



**INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

**PLAN DE CAPACITACIÓN EN SERVICIO AL CLIENTE PARA EL
PERSONAL QUE LABORA EN LA AGENCIA DE VIAJES GALASAM
INTERNACIONAL**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO**

DE TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

Autora: Daxi Flor Ríos Revelo

Tutora: Ing. Friktzia Mendoza

Quito, Abril 2015



TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"



FÓRMULARIO 005
Dirección de Proyectos

ACTA DE APROBACIÓN FINAL DE PROYECTOS

ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 31 de marzo del 2015

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) RIOS REVELO DAXI FLOR, de la carrera de ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA cuyo tema de investigación fue: "PLAN DE CAPACITACIÓN EN SERVICIO AL CLIENTE PARA EL PERSONAL QUE LABORA EN LA AGENCIA DE VIAJES GALASAM INTERNACIONAL", una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: APROBAR el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.


Ing. Frikizia Mendoza
Tutor del Proyecto


Lcdo. Reynaldo Peña
Lector del Proyecto


Ing. Frikizia Mendoza
Director de Escuela


Ing. Cristian Prado
Coordinador de Proyectos



DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que se ha llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Daxi Flor Ríos Revelo
C.I 1708768476

DECLARATORIA DE CESIÓN DE DERECHOS A LA INSTITUCIÓN

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, la estudiante **RIOS REVELO DAXI FLOR**. Por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se le denominará el "CESIONARIO", Los comparecientes son

mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA, que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Turística Hotelera, la estudiante participa en el proyecto de grado denominado “ **PLAN DE CAPACITACIÓN EN SERVICIO AL CLIENTE PARA EL PERSONAL QUE LABORA EN LA AGENCIA DE VIAJES GALASAM INTERNACIONAL**”, el cual incluye un tríptico descriptivo y motivador, para lo cual se ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumna. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla el tríptico, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESION Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior

a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.) El Cesionario podrá explotar el plan de Capacitación, por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar, prohibir, entre otros: a) La reproducción a) La reproducción del tríptico por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del Plan de Capacitación; c) la distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, del tríptico; e) La protección y registro en el IEPI del Plan de Capacitación, a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del tríptico;

g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACION DEL CEDENTE.- El Cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización, que es el objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- la cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que derivan al mismo.

QUINTA: PLAZO.- la vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCION Y COMPETENCIA.- las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un mediador del centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a la dispuesto en a Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del centro de Arbitraje y Mediación de la cámara de Comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito, f) El idioma de arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, en caso de haberla, seguirá los mismo procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SEPTIMA: ACEPTACION.- las partes contratantes aceptan el contenido del

Plan de Capacitación en servicio al cliente para el personal que labora en la Agencia de Viajes Galasam Internacional

presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 17 días del mes de Abril del dos mil quince.

f) _____

C.C. No. 1708768476

CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO

AGRADECIMIENTOS

Mis más sinceros agradecimientos a mi tutora Ing. Frikzia Mendoza, por su ayuda incondicional, humana y profesional durante los tres años de estudio en el Instituto Cordillera, debo destacar su disponibilidad, paciencia, y dirección para el enriquecimiento de este trabajo.

Agradezco a mi lector Ing. Reinaldo Peña y a todos los docentes del Instituto, por su apoyo, consejos y su aporte invaluable en mi formación académica y profesional.

DEDICATORIA

A Dios, por guiarme en el camino que he elegido, por la salud y fortaleza para culminar mi objetivo, por su infinito amor y protección que siempre los he sentido.

A mi hijo Carlitos, que es mi inspiración, mi fuerza y vida entera, por ser un hijo admirable y cariñoso que ha estado a mi lado hasta en los momentos más difíciles de nuestras vidas.

A mi madre Teresita, que ha sido el pilar de mi vida, por creer en mí, apoyarme y empujarme a culminar mi carrera. Gracias Madrecita eres la persona que más admiro en el mundo.

A mis hermanos y hermanas por sus ejemplos de perseverancia y constancia que han infundado en mí el empeño de seguir adelante y ser la profesional que siempre he deseado.



INDICE GENERAL

Titulo	
Portada	
Carátula	
Declaración de aprobación tutor y lector.....	i
Declaración de autoría del estudiante.....	ii
Declaración de cesión de derechos a la institución.....	iii
Agradecimiento.....	vii
Dedicatoria.....	vii
Índice general.....	ix
Índice de cuadros.....	xiii
Índice de figuras.....	xiv
Resumen Ejecutivo.....	xv
Abstracto.....	xvi
Introducción.....	xviii
Capítulo I.....	1
Antecedentes.....	1
Contexto.....	3
Justificación.....	5

Título	Página
Definición de problema.....	7
Capítulo II.....	8
Mapeo de involucrados.....	8
INDICE GENERAL	
Matriz de análisis de involucrados.....	9
Análisis de involucrados.....	10
Capítulo III.....	12
Árbol de problemas.....	12
Árbol de objetivos.....	13
Análisis teórico de problemas y objetivos.....	14
Capítulo IV.....	15
Matriz de análisis de alternativas e impactos.....	15
Análisis teórico de alternativas e impactos.....	16
Diagrama de estrategias.....	17
Matriz del marco lógico.....	19
Capítulo V.....	20

Título	Página
5.00 Propuesta.....	20
5.1 Antecedentes de la herramienta.....	20
5.01.01 Tipos de capacitación.....	20
5.01.02 Investigación de mercados.....	22
5.01.03 Análisis FODA.....	23
5.01.04 Población y Muestra.....	24
5.01.05 Instrumento de la Investigación.....	25
ÍNDICE GENERAL	
5.01.06 Análisis de la información.....	25
5.2 Descripción de la Herramienta.....	38
5.2.1 Cuadro de cronograma de las capacitaciones.....	39
5.3 Formulación de la aplicación de la herramienta.....	40
Capítulo VI.....	41
6.00 Aspectos administrativos.....	42
6.01 Recursos.....	42
6.02 Presupuesto.....	44
6.3 Cronograma.....	45

Título	Página
Capítulo VII.....	46
Conclusiones.....	4
6	
Recomendaciones.....	47
Bibliografía.....	48
Referencias electrónicas.....	49
Anexos.....	51

Título

ÍNDICE DE CUADROS

página

Cuadro # 1 Matriz de análisis de involucrados	9
Cuadro # 2 Matriz de análisis de alternativas e impactos	15
Cuadro # 3 Diagrama de estrategias	17
Cuadro # 4 Matriz del Marco Lógico	19
Cuadro # 5 pregunta 1	26
Cuadro # 6 pregunta 2	27
Cuadro # 7 pregunta 3	28
Cuadro # 8 pregunta 4	29
Cuadro # 9 pregunta 5	30
Cuadro # 10 pregunta 6	31
Cuadro # 11 pregunta 7	32
Cuadro # 12 pregunta 8	33
Cuadro # 13 pregunta 9	34
Cuadro # 14 pregunta 10	35
Cuadro # 15 pregunta 11	36
Cuadro # 16 pregunta 12	37
Cuadro # 17 Cronograma de las capacitaciones a realizar	39
Cuadro # 18 Talento humano	41
Cuadro # 19 Recursos materiales	42
Cuadro # 20 Tecnológico	43
Cuadro # 21 Presupuesto	44
Cuadro # 22 Cronograma	45

ÍNDICE DE FIGURAS

	página
Figura # 1	8
Figura # 2 Árbol de Problemas	12
Figura # 3 Árbol de Objetivos	13
Figura # 4 pregunta 1	26
Figura # 5 pregunta 2	27
Figura # 6 pregunta 3	28
Figura # 7 pregunta 4	29
Figura # 8 pregunta 5	30
Figura # 9 pregunta 6	31
Figura # 10 pregunta 7	32
Figura # 11 pregunta 8	33
Figura # 12 pregunta 9	34
Figura # 13 pregunta 10	35
Figura # 14 pregunta 11	36
Figura # 15 pregunta 12	37

Título

RESUMEN EJECUTIVO

El Plan de Capacitación es concebido como el instrumento para influir sobre el método de ventas del personal de la agencia de viajes Galasam, para que acepten la norma técnica como parte del proceso de mejoramiento del servicio y atención a clientes.

Se plantea para tal efecto la realización de seminarios de capacitación relacionados en atención personalizada, liderazgo y trabajo en equipo, motivación, que constituye una herramienta muy importante para el crecimiento profesional de los empleados.

Las metas que han sido establecidas, fueron determinadas según encuestas y entrevistas realizadas a los trabajadores de la empresa con el fin de determinar las falencias existentes en el servicio de atención al cliente, para corregirlas a la brevedad posible poniendo en marcha las estrategias propuestas en el plan de capacitación y de esta manera lograr la satisfacción del consumidor al brindar un servicio de calidad con personal calificado y profesional y a la vez posicionar a la agencia en un nivel altamente competitivo.

El plan contempla un proceso sistemático de seminarios, que se deben desarrollar trimestralmente con una duración de 8 horas mensuales, con la participación de todos los integrantes de la agencia Galasam, y dirigidos por los servicios profesionales de Consultoría y Capacitador, para lo cual se contará con el apoyo financiero de la Gerencia General de la empresa.

La presente propuesta plantea consolidar el proceso sistemático del crecimiento empresarial, a través de herramientas que buscan fortalecer los conocimientos de los emprendedores para la formación de profesionales altamente competitivos, por lo que se recomienda a todas las empresas implementar sistemas de capacitación, ya que constituye una de las mejores inversiones para el bienestar del personal y el enfoque al éxito de la Organización.

ABSTRACT

The Capacitation Plan is proclaimed as the instrument that interjects in the sales methods of the personnel at the travel agency Galasam in order to accept the technical norm as part of the process for the development of the customer service area.

For that purpose, arise seminars related to training the personalized attention, leadership and teamwork, and the motivation, which are very important tools for the employees' professional growth.

The goals that have been established were determined according to surveys and interviews made to employees to identify existing gaps at the customer service, to correct them as soon as possible by implementing strategies proposed in the capacitation plan thus achieving customer satisfaction by providing quality service with qualified and professional staff, giving to the agency a highly competitive level.

The plan involves a systematic process of seminars, to be developed quarterly by taking eight hours monthly, with the participation of all members from Galasam and directed by professional trainers at consulting services for which financial support will be given by the General Manager of the company.

This present proposal suggests consolidating the systematic process of business growth; through tools that seek strengthen the entrepreneur's skills for training highly competitive professionals. So, for all companies, we recommend the implementation of training systems, as it is one of the best investments for staff welfare and approach the organization success.

INTRODUCCIÓN

Ante el evidente crecimiento en el sector turístico en los últimos años, La Agencia de Viajes Galasam se ha visto la necesidad de entrar en procesos de mejoramiento permanente, con el fin de facilitar ser una empresa comprometida con los clientes, brindando un servicio profesional que permita la satisfacción del consumidor.

La presente propuesta pretende implementar un plan de capacitación, en el cual se establecerán las estrategias a utilizar por los empleados para un correcto funcionamiento de la operación turística en la empresa.

Es muy importante contar con un sistema de evaluación constante que permita detectar las falencias que existan en el departamento de ventas y operaciones para corregirlas a tiempo, para lo cual se ha establecido la realización de encuestas y entrevistas que facilite dicha información.

Al término de la ejecución del presente proyecto, se podrá visualizar un personal calificado y profesional, altamente motivado para trabajar en equipo en un ambiente laboral agradable y con la capacidad de brindar un servicio preferencial para lograr la efectividad de las ventas, contribuyendo de esta manera con el crecimiento económico de la empresa.

CAPÍTULO 1

ANTECEDENTES.

1.01 Tema: Plan Integral de capacitación turística para los prestadores del servicio turístico del Cantón Riobamba Provincia de Chimborazo

Autor: Pilco Amanta, Geovanny Patricio

Año: 2014

Institución: CENID

Conclusión: de la presente tesis se tomará en cuenta la estructura técnica de los programas de capacitación.

2.01 Tema: Caracterización del financiamiento de capacitación y la rentabilidad de las microempresas.

Autor: Bach Rengifo Silva Jefferson

Año: 2011

Institución: ULADECH

Conclusión: de la presente tesis se tomará como referencia las teorías de la capacitación que se encuentran en el literal 3.2.2 de la pág. 20

3.01 Tema: Capacitación al personal de la agencia turística Gandarly en Máncora

Plan de Capacitación en servicio al cliente para el personal que labora en la Agencia de

Autor: Ruiz Nizama, Gabriela Lizett Año:

2012..

Institución: Agencia Gandarly Lodging

Conclusión: de la presente Monografía, se tomará como referencia el análisis

FODA.

CONTEXTO

La Agencia de viajes Galasam, es una empresa orientada a la atención de clientes ofreciendo servicios turísticos a nivel nacional e internacional por más de 30 años, tales como excursiones a montañas, volcanes, amazonia, comunidades indígenas, seguros de viajes, tours y boletos aéreos a todas partes del mundo, así como también cuenta con una gran variedad de yates desde clase turista a lujo, muchos de ellos son operados directamente por Galasam, ya que esta empresa es agencia de viajes y operadora turística, siendo los pioneros en la industria turística de Galápagos.

En tales circunstancias es muy importante priorizar el servicio en atención a clientes que brinda la empresa, por lo que es necesario contar con un sistema de evaluación constante que permita detectar las falencias que existiesen en el área de ventas y operaciones. Es así que la empresa debe invertir en capacitaciones para sus empleados,

Viajes Galasam Internacional

con el fin de fortalecer sus conocimientos y mejorar el servicio al tener un personal altamente calificado y profesional

La capacitación continua significa que los trabajadores se encontrarán preparados para avanzar hacia oportunidades mejores y más difíciles, ya sea dentro o fuera de la propia empresa. Esto, a su vez, permitirá mejorar el ambiente de trabajo y reducir la rotación de personal. Copiado (13, Noviembre, 2014) de la página web.

<http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=1&sg=8>

Plan de Capacitación en servicio al cliente para el personal que labora en la Agencia de

Se espera que el Plan de Capacitación planteado en esta propuesta, logre resultados concretos y positivos en el beneficio de la agencia, así mismo debe servir como herramienta básica en el constante crecimiento de la empresa, estableciéndose como una norma la atención preferencial a los clientes, el cual debe quedar por escrito y ser conocido por todos los trabajadores de la empresa Galasam.



JUSTIFICACIÓN

El elemento humano es el recurso más importante de una empresa, debido a esto la capacitación a los empleados constituye la herramienta de alto poder que genera la diferencia competitiva empresarial, ya que facilita el desarrollo de los procesos y mejora el servicio en atención al cliente, al incrementar los conocimientos, habilidades y destrezas de los empleados.

“Trata a los demás del modo que quieren que los trate” (John Tschohl, 2009, P 75).

La mejor forma de aprovechar la capacitación es aquella que se da en un proceso continuo, siempre en búsqueda de mejorar los conocimientos y habilidades de los trabajadores para estar preparados a los cambios repentinos que se suceden en el mundo comercial altamente competitivo. Copiado (28, Noviembre, 2014) de la página web.

<http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=1&sg=8>

La buena postura, la sonrisa, el contacto visual y la atención, son ejemplares positivos del lenguaje corporal que genera con fuerza entre el empleado y el cliente, son el secreto para tener éxito en un trabajo

comprometiéndose a hacerlo bien, ya que surge lo mejor de uno mismo y este es contagioso para que los demás sigan esta pauta.

(John Tschohl, 2009, P 99, 117).

En tales circunstancias, las capacitaciones sobre Relaciones Humanas, Motivación, Liderazgo, Trabajo en equipo, entre otras, materia de esta propuesta son de gran importancia ya que es la base del fortalecimiento de una empresa altamente competitiva.

El presente Plan de Capacitación será estructurado con la participación de todos los integrantes de la Agencia de Viajes Galasam, después de haber identificado, analizado y priorizado las necesidades que ayuden a mejorar el servicio al cliente, brindando una atención de alta calidad, logrando la satisfacción de los mismos y de esta manera contribuir con el crecimiento económico de la empresa.

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

En el Ecuador hay hermosos lugares turísticos muy reconocidos a nivel mundial, tal es el caso de la ciudad de Quito que fue finalista en el concurso de la ciudades maravilla del mundo por su belleza natural y cultural. En tal virtud está siendo visitada por turistas nacionales y extranjeros.

En tales circunstancias, es notoria la gran demanda turística en el Ecuador, que ha generado importantes ingresos económicos; es así que Galasam agencia de viajes ubicada en la intersección de la avenida Amazonas y Cordero en la ciudad de Quito, ha contribuido con el crecimiento económico del país con la venta de servicios turísticos por más de 30 años, pero debido al incremento de agencias de viajes en los últimos años, así como también la fuerte competencia de la venta On line de productos turísticos y sobre todo la deficiente atención en servicio a clientes por parte del personal de la Agencia de Viajes Galasam, han causado una disminución en su economía y la consecuente inestabilidad laboral; por lo que el presente proyecto, propone entrar en un proceso de mejoramiento permanente capacitando al personal de Plan de Capacitación en servicio al cliente para el personal que labora en la Agencia de Viajes Galasam Internacional

la agencia, lo cual garantizará a Galasam ser una entidad comprometida con los usuarios y altamente competitiva.

CAPÍTULO II

MAPEO DE INVOLUCRADOS

Figura # 1

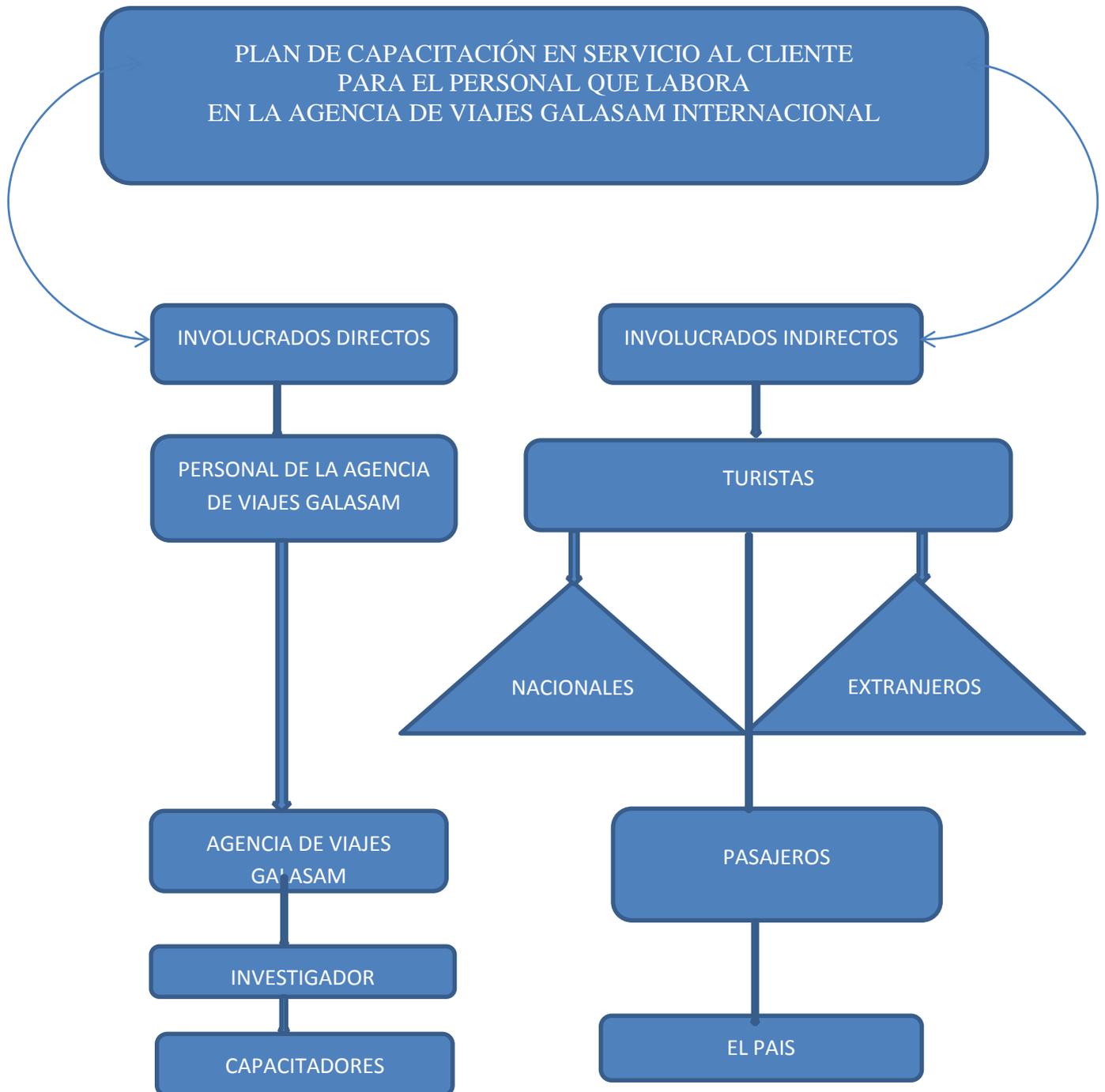


Figura elaborada por Flor Ríos

MATRIZ DE ANALISIS DE INVOLUCRADOS

Cuadro # 1

BENEFICIARIOS	DIRECTOS	INDIRECTOS	%
Personal de la Agencia de viajes	✓		60
Agencia de viajes Galasam	✓		20
Turistas		✓	10
Pasajeros		✓	4
Investigador	✓		2
Capacitador	✓		2
El Ecuador		✓	2
Total		✓	100

Cuadro elaborado por Flor Ríos

ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

El presente proyecto está enfocado a beneficiar a todos los involucrados, sean estos directos e indirectos, ya que las capacitaciones constituyen el pilar fundamental para el progreso de todos los que conforman la agencia de viajes.

Los empleados de la Agencia de Viajes Galasam Internacional, al recibir capacitaciones de alto nivel, fortalecerá sus conocimientos, mejorará la comunicación laboral y estarán altamente motivados para desempeñar con eficiencia las actividades asignadas cada uno.

La Agencia de Viajes Galasam, al tener personal capacitado y profesional, logrará que sus empleados efectivicen las ventas, generando mayores ingresos y por ende el crecimiento económico empresarial.

Los turistas serán beneficiados al recibir un servicio de alta calidad, con información completa y verás. Los pasajeros forman parte de los beneficiados ya que se les brindará

un servicio personalizado y serán atendidos con amabilidad, cortesía y mucho respecto.

El investigador, también recibe su beneficio, ya que adquirirá mayor información, conocimiento y más experiencia.

El capacitador es otra persona que se beneficia al recibir un ingreso económico por su trabajo

El Ecuador también es beneficiado cuando los turistas, pasajeros y el público en general son atendidos por un personal altamente capacitado y profesional, transmitirán su satisfacción al resto del mundo; beneficiando al país al ser reconocido, no solo por su belleza natural, sino por la excelente calidad de servicios.

“El efecto más importante de la capacitación continua, es que resultan beneficiados tanto la compañía como los empleados” consultado: (13, Diciembre, 2014) Disponible en:

<http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=1&sg=8>

CAPÍTULO III ÀRBOL DE PROBLEMAS

Figura # 2



Figura elaborada por Flor Ríos.

ÁRBOL DE OBJETIVOS

Figura # 3



Figura elaborada por Flor Ríos

Análisis teórico.- La carencia de precisión y técnica en el cierre de las ventas, la desmotivación, la poca preparación profesional, así como también la falta de inversión privada han sido las causas de una mala atención al cliente, lo que ha generado ventas no concretadas, insatisfacción y pérdida de clientes, iliquidez empresarial y la consecuente inestabilidad laboral. Por esta razón es necesario realizar un plan de capacitación al personal de la agencia de viajes Galasam, con lo cual se fortalecerán los conocimientos, habilidades y las relaciones humanas, se tendrá un buen ambiente y equipo de trabajo, se incrementarán las ventas y la superación económica de la empresa, ubicándola en un nivel empresarial altamente competitivo

CAPÍTULO IV

Cuadro # 2

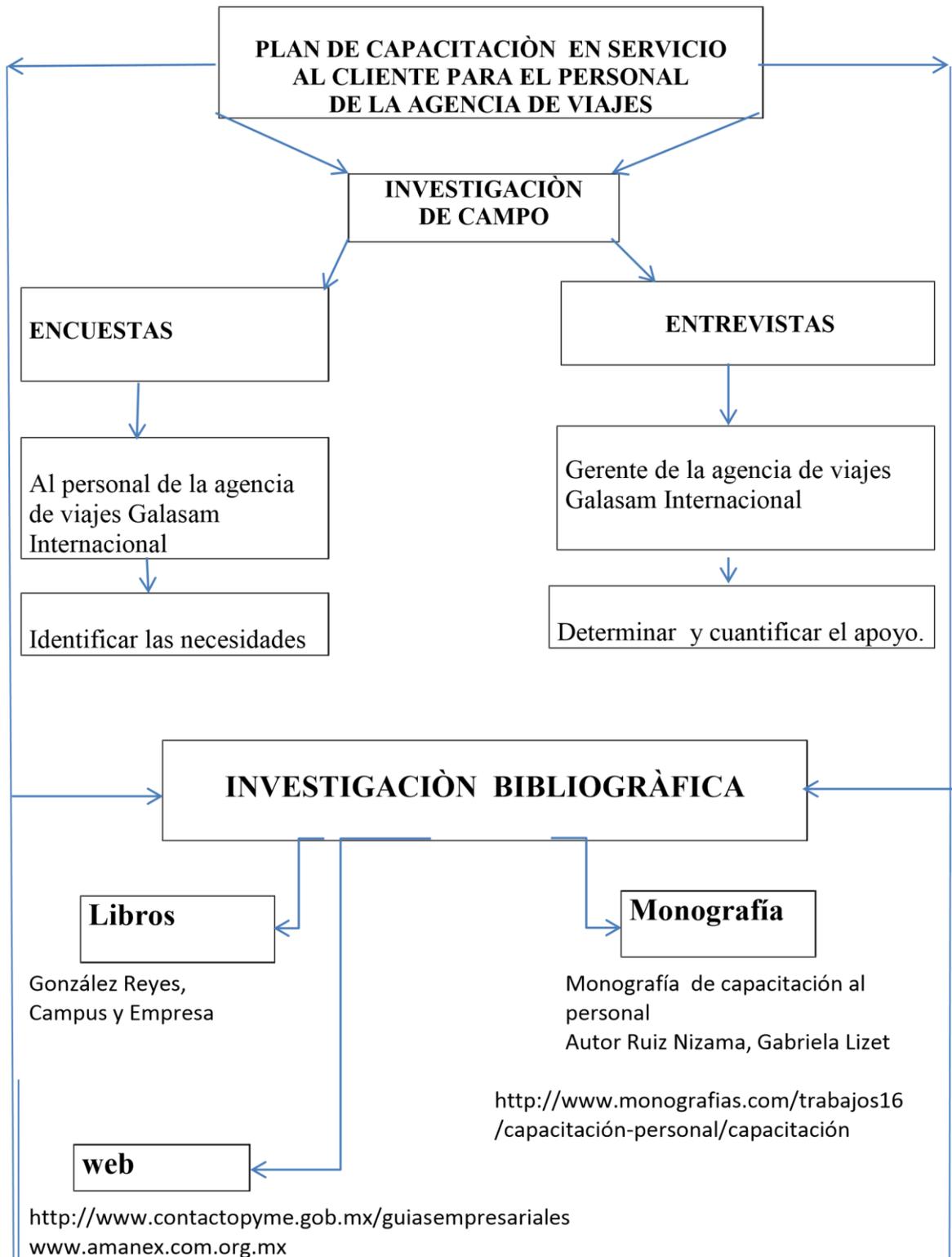
MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVAS E IMPACTOS

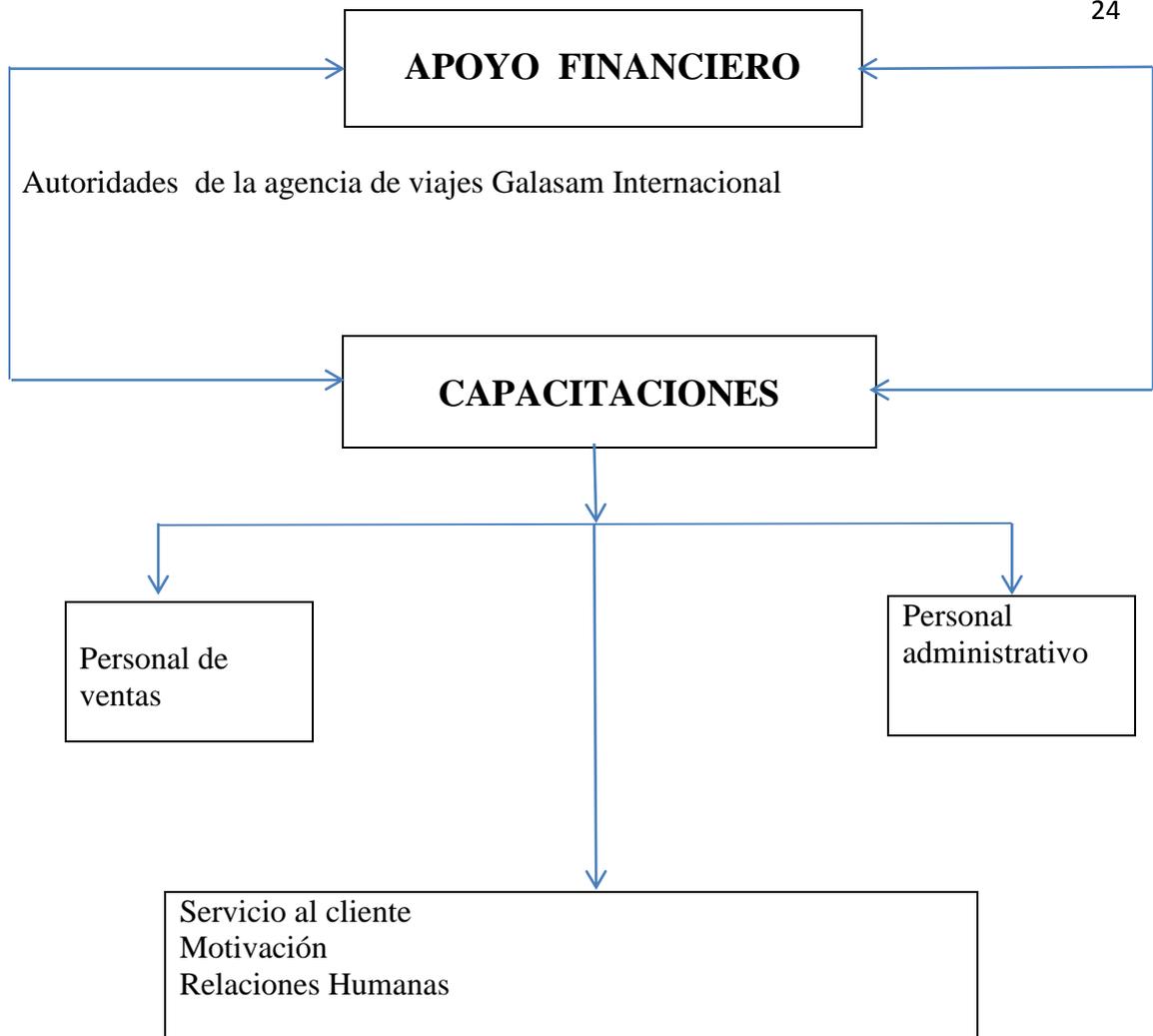
Objetivo	Impacto Sobre propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad financiera	Factibilidad social	Factibilidad política	Total	categoría
Mejorar la calidad de servicio en la Agencia de viajes Galasam	5	4	5	5	2	21	muy alto
Fortalecer las relaciones humanas	4	4	5	5	3	21	alto
Mejorar el nivel de conocimiento de cada empleado	3	4	5	5	3	20	alto
Lograr seguridad al difundir la información	4	3	5	5	4	21	muy alto
Incrementar las ventas	5	5	4	5	2	21	Muy alto

Cuadro elaborado por Flor Ríos

Análisis teórico.- Con la presente propuesta se pretende mejorar la calidad del servicio en atención al cliente, lo que producirá un impacto positivo sobre este propósito, para lo cual se contará con toda la factibilidad técnica, financiera, social y política. En segunda instancia el objetivo que también se desea alcanzar es el fortalecimiento en la relaciones humanas del personal que trabaja en la agencia, para crear un agradable ambiente laboral, así como también mejorar el conocimiento e incrementar la seguridad del empleado, al difundir la información requerida por el cliente, lo que generará un impacto sobre este propósito y la correspondiente ejecución de la propuesta, contando con el apoyo técnico, financiero, social y político de la Agencia

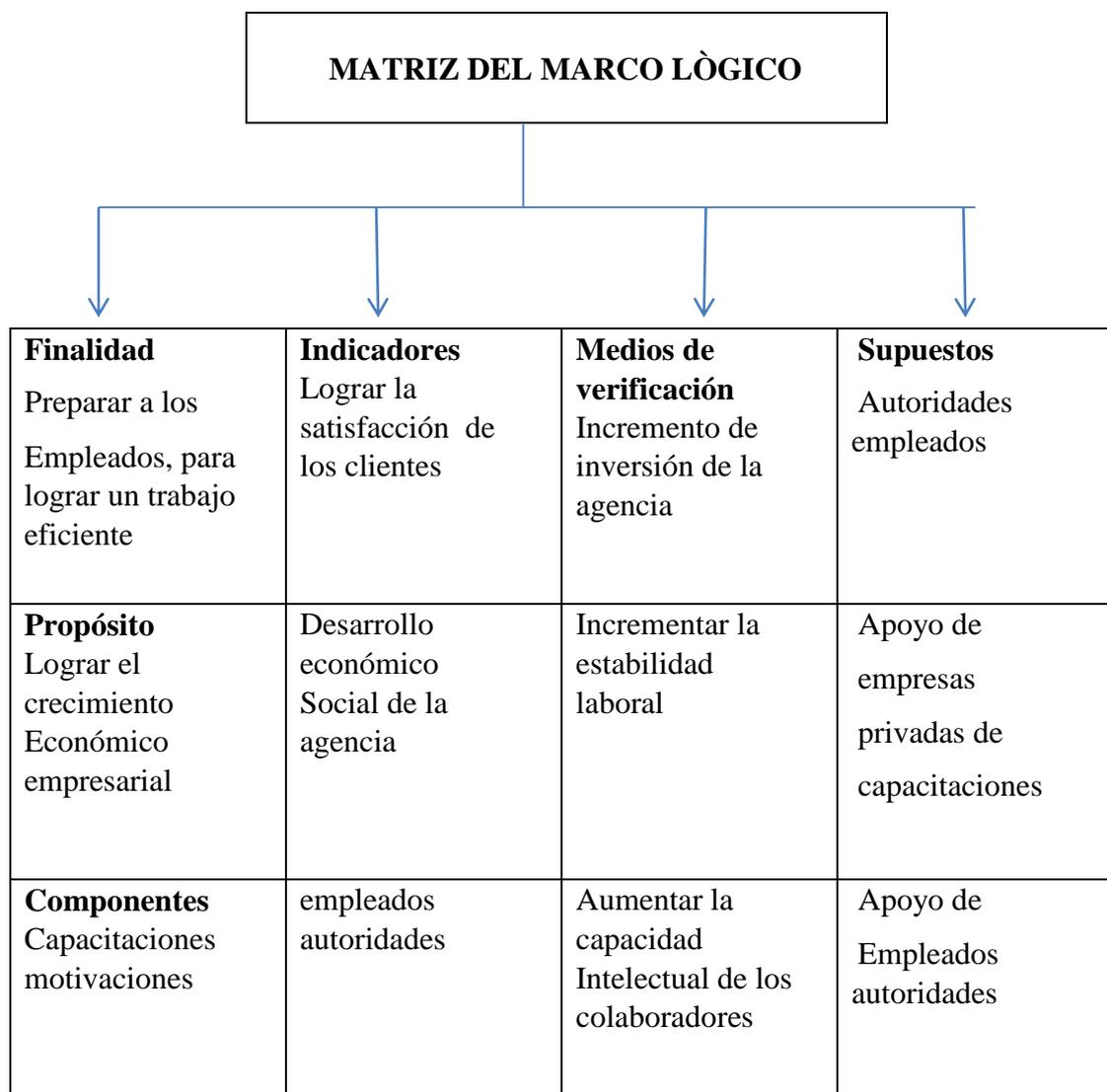
Cuadro # 3 **DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS**





Cuadro elaborado por Flor Ríos

Cuadro # 4



Actividades encuestas entrevistas observaciones	Determinar Fortalezas Oportunidades Debilidades Amenazas	Mejoramiento y desarrollo de la agencia Galasam Internacional	apoyo de las autoridades
---	--	---	--------------------------

Cuadro elaborado por Flor Ríos

CAPÍTULO V

5.0 PROPUESTA

Plan de Capacitación en servicio al cliente para el personal que labora en la agencia de viajes Galasam Internacional

5.01 Antecedentes de la herramienta

Plan.- Es un conjunto ordenado de objetivos elaborados antes de realizar la acción con el fin de llegar a la meta y lograr cumplir con el proyecto establecido.

Capacitación: Es una herramienta que sirve para instruir a las personas.

Plan de Capacitación, son las estrategias que requiere el recurso humano, con el objetivo de mejorar sus conocimientos y habilidades, para tener un desarrollo laboral eficiente.

5.01.01 Tipos de Capacitación:

1. Por su Formalidad

- **Capacitación Informal.** Es el conjunto de orientaciones o instrucciones que se dan en la operatividad de una empresa, por ejemplo un contador indica a un colaborador de esa área la utilización correcta de los archivos contables.
- **Capacitación Formal.** Es aquella que se programa de acuerdo a necesidades de capacitación específica.

2. Por su nivel Ocupacional

- Capacitación de Operarios
- Capacitación de Obreros
- Capacitación de Supervisores
- Capacitación de Gerentes

3. Por su Naturaleza

- **Capacitación de Orientación:** Es aquella que está orientada a nuevos integrantes de una empresa.
- **Entrenamiento de Aprendices:** período formal de aprendizaje de un oficio.
- **Entrenamiento Técnico:** Es una preparación especial - técnica del trabajo

4. Por su Enfoque:

- **Capacitación de inducción.** Son actividades que ayudan a integrar al candidato a su puesto de trabajo, grupo, a su jefe y a la empresa en general.
- **Capacitación Preventiva.** Destinada a preparar a las personas para enfrentar situaciones de cambio administrativo, operacional y tecnológico.
- **Capacitación Correctiva:** Enfocada a corregir y solucionar problemas

5. Por su oportunidad:

- **Capacitación de reingreso.** Brinda al nuevo personal los conocimientos de actualización, habilidades y destrezas para el desempeño de su puesto.
- **Capacitación promocional.** Le da al trabajador la oportunidad de alcanzar puestos de mayor nivel jerárquico.

Consultado el 21 de Diciembre del 2014 de las páginas web:

<http://barbaragalvangnz.blogspot.com/2011/04/tipos-de-capacitacion.html>

5.01.02 Investigación de mercados

Es una herramienta objetiva y sistemática, que nos permite recopilar información veraz y oportuna sobre las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del mercado, a los cuales se enfrenta, para tomar decisiones.

Esta investigación se deberá realizar periódicamente, para lograr mantener un alto estándar de vida empresarial, estableciendo su competitividad, lo que permitirá identificar los problemas y de esta manera encontrar una solución oportuna.

Para la investigación de mercados se procederá a realizar encuestas y entrevistas al personal que labora en la agencia de viajes Galasam Internacional, con el fin de tomar la factibilidad de un proyecto.

5.01.03 Análisis F O D A

Es un método de estudio que permite analizar los aspectos positivos y negativos de una empresa, para conocer su verdadera situación tomando las decisiones de acuerdo a los objetivos planteados, utilizando estrategias necesarias para alcanzar la meta

deseada. Se basa en establecer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas presente en el proceso.

FORTALEZAS

- Ofrecer a los clientes un servicio de alta calidad
- Personal con alta capacidad de compromiso y respuesta
- Conocimiento y experiencia en el ejercicio de sus labores.
- Personal con cultura de trabajo.
- Creatividad e iniciativa propia.
- Trabajo en equipo
- Avances en el desarrollo tecnológico.
- Capacidad de interpretar las necesidades de los clientes.

OPORTUNIDADES

- De un verdadero cambio
- Contar con el apoyo de las autoridades de la agencia para la superación por medio de la capacitación.
- Crecimiento económico de la empresa.
- Darse a conocer a nivel mundial

DEBILIDADES

- Falta de interés por parte del personal
- Incumplimiento de las autoridades
- Insuficiencia de recursos
- a. Inadecuada distribución de funciones
- b. Falta de un manual de procedimientos

AMENAZAS

- Renuncia del personal para emprender su propio negocio
- Inestabilidad laboral del empleado
- Disminución del índice de ventas
- Crisis económica empresarial

5.01.04 Población y Muestra

Población son las personas que están involucradas dentro de la factibilidad del proyecto.

Muestra.- es una parte significativa tomada de la población, que representa el porcentaje real según el margen de error en una investigación de mercados. Se considera para la realización de la presente propuesta la elaboración de encuestas a las 17 personas que laboran en la agencia y la realización de la entrevista a la gerente de Galasam Internacional.

5.01.05 Instrumento de la Investigación.

Encuesta.- Es un método escrito de recopilación de datos mediante preguntas cortas, claras y concretas, por medio de las cuales se conoce de forma más real las opiniones de los entrevistados involucrados en la elaboración de la propuesta.

Entrevista.- Es una conversación o diálogo entre dos o más personas, en la cual el entrevistador realiza una serie de preguntas al entrevistado(a), con la finalidad de conocer su opinión sobre la importancia y factibilidad de la realización de la propuesta.

5.01.06 Análisis de la Información

1.- Califique la atención que brinda la agencia de viajes a sus clientes?

Cuadro # 5

Excelente	0	0 %
Muy buena	13	76.47 %
Buena	3	17.65 %
No muy buena	1	5.88 %
Total	17	100.00 %

Cuadro elaborado por Flor Ríos

Figura # 4

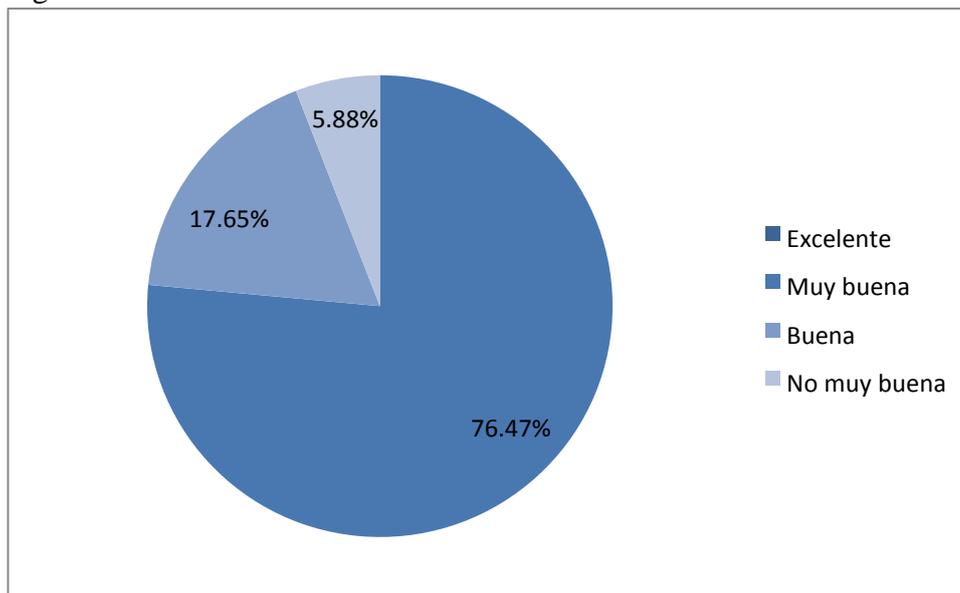


Figura elaborada por Flor Ríos

Conclusión: De acuerdo a la pregunta número uno en la encuesta realizada a los empleados de la agencia de viajes Galasam Internacional, se deduce que nadie cree que el servicio es excelente y que un setenta y seis punto cuarenta y siete por ciento piensa que el servicio es muy bueno, un diecisiete punto sesenta y cinco por ciento está de acuerdo en que el servicio es solo bueno y el cinco punto ochenta y ocho por ciento ha señalado que el servicio no es muy bueno. Por lo que el presente proyecto aportará la mejor alternativa para lograr un servicio de excelencia.

2.- Que tiempo labora en la empresa en el área de servicio al cliente?

Cuadro # 6

Menos de 6 meses	2	11.765 %
Más de 6 meses	2	11.765 %
Más de un año	13	76.47 %
Total	17	100.00 %

Cuadro elaborado por Flor Ríos

Figura # 5

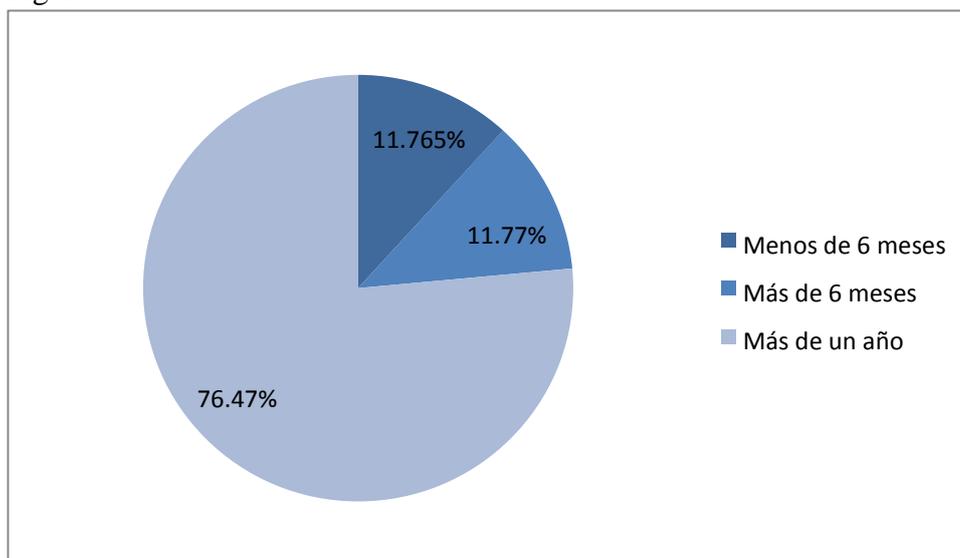


Figura elaborada por Flor Ríos

Conclusión: De la presente pregunta se puede concluir, que un once punto setecientos sesenta y cinco por ciento trabaja para Galasam por menos de seis meses, el once punto setecientos sesenta y cinco por ciento trabaja por más de seis meses, y que el setenta y seis punto cuarenta y siete por ciento de los empleados, laboran para la Galasam por más de un año, por lo que queda perfectamente establecido que la mayoría de los empleados tienen estabilidad laboral, esto significa que la capacitación será un beneficio tanto para el personal, como para la empresa.

3.- Ha recibido alguna capacitación relacionada con atención al cliente?

Cuadro # 7

Si	2	11.76 %
No	15	88.24 %
Total	17	199.00 %

Cuadro elaborado por Flor Ríos

Figura # 6

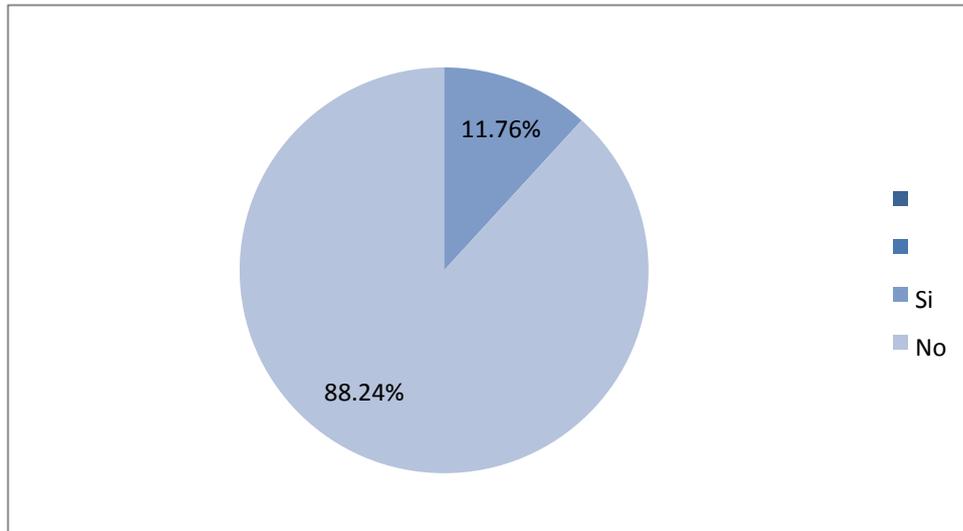


Figura elaborada por Flor Ríos

Conclusión: De la pregunta número tres, se puede apreciar que un ochenta y ocho punto veinte cuatro por ciento de los empleados no han recibido una capacitación relacionada con la atención al cliente, siendo apenas un once punto setenta y seis por ciento los que sí lo han hecho. Por lo que se concluye que la capacitación reforzará los conocimientos a los que han recibido alguna capacitación y beneficiará al resto, obteniendo el cien por ciento de empleados capacitados, con lo cual se logrará mejorar la calidad de servicio reflejándose directamente en la satisfacción de los clientes.

4.- Con qué frecuencia recibe usted una capacitación en servicio al cliente?

Cuadro # 8

Mensual	-	-
Trimestral	-	-

Anual	2	11.76 %
Nunca	15	88.24 %
Total	17	100.00 %

Cuadro elaborado por Flor Ríos

Figura # 7

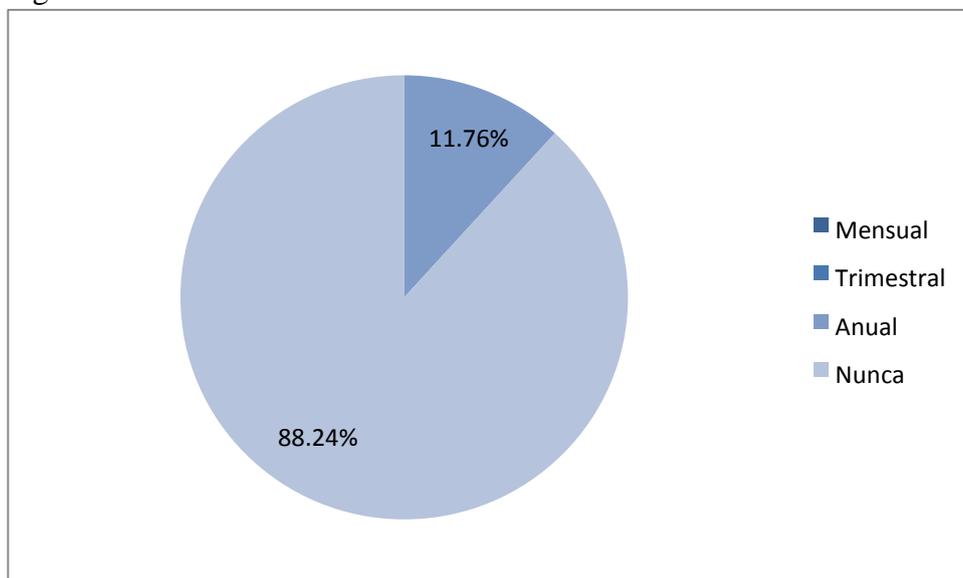


Figura elaborada por Flor Ríos

Conclusión: El resultado de la pregunta número cuatro, establece que solo el once punto setenta y seis por ciento de empleados ha recibido una capacitación anual, y que el ochenta y ocho punto veinte y cuatro restantes nunca han recibido una capacitación, por lo que la presente propuesta brindará la oportunidad de capacitar a todo el personal cada año.

5.- Esta usted capacitado para resolver problemas relacionados con su trabajo?

Cuadro # 9

Si	17	100.00 %
No	-	.
Total	17	100.00 %

Cuadro elaborado por Flor Ríos

Figura # 8

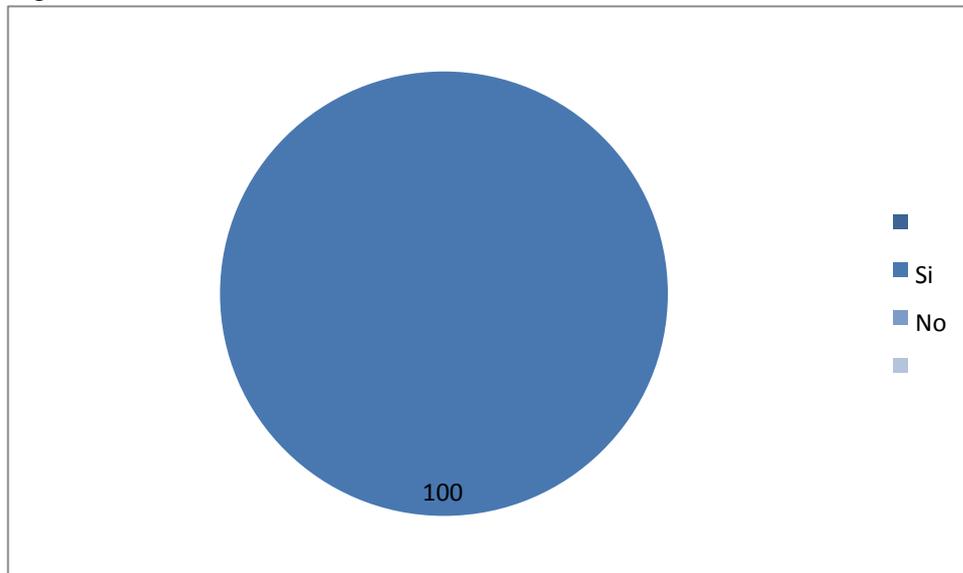


Figura elaborada por Flor Ríos

Conclusión: En relación a la pregunta cinco, indica que el ciento por ciento de los empleados están en capacidad de resolver problemas relacionados con su trabajo, por lo que la capacitación, agilizará la búsqueda de una solución rápida y eficiente a los posibles problemas que se presenten en la empresa.

6.- Su estado anímico y actitud influyen en los resultados de su trabajo?

Cuadro # 10

Si	13	76.47 %
No	4	23.53 %
Total	17	100.00 %

Cuadro elaborado por Flor Ríos

Figura # 9

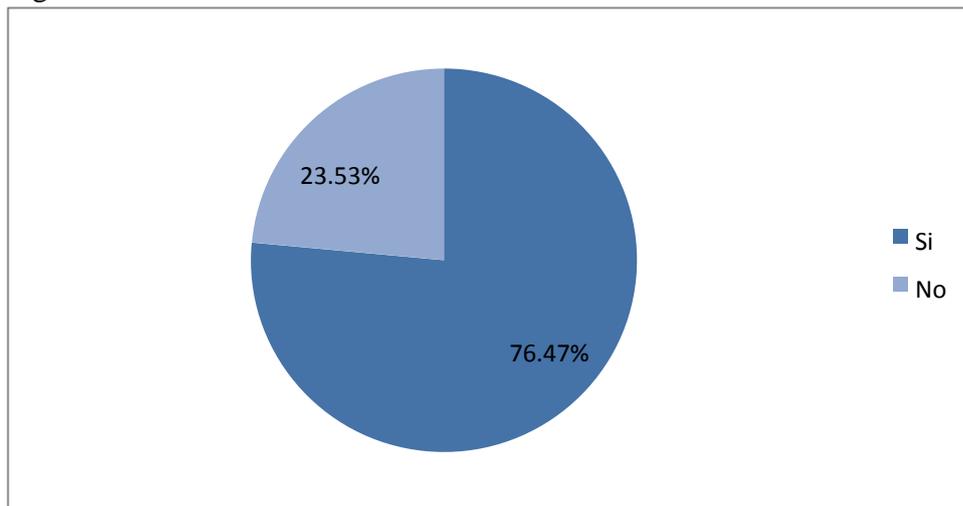


Figura elaborada por Flor Ríos

Conclusión: Haciendo referencia a la pregunta número seis, se concluye que apenas un veinte y tres punto cincuenta y tres por ciento de los empleados no les afecta su estado anímico, ni actitud y que al resto del personal que corresponde al setenta y seis punto cuarenta y siete por ciento de los empleados el estado anímico y actitud si influyen brindando un mal servicio a los clientes, por lo que la capacitación ofrecerá

Plan de Capacitación en servicio al cliente para el personal que labora en la Agencia de Viajes Galasam Internacional

a los empleados la habilidad de controlar sus emociones y actitudes para que no afecte de ninguna manera, lograr la satisfacción del cliente al recibir un servicio de calidad.

7.- Se siente usted con la preparación suficiente para brindar un servicio de excelencia?

Cuadro # 11

Muy preparado	2	11.76 %
Preparado	15	88.24 %
Poco preparado	-	-
Total	17	100.00 %

Cuadro elaborado por Flor Ríos

Figura # 10

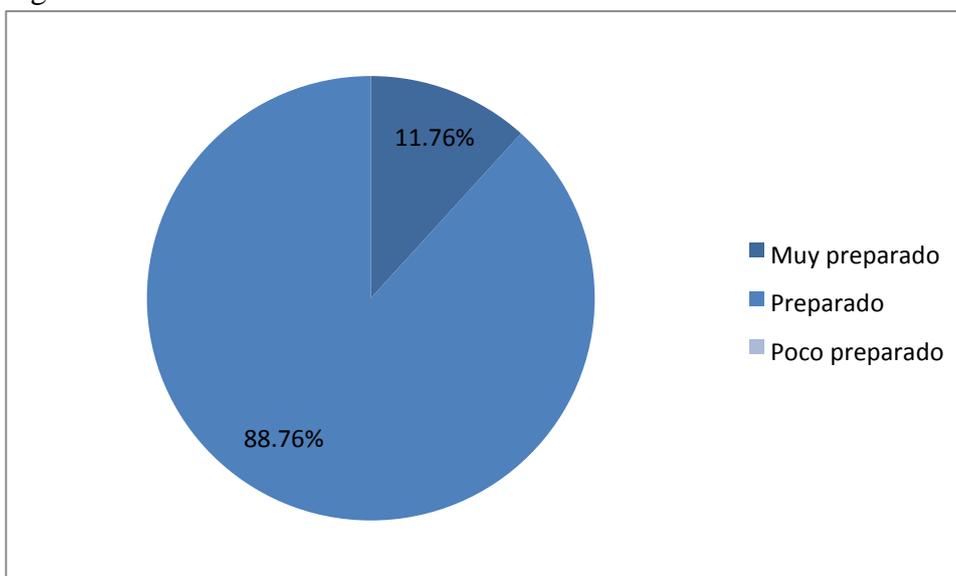


Figura elaborada por Flor Ríos

Conclusión: Observando el resultado de la pregunta número siete el ochenta y ocho punto veinte cuatro por ciento de los empleados se sienten preparados para brindar un

servicio de excelencia y solo el once punto setenta y seis por ciento se sienten muy preparados, por lo que la presente propuesta ayudará a mejorar el rendimiento de todo el personal, para que se sientan más capacitados en brindar un servicio de excelencia.

8.- Considera que las relaciones con sus compañeros son?

Cuadro # 12

Muy agradable	9	52.94 %
Poco agradable	8	47.06 %
Desagradable	-	-
Total	17	100.00 %

Cuadro elaborado por Flor Ríos

Figura # 11

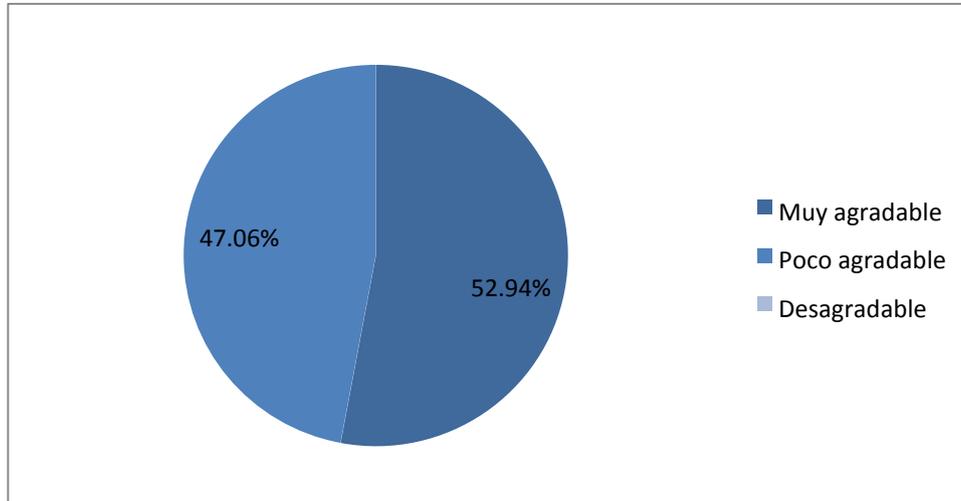


Figura elaborada por Flor Ríos

Conclusión: De acuerdo a los resultados de la pregunta número ocho, un cincuenta y dos punto noventa y cuatro por ciento de los empleados consideran que las relaciones con sus compañeros es muy agradable, no siendo así con el cuarenta y siete punto seis

por ciento de los mismos, por lo que el presente proyecto fomentará el compañerismo, para que el ambiente laboral sea muy agradable y de esta manera aumentar la productividad, laborando dentro de un equipo eficiente y cordial.

9.- Que falencias considera usted las más relevantes en su entorno de trabajo?

Cuadro # 13

Poca atención personalizada	9	52.94 %
Tecnología	4	23.53 %
Impaciencia de los clientes	4	23.53 %
Total	17	100.00 %

Cuadro elaborado por Flor Ríos

Figura # 12

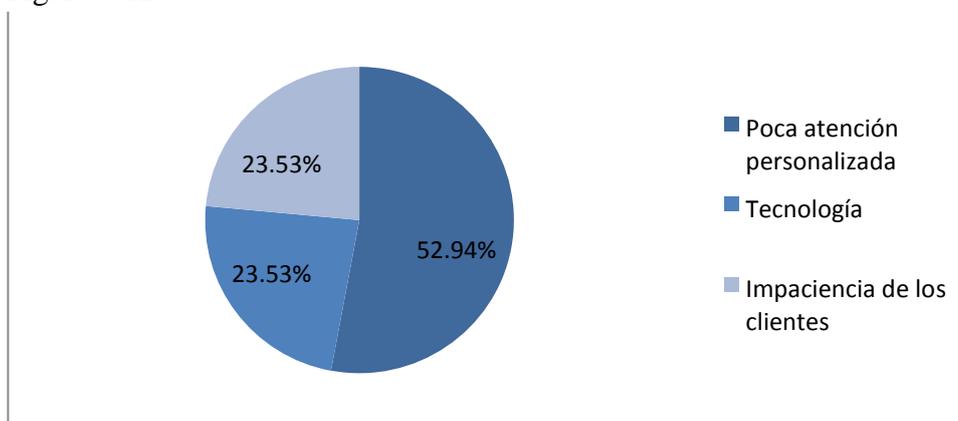


Figura elaborada por Flor Ríos

Conclusiones: Según los resultados de la pregunta nueve se establece que el veinte y tres punto cincuenta y tres por ciento de las personas encuestadas indican que la falencia en el área de trabajo, es la impaciencia de los clientes al querer recibir la información rápida y completa en un corto tiempo, cosa que complica la situación debido a que se puede dar el caso de que la información no sea la adecuada. También

registra que un veinte y tres punto cincuenta y tres por ciento de los encuestados confirman que la falencia más relevante es la tecnología, debido a la falta de herramientas actualizadas e insumos necesarios para proporcionar una atención adecuada. Se aprecia también que un cincuenta y dos punto noventa y cuatro por ciento de los encuestados concuerdan que la falencia se debe principalmente a la poca atención personalizada, quizá por la falta de profesionalismo, al no dedicar el tiempo suficiente con cada cliente, que no permite brindar un servicio de calidad, por lo que la presente propuesta corregirá todas estas falencias, logrando ofrecer un servicio óptimo como cada cliente se merece.

10.- Cual es su mayor motivación al brindar el servicio de atención al cliente?

Cuadro # 14

Económico	3	17.65 %
Relaciones sociales	3	17.65 %
Vocación	11	64.70 %
Otros	-	-
Total	17	100.00 %

Cuadro elaborado por Flor Ríos

Figura # 13

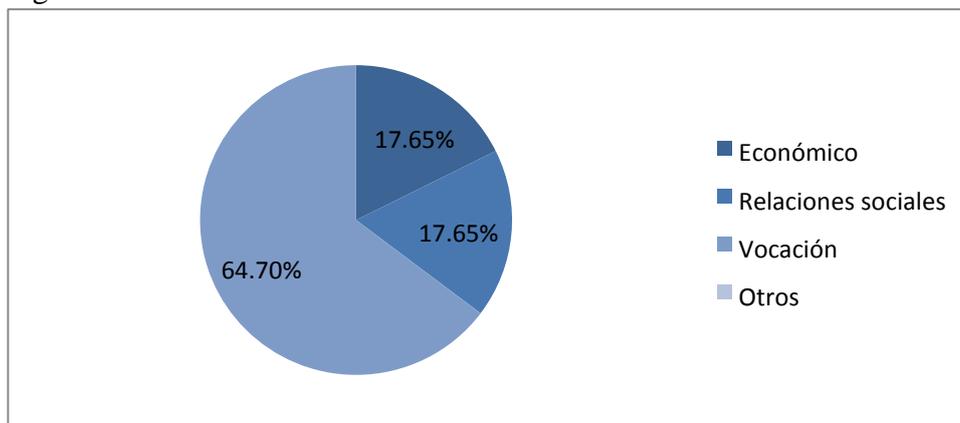


Figura elaborada por Flor Ríos

Conclusiones: Es perfectamente claro y muy notorio el resultado que se obtiene de la pregunta diez en la cual el diecisiete punto sesenta y cinco por ciento de los encuestados indican que la mayor motivación es el asunto económico, quizá por pagos extras que reciben por cada cierre de venta, diecisiete punto sesenta y cinco por ciento concuerdan que su mayor motivación son las relaciones sociales que adquieren al enrolarse en el mundo turístico, ampliando más su entorno social, definiendo también que el sesenta y cuatro punto setenta por ciento de los encuestados han establecido que su mayor motivación es la vocación, ya que a menudo hacen de su trabajo una expresión natural, brindando todo de sí mismos, con dedicación, amor y entrega para lograr la satisfacción de cada cliente.

11.- Cuan importante cree usted que una capacitación ayuda a mejorar la calidad de servicio?

Cuadro # 15

Muy importante	17	100.00 %
Importante	-	-
Poco importante	-	.
Total	17	100.00 %

Cuadro elaborado por Flor Ríos

Figura # 14

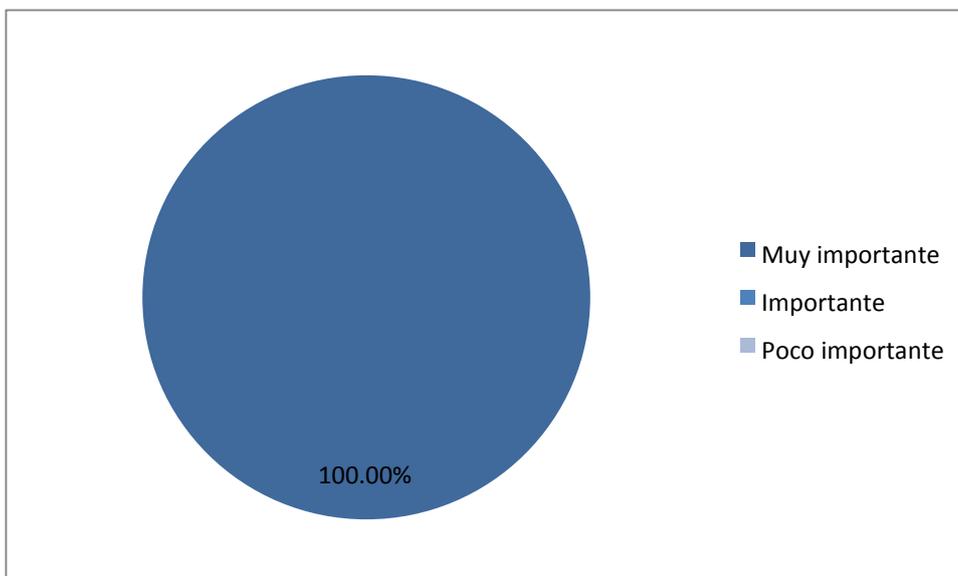


Figura elaborada por Flor Ríos

Conclusiones: De la pregunta once se puede apreciar que el cien por ciento de las personas encuestadas, concuerdan en que la capacitación será la herramienta indispensable para mejorar la calidad de servicio, haciendo evidente que la presente propuesta les dará la oportunidad de brindar un servicio de calidad, incrementando de esta manera la productividad.

12.- Considera usted importante realizar capacitaciones permanentes a los colaboradores de la agencia de viajes Galasam Internacional?

Cuadro # 16

Si	17	100.00 %
No	-	-

Total	17	100.00 %
-------	----	----------

Cuadro elaborado por Flor Ríos

Figura # 15

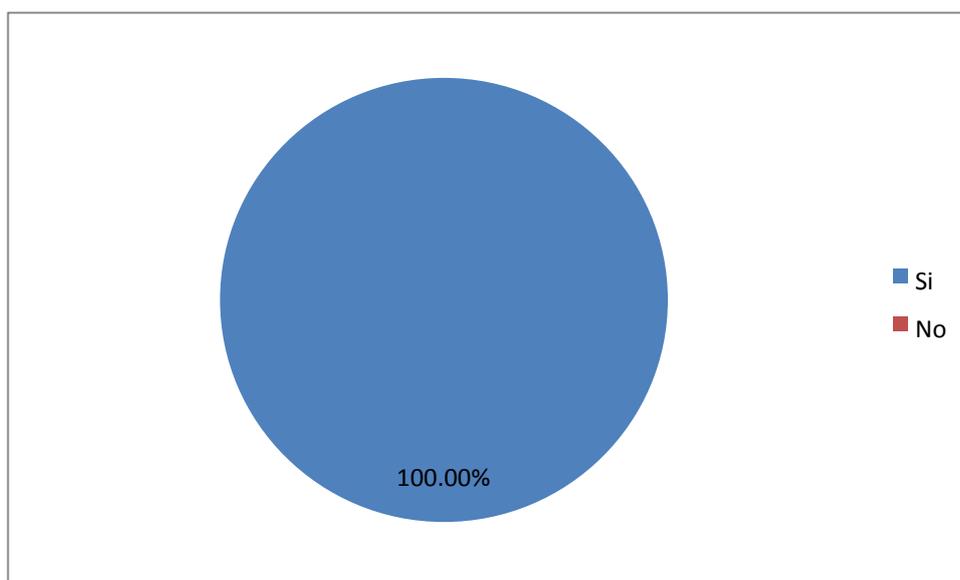


Figura elaborada por Flor Ríos

Conclusiones: La totalidad de las personas encuestadas han considerado muy importante que se realicen capacitaciones en forma periódica, ya que esto reforzará los conocimientos adquiridos, mejorará la calidad del servicio en atención a clientes, motivando a los empleados a trabajar con dedicación, entrega y amor, logrando de esta manera un incremento profesional y económico, la estabilidad laboral y el mejoramiento y crecimiento de la empresa.

5.2 Descripción de la Herramienta

Se ha detectado algunas falencias en el personal de la Agencia de Viajes Galasam Internacional, por lo que se considera de gran importancia realizar capacitaciones en servicio y atención a clientes, debido a que es una herramienta Fundamental enfocada a desarrollar planes de acciones correctivas con el equipo de trabajo para beneficiar la evolución laboral de los capacitados, estimular el desarrollo de sus habilidades, mejorar las relaciones laborales, aumentar la autoestima motivándoles a trabajar con dedicación, responsabilidad y eficiencia.

TRÍPTICO

Cronograma: trimestralmente

Descripción: full color, fotografías.

Idioma: Español

Material: papel couche

Medidas: 30 x 21 cm

Contenido: Plan de Capacitación en servicio al cliente para el personal que labora en la agencia de viajes Galasam Internacional, cuyos temas serán abordados en las siguientes fechas.

Mes de Abril /2015 con el tema: Atención Personalizada y Servicio al Cliente

Plan de Capacitación en servicio al cliente para el personal que labora en la Agencia de Viajes Galasam Internacional

Mes de Mayo/2015 con el tema: Liderazgo y Trabajo en Equipo Institucional

Mes de Junio/2015 con el tema: Motivación y Ejercicio de Gimnasia Cerebral

5.2.1 Las capacitaciones se van a realizar según el siguiente cronograma.

Cuadro # 17

Meses	ABRIL - 2015	MAYO - 2015	JUNIO - 2015
Fecha	Sábados 18 y 25	Sábados 16 y 30	Sábados 13 y 27
Temas:	Atención personalizada al cliente	Liderazgo y Trabajo en equipo Institucional	Motivación y ejercicio de Gimnasia cerebral
Duración	8 horas (2 días)	8 horas (2 días)	8 horas (2 días)
Dirigida a	Personal de ventas	Personal de ventas	Personal de ventas y administrativo
Contenido	-Atención al cliente -El Entorno -La Organización -Los Empleados -Atención directa -Percepción del cliente - Calidad y excelencia en el servicio	-Liderazgo Estratégico -Modelos de Liderazgo - Valores - Competencias y Capacidades -Trabajo en Equipo	-Conceptos de motivación -Tipos de Motivación - Criterios generales sobre la mente facta - Factores que influyen en el nivel de motivación - Autorrealización
Objetivo	Identificar los aspectos que se debe mejorar para brindar una atención personalizada, profesional y de alta calidad.	Conocer y desarrollar las estrategias efectivas en el liderazgo y trabajo en equipo utilizando las técnicas aprendidas en la capacitación.	Poner en práctica la motivación y los ejercicios de Gimnasia Cerebral como herramienta para estimular y desarrollar las habilidades y capacidades de los empleados

Empresa Capacitadora	Servicios Profesionales Asesoría y Consultoría	Servicios Profesionales Asesoría y Consultoría	Servicios Profesionales Asesoría y Consultoría
Inversión	\$ 25 por persona	\$ 25 por persona	\$ 25 por persona
Lugar donde se realizarán la capacitaciones	Sala de reuniones de la Agencia de Viajes Galasam Internacional	Sala de reuniones de la Agencia de Viajes Galasam Internacional	Sala de reuniones de la Agencia de Viajes Galasam Internacional

Cuadro elaborado por Flor Ríos

5.3 Formulación de la aplicación de la Herramienta

En vista de la desmotivación y la poca atención personalizada por parte del personal que labora en la agencia de viajes Galasam. Se ha propuesto un plan de apoyo y acciones correctivas por el bien de la Agencia, en el cual se socializará las actividades en el Programa de Capacitación enfocado a la motivación, atención personalizada, trabajo en equipo, relaciones humanas, entre otras, para lo cual se requiere de la asistencia de todo el personal, para que participen en los talleres de capacitación, cuyo objetivo es mejorar el servicio y atención al cliente lo que beneficiará a la empresa y sus integrantes y de esta manera se haga efectiva la propuesta presentada.

CAPÍTULO VI

6.0 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.01 Recursos: Para que se haga efectivo el Plan de Capacitación en servicio al cliente para la Agencia de viajes Galasam, se contará con importantes recursos necesarios, como son, elemento humano, materiales, equipos y toda la logística adecuada, lo que constituyen la herramienta básica y necesaria para el buen desarrollo y funcionamiento de la propuesta planteada.

Talento Humano: Son las personas aptas para determinada ocupación

Investigador	Flor Ríos
Tutor	Ing. Friktzia Mendoza

Lector	Ing. Reinaldo Peña
Gerente de la empresa Capacitadora	
Capacitador	
Diseñador	
Autoridad de la agencia	
Empleados de la Agencia	

Cuadro # 18

Cuadro elaborado por Flor Ríos

Económico: Es la cantidad monetaria que se requiere para la realización del proyecto

\$1946.00

Tiempo: para la elaboración, desarrollo y efectivizar del proyecto

3 meses

Recursos Materiales

Cuadro # 19

Hojas de papel bond

Esferos

Lápiz

Borrador

Resaltador

Regla

Grapas

Clips

Anillados

Empastado

Cuadro elaborado por Flor Ríos

Tecnológico

Cuadro # 20

Computadora

Cámara de fotos

Filmadora

Video

CD

Flash Memory

Video

Celular

Proyector

Teléfono

Micrófono

Cuadro elaborado por Flor Rios

6.02 Presupuesto: Es la cuantificación de todo lo que se ha invertido para el desarrollo del proyecto.

Cuadro # 21

Copias b-n	\$ 6,00
Copias a color	\$ 20,00
Anillado	\$ 12,00
Flash memory	\$ 35,00
Impresiones	\$ 10,00
Movilización	\$ 60,00
Alimentación	\$ 100,00
Recargas Celular	\$ 30,00
Capacitador	\$ 1275,00
Coffee brake	\$ 216,00
CD para cada empleado	\$ 51,00
Folletos	\$ 51,00
Tríptico	\$ 20,00
Empastado	\$ 60,00

Total	\$ 1946.00
-------	------------

Cuadro elaborado por Flor Ríos

6.3 Cronograma

Cuadro # 22

FECHA	CAPÍTULO	PROYECTO I+D+I
4/12/14	1	Antecedentes
19/12/14	2	Análisis de involucrados
19/01/15	3	Problemas y Objetivos
12/02/15	4	Análisis de Alternativas
16/03/15	5	Propuesta
23/03/15	6	Aspectos Administrativos
23/03/15	7	Conclusiones y Recomendaciones
27/03/15	1 al 7	Acta de aprobación firmada por el Tutor
02/04/15	—	Acta de aprobación firmada por el Lector
10/04/15	—	Entrega de dos anillados y empastado
14/04/15	—	Aprobación de horarios de sustentación

17/04/15	—	Entrega de ejemplares al Tribunal designado
23/04/15		Sustentación del Proyecto

Cuadro elaborado por Flor Ríos

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación del presente proyecto, se deduce que la capacitación al personal de una empresa es una inversión y no un gasto ya que permite al capacitado ser más competitivo para enfrentar los desafíos del medio y de esta manera generar una mayor productividad para la empresa.

Del presente proyecto se concluye que las capacitaciones enfocadas en Relaciones Humanas y Servicio al Cliente dirigidas al personal de ventas de una empresa constituyen una herramienta fundamental para mejorar la comunicación, la habilidad de trabajar en equipo en un ambiente agradable, y la motivación en brindar un servicio profesional y altamente calificado.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a todas las empresas invertir en capacitaciones en forma periódica, con el fin de brindar a los empleados la oportunidad de crecer en conocimientos y desarrollar las habilidades en servicio y atención a clientes para lograr efectivizar las ventas y de esta manera contribuir con el crecimiento económico de la organización.

Se recomienda al Instituto Cordillera brindar todo el apoyo necesario para que las propuestas presentadas por los estudiantes de la Institución, no se queden solo en papeles sino que se hagan efectivas, ya que con ello aportarán con la mejoría y el crecimiento del mundo que le rodea.

Se recomienda a los capacitados, hacer conciencia de esta ayuda profesional y a utilizar todas las estrategias aprendidas en las capacitaciones, para aplicarlas en el campo laboral.

BIBLIOGRAFÍA

Retail Coaching, la nueva disciplina para aumentar la productividad en el comercio, Editorial Profit. P. 97, 98.

Monografía: Plan Integral de capacitación turística para los prestadores del servicio turístico del Cantón Riobamba Provincia de Chimborazo.

El Trabajo en la Posmodernidad, autor Pablo Maison, editorial Management 2013, página 64, 94.

Comunicar es más que persuadir, autor Christian Oquendo Sánchez, editorial Trama Ediciones (junio 2014)

Relaciones Humanas Institucionales, Desarrollo del Potencial Humano autor Rómulo Vinuesa, Exitotal Ediciones, décima edición Mayo 2013.

Relaciones Publicas, Autor Erika Barzola Editorial Quipus Ciespal, primera edición Nov. 2012, página 184.

Comunicar. Autor Fernando Veliz Montero, editorial Gedisa Océano 2011 pagina 150.

Hostelería y Turismo - Recepción y Atención al cliente. Editorial Thomson y Paraninfo. Autor Socorro López García. Página 32.

Coaching Tanatológico COTAN autora María del Carmen Crespo, editorial Trillan. Edición 2011. Página 77.

Plan de Capacitación en servicio al cliente para el personal que labora en la Agencia de Viajes Galasam Internacional

Administración de Servicios Turísticos. Editorial Cabara 2015. Ediciones de la U, pagina 6.

Manual de calidad turística para agencias de viajes y turismo
Mejoramiento de la Calidad de los Servicios Turísticos Directur-Cusco

John Tschohl, 2009, p 75, 117

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

<http://www.monografias.com/trabajos16/capacitación-personal/capacitación>

<http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=1&sg=8>

www.amanex.com.org.mx

<http://barbaragalvangnz.blogspot.com/2011/04/tipos-de-capacitacion.html>

<http://es.scribd.com/doc/51776688/Comision-Mixta-de-Capacitacion-Tipos-de-Capacitacion>
<http://es.scribd.com/doc/51776688/Comision-Mixta-de-Capacitacion-Tipos-de-Capacitacion>

<http://186.42.96.211:8080/jspui/bitstream/123456789/727/1/CAP%20I,II,III.IV.V%20%20impresion%20final.pdf>

<http://www.emprendepyme.net/tipos-de-capacitacion.html>

<http://www.gestiopolis.com/canales5/comerciohispano/121.htm>

<http://es.slideshare.net/emilriosc/manual-de-calidad-para-agencias-de-viajes>

<http://www.monografias.com/trabajos5/relhuman/relhuman3.shtml>

<http://capacitaciondepersonalaxon.com/tecnicas-de-capacitacion-de-personal>
<http://capacitaciondepersonalaxon.com/tecnicas-de-capacitacion-de-personal-estrategias-de-aprendizaje/>

Viajes Galasam Internacional

<http://www.monografias.com/trabajos89/capacitacion-al-personal/capacitacion-al-personal3.shtml> - [ixzz3Ip7LRDoX](http://www.monografias.com/trabajos89/capacitacion-al-personal/capacitacion-al-personal3.shtml)

<http://nature.berkeley.edu/ucce50/agro-laboral/7libro/05s.htm>

Plan de Capacitación en servicio al cliente para el personal que labora en la Agencia de

http://issuu.com/uniso.edu/docs/capacitacion_de_personal_antologia_7

<http://www.mujeresdeempresa.com/capacitacion-del-personal-claves-para-mejorar-su-desempeno/>

<http://www.ideasparapymes.com/contenidos/capacitacion-personal-entrenamiento-recursos-humanos.html>

<http://www.crecenegocios.com>

<http://dnc.yturalde.com/>

<http://capacitaciondepersonalaxon.com/plan-de-capacitacion-de-personal-ejemplo-todo-el-personal/>

A N E X O S

ENCUESTA

La siguiente encuesta tiene por objeto identificar el grado de importancia de una capacitación en atención al cliente para el personal de la agencia de viajes Galasam Internacional.

Sexo M () F ()

Edad: ()

1. Califique la atención que brinda la agencia de viajes a sus clientes?

Excelente ()

Muy Buena ()

Buena ()

No muy buena ()

Plan de Capacitación en servicio al cliente para el personal que labora en la Agencia de Viajes Galasam Internacional

2. Que tiempo labora en la empresa en el área de servicio al cliente?
- Menos de 6 meses ()
- Más de 6 meses ()
- Más de un año ()
- 3.- Ha recibido alguna capacitación relacionada con atención al cliente?
- Si ()
- No ()
4. Con qué frecuencia recibe usted una capacitación en servicio al cliente?
- Mensual ()
- Trimestral ()
- Anual ()
- Nunca ()
5. Esta usted capacitado para resolver problemas relacionados con su trabajo?
- Si ()
- No ()
6. Su estado anímico y actitud influyen en los resultados de su trabajo?
- Si ()
- No ()
7. Se siente usted con la preparación suficiente para brindar un servicio de excelencia?

- Muy preparado ()
Preparado ()
Poco preparado ()
8. Considera que las relaciones con sus compañeros son:
Muy agradables ()
Poco agradables ()
Desagradables ()
9. Que falencias considera usted las más relevantes en su entorno de trabajo
Poca atención personalizada..... ()
La tecnología..... ()
Impaciencia de los clientes..... ()
10. Cual es su mayor motivación al brindar el servicio de atención al cliente?
Económico ()

Relaciones sociales ()

Vocación ()

Otros ()

11. Cuán importante cree usted que una capacitación ayuda a mejorar la calidad de Servicio?

Muy importante ()

Importante ()

Poco importante ()

12.- Considera usted importante realizar capacitaciones permanentes a los colaboradores de la agencia de Viajes Galasam Internacional?

Si () Porque.....

No () Porque.....

ENTREVISTA

Empresa: Agencia de Viajes Galasam Internacional

Nombre: Solvei Rasmussen

Cargo: Gerente General

Género: Femenino

Edad: ()

1.- Cómo calificaría usted la calidad del servicio en la Agencia de Viajes Galasam

Excelente ()

Muy Bueno ()

Bueno ()

Malo ()

Explique Porque?

.....
.....
.....

2.- Cree usted que la capacitación al personal solucionaría los problemas en atención al cliente?

Si ()

Porque?

.....

No ()
Porque?.....

.....

3.- La infraestructura disponible para las ventas en su empresa es:

Muy adecuada ()

Adecuada ()

Poco adecuada. ()

4.- La capacitación es una inversión o un gasto; cuál es su criterio? Por qué?

.....

.....

.....

FOTOS







