2021). Procesos de Gestión Administrativa, un recorrido desde su origen. *POCAIP*, 6(3), 1-16. <https://doi.org/https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i3.414>
- Morales, C. (2019). *Modelo de gestión del talento humano aplicado al sector de servicios de transporte de la provincia de Tungurahua*". Repositorio Universidad Técnica de Ambato. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27621/1/465%20O.E..pdf>
- Moscoso, M. (2019). *Evaluación del estado de reclutamiento laboral en el Ecuador*. Consultoría.
- Ortega , P. (2019). *Implementación de un Proceso de Inducción para el nuevo personal de BANEQUADOR B.P*. Repositorio Universidad Tecnológica Israel.

- Palacios, I. (2021). *Gestión administrativa del talento humano y su incidencia en el desempeño laboral del personal administrativo y trabajadores de la universidad técnica estatal de Quevedo*. Repositorio Universidad Técnica Estatal de Quevedo.
<https://repositorio.uteq.edu.ec/handle/43000/6380>
- Palacios, T. (2019). *Gestión del Talento Humano en la empresa Máster PC de la ciudad de Loja*. Repositorio Universidad Nacional de Loja.
<https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/10747/1/TERESA%20PALACIOS%20BIBLIOTECA.pdf>
- Peña , J. (2020). *Modelo de desarrollo del talento humano basado en competencias para la Organización Compasión Ecuador*. Repositorio Universidad Andina Simón Bolívar.
- Pérez, J. (2019). *Gestión por procesos*. Madrid - España: Esic Editorial.
- Vélez, C. (2021). *Gestión del Talento Humano y su efecto en la atención a los usuarios del GAD Municipal del cantón Pichincha. Propuesta para mejorar el servicio al usuario*. Repositorio Universidad Técnica Estatal de Quevedo.
<https://repositorio.uteq.edu.ec/server/api/core/bitstreams/8b7d334f-aaac-449b-9001-e65a1e4f84c8/content>

ANEXOS

Anexo 1. Certificación Compilatio

UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO FACULTAD DE POSGRADO

PARA Dr. Byron Oviedo Bayas PhD. – Decano Facultad de Posgrado UTEQ
DE: Ing. Emma Mendoza Vargas M.Sc.
Docente Tutor Proyecto Investigación
ASUNTO: Informe plataforma COMPILATIO de dirección de proyecto de
Investigación
FECHA: Quevedo, 01 de octubre de 2024

De mis consideraciones:

Adjunto el presente sírvase encontrar el documento final del Proyecto de Investigación titulado: “INFLUENCIA DE LA CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO EN EL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LAS PYMES DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2023”. Elaborado por la Lcda. Gabriela Rocío Mena Subiaga, previo a la obtención del título de Magíster en Administración de Empresas, que fue elaborado bajo mi dirección, el mismo que cumple con los componentes que exige el Reglamento General de Grados y Títulos de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo e incluye el informe del Software Antiplagio COMPILATIO, el cual avala los niveles de originalidad en un 93% y de similitud del 7%, del trabajo investigativo.

 CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

INFLUENCIA DE LA CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO EN EL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LAS PYMES DEL CANTÓN QUEVEDO 2023

7% Textos sospechosos

6% Similitudes
0% similitudes entre comillas
< 1% entre las fuentes mencionadas

< 1% Idiomas no reconocidos

Nombre del documento: INFLUENCIA DE LA CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO EN EL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LAS PYMES DEL CANTÓN QUEVEDO 2023.docx ID del documento: cd8c95f271846648f209a68c05215520b1b53138 Tamaño del documento original: 3,83 MB	Depositante: EMMA YOLANDA MENDOZA VARGAS Fecha de depósito: 01/10/2024 Tipo de carga: interface fecha de fin de análisis: 01/10/2024	Número de palabras: 37.346 Número de caracteres: 251.828
---	---	---

Con sentimientos de distinguida consideración,

Cordialmente



Firmado electrónicamente por:
EMMA
YOLANDA
MENDOZA
VARGAS

Ing. Emma Mendoza Vargas, MSc.
Directora de Proyecto de Investigación

Anexo 2. Solicitud de autorización dirigida al presidente de la Cámara de Comercio de Quevedo para realizar la investigación

Quevedo, 25 de enero del 2024

Ing. MBA
Marco Orlando Franco Cortéz
Presidente de la Cámara de Comercio de Quevedo
Ciudad.

De mis consideraciones

Anteponiendo un fraterno y afectuoso saludo de parte de la Lcda. Gabriela Rocío Mena Subiaga, con cédula de ciudadanía C.I. # 1205459843, por medio de la presente me dirijo a usted para solicitarle se me permita realizar una INVESTIGACIÓN ACADÉMICA en la institución que usted acertadamente dirige. La solicitud la realizo ya que me encuentro realizando mi proyecto de maestría en Administración de Empresas, la misma que tiene como tema INFLUENCIA DE LA CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO EN EL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LAS PYMES DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2023.

Esperando su pronta respuesta quedo de usted muy agradecida

Atentamente,



Lcda. Gabriela Rocío Mena Subiaga
C.I. # 120545984-3

Anexo 3. Carta de autorización del presidente de la Cámara de Comercio de Quevedo para realizar la investigación para realizar investigación.



Quevedo, 01 de febrero del 2024

Licenciada.
Gabriela Rocio Mena Subiaga
ESTUDIANTE DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS EN LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO (UTEQ)
Ciudad.

De mi consideración

Reciba un cordial saludo de quienes hacemos parte de la Cámara de Comercio de Quevedo.

En atención a la solicitud presentada con fecha 25 de enero del 2024, suscrita por usted solicitando el acceso de información por parte de la Cámara de Comercio de Quevedo, para realizar su trabajo de investigación con el tema INFLUENCIA DE LA CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO EN EL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LAS PYMES DEL CANTÓN QUEVEDO 2023.

Doy a conocer que se brindarán todas las facilidades solicitadas, permitiéndole el acceso a la documentación que usted requiera por parte del personal que labora en la parte administrativa la Cámara de Comercio de Quevedo, con la finalidad de que pueda realizar su trabajo de titulación para la consecución del título de Maestría de Administración de Empresas, en la Universidad Técnica Estatal de Quevedo (UTEQ).

En tal virtud se autoriza para que la maestrante Lcda. Gabriela Rocio Mena Subiaga, pueda realizar su trabajo de investigación.

Atentamente



Ing. MBA. Marco Orlando Franco Cortés
Presidente Cámara de Comercio de Quevedo

Calle séptima entre Sixto de Octubre y Bolívar
052 758 031
camaradecomercio.quevedo
ccomercioquevedo1@yahoo.es
Quevedo - Ecuador

Anexo 4. Formato de preguntas aplicado a una muestra de propietarios de las PYMES del cantón Quevedo



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CUESTIONARIO DE ENCUESTA APLICADO A LOS PROPIETARIOS DE LAS PYMES DEL CANTÓN QUEVEDO

TEMA: INFLUENCIA DE LA CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO EN EL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LAS PYMES DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2023.

Objetivo de la encuesta: Recopilar información mediante la aplicación de un cuestionario de encuesta aplicado a propietarios de las PYMES del cantón Quevedo, que permita determinar la influencia de la capacitación del talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente en las PYMES del cantón Quevedo, año 2023.

Compromiso: Solicitamos a Ud. de la manera más respetuosa se digne respondernos el siguiente cuestionario de preguntas. Como investigadora me comprometo a guardar absoluta reserva y confidencialidad sobre la información que usted proporcione.

Instrucción: Responder con la mayor seriedad y sinceridad posible cada una de las preguntas planteadas en el cuestionario adjunto.

OBJETIVO ESPECÍFICO 1: MODELOS DE EVALUACIÓN AL TALENTO HUMANO PARA MEDIR LA CALIDAD DEL SERVICIO PERCIBIDA POR LOS CLIENTES

1. ¿Cuál de los siguientes modelos enfocados en la evaluación de la calidad del servicio considera que es el más efectivo para implementar en las PYMES?

Opciones	Respuesta
SERVQUAL	()
SERVPERF	()
RATER	()
OTROS	()

2. ¿Considera usted que el modelo SERVPERF puede mejorar el servicio al cliente en las PYMES del cantón Quevedo?

Opciones	Respuesta
Totalmente de acuerdo	()
De acuerdo	()
Totalmente en desacuerdo	()
En desacuerdo	()

3. ¿Qué aspectos se pueden mejorar al utilizar el modelo SERVPERF en las PYMES del cantón Quevedo?

Opciones	Respuesta
Expectativas y necesidades específicas de los clientes.	()
Estándares de calidad y rendimiento medibles.	()
Evaluación objetiva del desempeño del personal	()
Mejora en la satisfacción y fidelización de los clientes.	()
Habilidades y competencias para un mejor servicio al cliente.	()

4. ¿Cuál cree usted que sería el impacto de implementar el modelo SERVPERF en las PYMES del cantón Quevedo para mejorar la atención al cliente?

Opciones	Respuesta
Un impacto significativo en la atención al cliente	()
Algún impacto significativo en la atención al cliente	()
Un menor impacto en la atención al cliente	()

5. ¿Qué recursos considera usted necesarios para implementar con éxito el modelo SERVPERF en las PYMES del cantón Quevedo?

Opciones	Respuesta
Recursos financieros para capacitación.	()
Plataformas tecnológicas para uso empresa	()
Herramientas de aprendizaje en línea.	()
Tiempo dedicado a la capacitación y desarrollo del personal.	()
Apoyo y compromiso de la alta dirección de la empresa.	()

Anexo 5. Formato de preguntas cuestionario modelo SERVPERF aplicado a una muestra por conveniencia de clientes de las PYMES del cantón Quevedo



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**CUESTIONARIO MODELO SERVPERF APLICADO A LOS CLIENTES DE
LAS PYMES DEL CANTÓN QUEVEDO**

TEMA: INFLUENCIA DE LA CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO EN EL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LAS PYMES DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2023.

Objetivo de la encuesta: Recopilar información mediante la aplicación de un cuestionario modelo SERVPERF aplicado a una muestra por conveniencia de clientes de las PYMES del cantón Quevedo, que permita determinar la influencia de la capacitación del talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente en las PYMES del cantón Quevedo, año 2023.

Compromiso: Solicitamos a Ud. de la manera más respetuosa se digne respondernos el siguiente cuestionario de preguntas. Como investigadora me comprometo a guardar absoluta reserva y confidencialidad sobre la información que usted proporcione.

Instrucción: Responder con la mayor seriedad y sinceridad posible cada una de las preguntas planteadas en el cuestionario adjunto.

OBJETIVO ESPECÍFICO 2: PERCEPCIÓN DE LOS CLIENTES RESPECTO A LA CALIDAD DEL SERVICIO OFRECIDO POR LAS PYMES DEL CANTÓN QUEVEDO

DIMENSIONES	INTERROGANTES	RESPUESTAS				
		(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
ELEMENTOS TANGIBLES	1. Apariencia de las instalaciones físicas (fachada, limpieza, etc.).					
	2. Presentación del personal (uniforme, higiene, etc.).					
	3. Limpieza y mantenimiento de las instalaciones (baños, oficinas, etc.).					
	4. Modernidad de los equipos y tecnología (computadoras, software, etc.).					

FIABILIDAD	5. Capacidad de cumplir con las promesas y los plazos (entrega a tiempo, información precisa).				
	6. Precisión en la ejecución del servicio (facturas correctas, información clara).				
	7. Confiabilidad en el servicio prestado (cumplimiento de normas, seguridad).				
	8. Consistencia en el rendimiento del servicio (misma calidad en diferentes ocasiones).				
CAPACIDAD DE RESPUESTA	9. Rapidez en la atención al cliente (tiempo de espera, respuesta a consultas).				
	10. Disponibilidad del personal para atender al cliente (amabilidad, accesibilidad).				
	11. Cordialidad del personal en el trato con el cliente (respeto, empatía).				
	12. Disposición para ayudar al cliente (solución de problemas, atención personalizada).				
	13. Accesibilidad al servicio (ubicación, horarios de atención).				
	14. Flexibilidad en las opciones de servicio (adaptación a las necesidades del cliente).				
SEGURIDAD	15. Confianza en la empresa y sus empleados (honestidad, transparencia).				
	16. Seguridad personal del cliente en las instalaciones (vigilancia, prevención de riesgos).				
	17. Protección de la información personal del cliente (confidencialidad, seguridad de datos).				
	18. Cumplimiento de las normas y regulaciones (leyes, estándares de calidad).				
EMPATÍA	19. Comprensión de las necesidades del cliente (escucha activa, atención a detalles).				
	20. Atención personalizada al cliente (trato individualizado, soluciones a medida).				
	21. Interés por el bienestar del cliente (preocupación por sus necesidades).				
	22. Capacidad para ponerse en el lugar del cliente (comprender sus emociones).				

Anexo 6. Formato de preguntas de entrevista aplicada al presidente de la Cámara de Comercio de Quevedo para realizar la investigación



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CUESTIONARIO DE ENTREVISTA APLICADO AL ING. MBA. MARCO ORLANDO FRANCO CORTÉZ PRESIDENTE DE LA CÁMARA DE COMERCIO DEL CANTÓN QUEVEDO

TEMA: INFLUENCIA DE LA CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO EN EL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LAS PYMES DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2023.

Objetivo de la entrevista: Recopilar información mediante la aplicación de un cuestionario de entrevista al presidente de la Cámara de Comercio de Quevedo, que permita determinar la influencia de la capacitación del talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente en las PYMES del cantón Quevedo, año 2023.

Compromiso: Solicitamos a Ud. de la manera más respetuosa se digne respondernos el siguiente cuestionario de preguntas. Como investigadora me comprometo a guardar absoluta reserva y confidencialidad sobre la información que usted proporcione.

Instrucción: Responder con la mayor seriedad y sinceridad posible cada una de las preguntas planteadas en el cuestionario adjunto.

1. Identificación de la empresa

Razón social de la empresa:	Cámara de Comercio de Quevedo
RUC:	1291700035001
Dirección:	Calle 7ma y 7 de octubre

Tiempo de funcionamiento:	5 años
Teléfono:	0994222945 – 052758031
Email:	

2. Tipo de infraestructura de la empresa

Propia			Arrendada		Comodato		Otros	

Por favor especifique.....

3. Nivel de formación académica:

Primaria			Secundaria		Tercer nivel		Cuarto nivel	
----------	--	--	------------	--	--------------	--	--------------	--

4. Título académico obtenido.....

5. Estado civil del entrevistado:

Soltero		Casado		Unión Libre		Divorciado		Viudo	
---------	--	--------	--	-------------	--	------------	--	-------	--

Adjunto: Cuestionario de entrevista

6. Cuestionario de preguntas

OBJETIVO ESPECÍFICO 3: PROGRAMAS QUE SE APLICAN PARA LA CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO EN EL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LAS PYMES DEL CANTÓN QUEVEDO		
No.	PREGUNTAS	RESPUESTAS
1.	¿Cuáles son los principales programas que se aplican actualmente en las PYMES del cantón Quevedo para poder capacitar al talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente?	
2.	¿Qué inconvenientes se han presentado en la realización de programas de capacitación interna para poder capacitar al talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente?	
3.	¿Cuáles son las limitaciones que se han presentado en la aplicación de programas	

	de desarrollo personalizado para poder capacitar al talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente?	
4.	¿Tiene conocimiento si se realiza algún tipo de retroalimentación constante de las capacitaciones recibidas, que incida de manera positiva en el crecimiento y desarrollo de los propietarios de las PYMES del cantón Quevedo?	
5.	¿En qué medida se aprovecha la tecnología y los recursos en línea para que los propietarios de las PYMES del cantón Quevedo puedan acceder al contenido de las capacitaciones de manera flexible y autodirigida?	
6.	¿Se motiva el fomento a la colaboración y el intercambio de experiencias entre los empleados de las diferentes PYMES del cantón Quevedo?	
7.	¿Se ha presentado algún tipo de resistencia por parte de los propietarios sobre los programas de capacitación que se aplican actualmente en las PYMES del cantón Quevedo?	

Anexo 7. Formato de preguntas encuesta aplicada a una muestra de propietarios de las PYMES del cantón Quevedo



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CUESTIONARIO DE ENCUESTA APLICADO A UNA MUESTRA DE PROPIETARIOS DE LAS PYMES DEL CANTÓN QUEVEDO

TEMA: INFLUENCIA DE LA CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO EN EL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LAS PYMES DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2023.

Objetivo de la encuesta: Recopilar información mediante la aplicación de un cuestionario de encuesta aplicado a una muestra de propietarios de las PYMES del cantón Quevedo, que permita determinar la influencia de la capacitación del talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente en las PYMES del cantón Quevedo, año 2023.

Compromiso: Solicitamos a Ud. de la manera más respetuosa se digne respondernos el siguiente cuestionario de preguntas. Como investigadora me comprometo a guardar absoluta reserva y confidencialidad sobre la información que usted proporcione.

Instrucción: Responder con la mayor seriedad y sinceridad posible cada una de las preguntas planteadas en el cuestionario adjunto.

OBJETIVO ESPECÍFICO 3: PROGRAMAS QUE SE APLICAN PARA LA CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO EN EL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LAS PYMES DEL CANTÓN QUEVEDO

1. ¿Con que frecuencia se realizan programas de capacitación interna en su empresa para mejorar las habilidades del talento humano en el servicio al cliente?

Opciones	Respuesta
Siempre	()
Casi siempre	()
A veces	()
Nunca	()

2. Indique con qué frecuencia se han implementado programas de desarrollo personalizado en su organización, para fortalecer las necesidades de desarrollo individual del talento humano de su empresa

Opciones	Respuesta
Siempre	()
Casi siempre	()
A veces	()
Nunca	()

2. ¿Con qué frecuencia se brinda retroalimentación a los empleados sobre su desempeño en el servicio al cliente?

Opciones	Respuesta
Siempre	()
Casi siempre	()
A veces	()
Nunca	()

4. ¿Considera que se ha implementado tecnología y recursos en línea de manera eficiente para mejorar la capacitación al talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente?

Opciones	Respuesta
Siempre	()
Casi siempre	()
A veces	()
Nunca	()

5. ¿Existe un ambiente propicio para la colaboración y el intercambio de experiencias entre todos los que conforman el talento humano de su empresa?

Opciones	Respuesta
Siempre	()
Casi siempre	()
A veces	()
Nunca	()

Anexo 8. Formato de preguntas cuestionario aplicado a una muestra de empleados de diferentes PYMES del cantón Quevedo



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CUESTIONARIO DE ENCUESTA APLICADO A UNA MUESTRA DE EMPLEADOS DE LAS PYMES DEL CANTÓN QUEVEDO

TEMA: INFLUENCIA DE LA CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO EN EL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LAS PYMES DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2023.

Objetivo de la encuesta: Recopilar información mediante la aplicación de un cuestionario de encuesta aplicado a una muestra de empleados de las PYMES del cantón Quevedo, que permita determinar la influencia de la capacitación del talento humano en el mejoramiento del servicio al cliente en las PYMES del cantón Quevedo, año 2023.

Compromiso: Solicitamos a Ud. de la manera más respetuosa se digne respondernos el siguiente cuestionario de preguntas. Como investigadora me comprometo a guardar absoluta reserva y confidencialidad sobre la información que usted proporcione.

Instrucción: Responder con la mayor seriedad y sinceridad posible cada una de las preguntas planteadas en el cuestionario adjunto.

OBJETIVO ESPECÍFICO 3: PROGRAMAS QUE SE APLICAN PARA LA CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO EN EL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LAS PYMES DEL CANTÓN QUEVEDO

1. ¿Con qué frecuencia recibe capacitaciones en su lugar de trabajo?

Opciones	Respuesta
Mensualmente	()
Trimestralmente	()
Semestralmente	()
Anualmente	()
Rara vez	

2. ¿Cree que la frecuencia de las capacitaciones es importante para mantenerlo actualizado en su trabajo?

Opciones	Respuesta
Sí, es importante	()
Podría ser de mucha ayuda	()
No, es importante	()

3. ¿Cuáles de los siguientes temas se han tratado en las capacitaciones que ha recibido?

(seleccione todos los que correspondan)

Opciones	Respuesta
Habilidades técnicas	()
Liderazgo y gestión	()
Ventas y marketing	()
Finanzas y contabilidad	()
Innovación y tecnología	()
Atención al cliente	()
Otros	()

4. ¿Los temas abordados en las capacitaciones son relevantes para su área de trabajo?

Opciones	Respuesta
Muy relevantes	()
Moderadamente relevantes	()
Poco relevantes	()
Nada relevantes	()

5. ¿las habilidades y conocimientos adquiridos durante las capacitaciones han sido aplicables a su puesto de trabajo?

Opciones	Respuesta
Totalmente aplicables	()
Moderadamente aplicables	()
Poco aplicables	()
No aplicables	()

Anexo 9. Fotos entrevista aplicada al presidente de la Cámara de Comercio de Quevedo





Anexo 10. Fotos encuesta aplicada a propietarios, empleados y clientes de las diferentes PYMES del cantón Quevedo

