



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y POLÍTICAS
ESCUELA DE DERECHO
ESPECIALIZACIÓN DE DERECHO MERCANTIL
MENCIÓN GERENCIA EN RECURSOS HUMANOS Y GESTIÓN
EMPRESARIAL

www.bdigital.ula.ve

**CALIDAD TOTAL EN LA ATENCIÓN AL USUARIO EN LAS EMPRESAS
ASEGURADORAS. AGENCIA SEGUROS HORIZONTE**

Autora: Brenda Rincón
Tutora: Julia Carruyo

Mérida, Noviembre de 2017

c.c Reconocimiento



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y POLÍTICAS
ESCUELA DE DERECHO
ESPECIALIZACIÓN DE DERECHO MERCANTIL
MENCIÓN GERENCIA EN RECURSOS HUMANOS Y GESTIÓN
EMPRESARIAL

www.bdigital.ula.ve

**CALIDAD TOTAL EN LA ATENCIÓN AL USUARIO EN LAS EMPRESAS
ASEGURADORAS. AGENCIA SEGUROS HORIZONTE**

**TRABAJO ESPECIAL DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE
ESPECIALISTA DERECHO MERCANTIL, OPCIÓN GERENCIA DE
RECURSOS HUMANOS Y GESTIÓN EMPRESARIAL**

Autora: Brenda Rincón
Tutora: Julia Carruyo

Mérida, Noviembre de 2017
c.c Reconocimiento

DEDICATORIA

El presente trabajo de Investigación posee un equipo de apoyo para que esto hubiese sido posible, y es por ello aprovecho la oportunidad para retribuirles dedicando:

A Dios Todopoderoso, siempre y primordialmente por ser el Todopoderoso en mi Vida.

A mis Guías Espirituales, por su orientación.

A toda mi familia, siempre con su mano extendida para apoyarme, en especial a mi hijo Jean Paul por el tiempo de ausencia con él para obtener este logro, a mi Madre Názara por su atención en el alcance de mis metas y a mi hermana Carolina por su colaboración en los momentos necesarios.

A todos los profesores de las Cátedras, por brindar sus conocimientos, en especial a mi tutora Julia Carruyo, por permitir ser su tutoriada.

A mis compañeros, por su apoyo en cada clase, en especial a mi Colega Robert, colaborador en el transcurrir de toda la Carrera.

A la prestigiosa casa de estudio Universidad de los Andes, Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas, en especial al Postgrado en Derecho Mercantil, dirigido por la Prof. María Mora, por darme la oportunidad de cumplir mi sueño académico máspreciado.

A Seguros Horizonte, S.A., especialmente Agencia El Vigía por su colaboración en el momento necesario para obtener la información y llevar a cabo esta investigación.

A todas y cada una de las personas que de alguna u otra manera, contribuyeron a que lograra esta meta que me propuse en la vida, y que me ha permitido crecer intelectualmente como persona y como ser humano. A todos mi reconocimiento, gratitud y un Dios les pague y multiplique en bendiciones.

AGRADECIMIENTO

Este trabajo de investigación tiene un equipo de apoyo, la cual hizo posible el logro de su cumplimiento y a los que agradezco valiosamente por su colaboración:

A Dios Todopoderoso, por estar siempre presente, por protegerme y ser Todopoderoso en mi Vida, agradecida por permitirme alcanzar esta meta.

A mis Guías Espirituales, por su orientación y guía.

A toda mi Familia, por su apoyo, en especial a mi hijo Jean Paul para que confíe cada día más que lo que uno se propone se logra con esfuerzo y abnegación, con persistencia, insistencia, resistencia y sin desistir; a mi Madre Názara por existir en mi vida, a mi hermana Carolina por todo su apoyo incondicional, a mi hermana Ana y Padre Tubalcaín cuando lo amerite.

A mi tutora Julia Carruyo, por permitir ser su tutoriada.

A todos mis compañeros de clases, por el aporte que cada uno deja en mí, en especial a los que en momentos oportunos estuvieron allí para tender su mano Edgar, Maribel, Luisa y Blanca. Compañero Robert, mi agradecimiento sublime para ti por tu apoyo en el camino de toda esta experiencia.

A todos los Profesores cada uno con sus aportes para ir obteniendo la información indispensable hacia el trabajo de grado.

A la prestigiosa casa de estudio Universidad de los Andes, Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas, en especial al Postgrado en Derecho Mercantil, dirigido por la Prof. María Mora, por darme la oportunidad de cumplir mi sueño académico máspreciado.

A Seguros Horizonte, S.A. Agencia El Vigía, por su apoyo en la obtención de la información para la investigación de este trabajo.

A todas y cada una de las personas que de alguna u otra manera, contribuyeron a que lograra esta meta que me propuse en la vida, y que me ha permitido crecer intelectualmente, como persona y como ser humano. A todos mi reconocimiento, gratitud y un Dios les pague y multiplique en bendiciones.



UNIVERSIDAD
DE LOS ANDES
MÉRIDA-VENEZUELA

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y POLÍTICAS
ESCUELA DE DERECHO
ESPECIALIZACIÓN DE DERECHO MERCANTIL
MENCIÓN GERENCIA EN RECURSOS HUMANOS Y GESTIÓN
EMPRESARIAL
Mérida -Venezuela

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi carácter de Tutor del Trabajo de Grado, intitulado: CALIDAD TOTAL EN LA ATENCIÓN AL USUARIO EN LAS EMPRESAS ASEGURADORAS. AGENCIA SEGUROS HORIZONTE, presentado por la ciudadana: Brenda Rincón C.I. 15.944.451, para optar al Grado de ESPECIALISTA EN DERECHO MERCANTIL MENCIÓN GERENCIA EN RECURSOS HUMANOS Y GESTIÓN EMPRESARIAL; considero que dicho trabajo cumple con los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En la ciudad de Mérida, a los 07 días del mes de Noviembre de 2017.

Julia Carruyo

C.I. 7.730.422

c.c Reconocimiento

ÍNDICE DE CONTENIDO

	pp.
DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
ÍNDICE GENERAL.....	iii
LISTA DE TABLAS.....	vi
LISTA DE FIGURAS.....	vii
RESUMEN.....	ix
INTRODUCCIÓN.....	01
CAPÍTULOS	
I EL PROBLEMA.....	04
Planteamiento del Problema.....	04
Objetivos de la Investigación.....	11
Objetivo General.....	11
Objetivos Específicos.....	11
Justificación de la Investigación.....	11
Alcances y Delimitaciones de la Investigación.....	13
Alcances.....	13
Delimitaciones.....	14
II MARCO TEÓRICO.....	16
Antecedentes de Investigaciones Previas.....	16
Antecedentes Históricos.....	27
Bases Teóricas.....	33
Teoría Sobre la Calidad.....	33
Teoría de Deming.....	33
Calidad.....	35
Gestión de Calidad.....	37
Calidad basada en procesos.....	39
Responsabilidad de dirección.....	40
Gestión de los recursos.....	44
Realización del producto.....	45
Medición, análisis y mejora.....	46
Control de Calidad.....	47
Etapas del Control de Calidad.....	48
Inspección.....	48
Control estadístico de la calidad.....	49
Aseguramiento de la calidad.....	51
Administración estratégica.....	52
Factores para lograr la calidad total.....	54
Compromiso de la alta dirección.....	55

Trabajo en equipo.....	55
Corrección de problemas.....	56
Capacitación y educación.....	56
Recompensas y reconocimiento.....	57
Crecimiento con rentabilidad económica.....	58
Prestación del servicio.....	59
Habilidades Técnicas.....	61
Habilidad Interpersonal.....	62
Liderazgo.....	62
Comunicación.....	63
Motivación.....	64
Eficiencia al prestar el servicio.....	65
Satisfacción del usuario.....	66
Atención al Usuario.....	67
Componentes del buen servicio para la atención al usuario.....	69
Seguridad.....	69
Credibilidad.....	69
Comunicación.....	70
Compresión del cliente.....	70
Accesibilidad.....	71
Cortesía.....	71
Profesionalismo.....	72
Capacidad de respuesta.....	72
Calidad total en atención al usuario.....	73
Seguros Horizonte, S.A.....	74
Bases Legales.....	78
Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999).....	78
Norma Venezolana ISO 9000:2000. (2001).....	79
Ley del Sistema Venezolano para la Calidad (2002).....	80
Ley de la Actividad Aseguradora (2016).....	80
Manual de Atención al Usuario y Usuaría (2013).....	84
Código de Ética (2011).....	85
Definición de Términos.....	87
III MARCO METODOLÓGICO.....	88
Tipo y Diseño de Investigación.....	88
Población y Muestra.....	92
Población.....	92
Muestra.....	92
Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	93
Técnicas.....	93
Instrumentos.....	94
Validez y Confiabilidad.....	95

Técnicas de Análisis de Información.....	96
IV ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	98
Presentación de Resultados.....	98
Análisis general ante los resultados obtenidos.....	126
V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	130
Conclusiones.....	130
Recomendaciones.....	131
REFERENCIAS.....	134
ANEXOS.....	139

www.bdigital.ula.ve

c.c Reconocimiento^v

LISTA DE TABLAS

TABLAS	pp.
1 Operacionalización de variables.....	86
2 Responsabilidad de dirección.....	99
3 Recursos.....	100
4 Producto.....	101
5 Medición, análisis y mejora.....	102
6 Inspección.....	103
7 Aseguramiento.....	104
8 Administración estratégica.....	105
9 Compromiso de la alta administración.....	106
10 Trabajo en equipo.....	107
11 Corrección de problemas.....	108
12 Capacitación y educación.....	109
13 Recompensa y reconocimiento.....	110
14 Rentabilidad económica.....	111
15 Habilidades técnicas.....	112
16 Habilidad Interpersonal.....	113
17 Liderazgo.....	114
18 Comunicación.....	115
19 Motivación.....	116
20 Eficiencia al prestar el servicio.....	117
21 Satisfacción del usuario.....	118
22 Seguridad.....	119
23 Credibilidad.....	120
24 Comprensión del cliente.....	121
25 Accesibilidad.....	122
26 Cortesía.....	123
27 Profesionalismo.....	124
28 Capacidad de respuesta.....	125

LISTA DE FIGURAS

FIGURAS	pp.
1 Modelo de un sistema de gestión.....	46
2 Resultados en porcentajes obtenidos de responsabilidad de dirección.....	99
3 Resultados en porcentajes obtenidos de recursos.....	100
4 Resultados en porcentajes obtenidos de producto.....	101
5 Resultados en porcentajes obtenidos de medición, análisis y mejora.....	102
6 Resultados en porcentajes obtenidos de inspección.....	103
7 Resultados en porcentajes obtenidos de aseguramiento.....	104
8 Resultados en porcentajes obtenidos de administración estratégica.....	105
9 Resultados en porcentajes obtenidos de compromiso de la alta administración.....	106
10 Resultados en porcentajes obtenidos de trabajo en equipo.....	107
11 Resultados en porcentajes obtenidos de corrección de problemas.....	108
12 Resultados en porcentajes obtenidos de capacitación y educación.....	109
13 Resultados en porcentajes obtenidos de recompensa y reconocimiento.....	110
14 Resultados en porcentajes obtenidos de rentabilidad económica.....	111
15 Resultados en porcentajes obtenidos de habilidades técnicas.....	112
16 Resultados en porcentajes obtenidos de habilidad interpersonal.....	113
17 Resultados en porcentajes obtenidos de liderazgo.....	114
18 Resultados en porcentajes obtenidos de comunicación.....	115
19 Resultados en porcentajes obtenidos de motivación.....	116
20 Resultados en porcentajes obtenidos de eficiencia al prestar el servicio.....	117
21 Resultados en porcentajes obtenidos de satisfacción del usuario.....	118
22 Resultados en porcentajes obtenidos de seguridad.....	119
23 Resultados en porcentajes obtenidos de credibilidad.....	120

24 Resultados en porcentajes obtenidos de comprensión del cliente.....	121
25 Resultados en porcentajes obtenidos de accesibilidad.....	122
26 Resultados en porcentajes obtenidos de cortesía.....	123
27 Resultados en porcentajes obtenidos de profesionalismo.....	124
28 Resultados en porcentajes obtenidos de capacidad de respuesta.....	125

www.bdigital.ula.ve



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIA POLÍTICAS Y JURÍDICAS
ESCUELA DE DERECHO
POSTGRADO EN DERECHO MERCANTIL OPCIÓN GERENCIA DE
RECURSOS HUMANOS Y GESTIÓN EMPRESARIAL

**CALIDAD TOTAL EN LA ATENCIÓN AL USUARIO EN LAS EMPRESAS
ASEGURADORAS. AGENCIA SEGUROS HORIZONTE**

Autora: Brenda Rincón

Tutora: Julia Carruyo

Fecha: Noviembre de 2017

RESUMEN

La investigación se planteó determinar la calidad total para la atención al usuario en Seguros Horizonte, Sociedad Anónima agencia El Vigía. Este estudio tiene un tipo y diseño de investigación de campo, de nivel descriptivo, con apoyo en revisión documental y enfoque cuantitativo. Se utilizó una población de (15), como muestra la totalidad del personal que se desenvuelve en la agencia. Como técnicas de recolección de datos la encuesta y como instrumento se utilizó el cuestionario. La validez se efectuó en base a juicio de expertos y los resultados se sometieron a prueba de confiabilidad, a través del coeficiente de Alfa de Cronbach, reflejando la confiabilidad del instrumento. Los resultados de este estudio arrojaron, que el sistema de gestión de calidad no está funcionando de manera adecuada, existen debilidades por parte de la organización y del talento humano en la prestación del servicio y atención al usuario; ambos sectores comprometen la integración y evolución del concepto de calidad total, a fin de corregir la perspectiva de la situación actual ante los clientes. Se concluyó, existen debilidades en competencias del personal y falta de compromiso de la alta administración para tomar decisiones estratégicas. En consecuencia, se recomendó reforzar las competencias del talento humano estableciendo elementos que promuevan la eficiencia en la prestación de servicio con una visión de calidad; en relación a la empresa se sugirió, integrar factores y componentes indispensables en el marco de la calidad total, con la finalidad de ofrecer un buen servicio en la atención a todos los usuarios y clientes, para estar a la vanguardia de los cambios que se generan en el mercado actual asegurando la permanencia en el sector comercial.

Descriptor: Calidad Total, Atención al Usuario.

INTRODUCCIÓN

En los inicios del siglo XXI se desencadenaron una serie de procesos económicos y culturales de gran trascendencia, los cuales tuvieron su origen en las últimas décadas del siglo pasado; en los mismos se destacan las formas en las cuales se desarrolló la competitividad y la cooperación entre las empresas, a partir del auge del desarrollo científico–tecnológico y el cese de la confrontación política entre los bloques ideológicos mundiales.

En consecuencia, hoy muchos cambios están ocurriendo a nivel mundial, exigiendo una nueva postura por parte de las organizaciones; así, se producen transformaciones dinámicas, rápidas, que no dejan tiempo para adaptarse a ellas, provocando inestabilidad si no se está preparado gerencialmente para afrontarlas.

En este sentido, la alternativa es muchas veces aprender a lidiar con lo ocurrido, intentando sacar el mejor provecho posible de la situación; sin embargo, la experiencia ha demostrado que lo ideal para resistir los embates de una sociedad en constante movimiento, es desarrollar organizacionalmente una gestión estratégica, capaz de adaptarse de manera eficiente.

El nuevo entorno económico y en virtud del desarrollo vertiginoso competitivo de globalización y transformación de las economías, ha impuesto un nuevo desafío a las organizaciones, centrado en aumentar la competitividad empresarial, una manera eficiente de lograrla es a través la calidad total, lo cual permite mejorar los productos y servicios, que brinda la empresa, mediante la optimización del talento humano y una visión comprometida con la calidad.

La gestión basada en la calidad total permite asegurar la excelencia del producto y aumentar la satisfacción del cliente, además de tener claramente identificados y controlados los aspectos relacionados con la calidad, tales como los impactos ambientales, los peligros, riesgos y condiciones laborales, así como la clara definición de controles sobre las actividades, para asegurar la calidad de los productos.

Así, el capital humano es probablemente, el talento más importante que integran las organizaciones e instituciones, por ello, para el desarrollo de políticas se debe asumir los compromisos de gestión, acordes a las necesidades de los trabajadores, que les garanticen condiciones idóneas para cumplir con las actividades hacia la eficiencia, y así generar satisfacción con los logros alcanzados, tanto en lo personal como lo colectivo.

Desde esta perspectiva debe constituir un objetivo fundamental de las organizaciones, la atención integral de su talento humano, pues esto incide directamente en el logro de los objetivos organizacionales, adquiriendo una gestión realizada por gente comprometida con su trabajo, motivada para alcanzar mayores retos, en el marco de los valores y principios institucionales. Lo antes expuesto, solo alcanzable si la Alta dirección y la administración de la empresa toma en consideración la importancia de integrar el concepto de calidad total.

Todos estos aspectos referidos a la formación en el talento humano y de la organización en una sólida visión de la calidad total para la atención al usuario en Seguros Horizonte, Sociedad Anónima Agencia El Vigía, serán abordados en el presente estudio, constituyéndose en el objetivo y propósito de la presente investigación y serán dados a conocer a lo largo de la misma, la cual queda estructurada de la siguiente forma:

El capítulo I, describe el planteamiento del problema, sus objetivos a

alcanzar, tanto el general como los específicos, justificación, alcances y limitaciones de la investigación.

En el capítulo II, el marco teórico presenta el conjunto de trabajos previos que guardan estrecha vinculación con este estudio desde el punto de vista de su contenido, los cuales sirvieron de antecedentes a la investigación, así mismo, se plantean las bases teóricas y legales que sustentan la investigación y el sistema de variables.

El Capítulo III, marco metodológico, recoge el proceso con la cual se realiza el estudio, es decir, el tipo de investigación aplicado al desarrollo del trabajo, se establecen las técnicas e instrumentos de recolección para obtener los datos requeridos, así como las técnicas para analizarlos, adicionalmente la validez y confiabilidad de la información obtenida.

El Capítulo IV, análisis de los resultados, es donde se efectuará el análisis general de los resultados obtenidos posterior a la aplicación del instrumento.

El Capítulo V, conclusiones y recomendaciones, se realizaran las conclusiones después de haber realizado la investigación y se emitirán las recomendaciones que se deban según sea el caso.

Por último se muestra la bibliografía utilizada y los anexos correspondientes.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

La realidad mundial ha dejado de tener sólo relevancia local y ha pasado a tener como referencia el mundo entero, en ese sentido, desde una perspectiva general, la globalización, la apertura económica, la competitividad y, en consecuencia, la calidad, son fenómenos nuevos a los que deben enfrentarse las organizaciones, y en la medida que éstas sean elemento fundamental en el éxito de una organización, el talento humano que las integra deberá desarrollar esfuerzos cada vez mayores para alcanzar estándares de productividad y eficiencia.

Todos estos aspectos deben ser tomados en cuenta en el marco de la cultura organizacional cuando la gerencia requiera implementar procesos que involucren adaptación y mejoras en el desarrollo de la gestión humana para garantizar el logro de sus objetivos institucionales; al respecto, Colbys (2009) señala lo siguiente:

Las organizaciones son la expresión de una realidad cultural, que están llamadas a vivir en un mundo de permanente cambio, tanto en lo social como en lo económico y tecnológico, o por el contrario, como cualquier organismo, encerrarse en el marco de sus límites formales. En ambos casos, esa realidad cultural refleja un marco de valores, creencias, ideas, sentimientos y voluntades de una comunidad institucional. (p. 47).

En este contexto, las organizaciones tanto privadas como públicas afrontan hoy por hoy grandes desafíos, en términos de atender los diversos

aspectos relacionados con las necesidades de sus usuarios y/o clientes, en particular, en lo atinente al talento humano, toda vez que es éste quien lleva adelante los procesos conducentes al logro de objetivos.

Por consiguiente, la atención del talento humano, en función de las competencias que deben fortalecerse para que puedan alcanzar la calidad total en la atención del usuario, abarca una importancia relevante debido a la necesidad de buscar y desarrollar un capital humano preparado para las exigencias que impone el cumplimiento de tareas y responsabilidades que involucra esta atención para realizarlo de manera eficiente a quienes demandan respuestas.

De lo anterior se desprende que las personas tienen un carácter eminentemente activo en el cumplimiento de funciones y tareas de una organización, tal como lo expresa Rodríguez (2009) “por lo mismo las personas no pueden ser consideradas simplemente como medios, toda vez que sus acciones son para la realización del fin social” (p. 74).

De allí, la importancia de que cualquier institución de naturaleza pública o privada, prestadora de servicios, cuente con un capital humano sólido, convencido de sus capacidades, potencialidades y fortalezas, donde cada uno tenga total claridad de las funciones que debe desempeñar, a los fines de alcanzar responsablemente de manera integrada y compartida, los objetivos de todo el organismo, esto es, sin duda, talento humano con calidad total.

En este aspecto señalado, vale la pena destacar que la vía para alcanzar este óptimo esperado, apunta definitivamente al mejoramiento del capital humano que dispone la organización, es decir, construir un perfil específico de desempeño, que refleje las cualidades personales y atributos mínimos más generales que debe poseer un trabajador para cumplir con sus funciones, además de las competencias básicas, asociadas al desempeño

de sus funciones específicas.

En este sentido, se interpreta que en las organizaciones, la productividad depende fundamentalmente de su capital humano, así, como con la calidad con que emplee su capacidad para realizar las múltiples actividades requeridas para alcanzar los objetivos y, especialmente, de su motivación para coadyuvar en el logro de objetivos, con la convicción de que esto se ha de revertir en beneficios y satisfacción para él mismo.

Desde esta perspectiva, el desempeño eficiente del talento humano se convierte en una de las tareas más complejas dentro de la organización y en uno de sus más importantes objetivos, pues para obtener rendimientos esperados hay que motivar la satisfacción de expectativas personales y profesionales orientados al logro de metas, lo cual puede alcanzarse con el mejoramiento continuo a través de procesos planificados, a fin de que la organización pueda contar con un capital humano excelente, preparado para el cumplimiento de su misión, tal como lo expresan Stonner, y Spencer (2006):

El desarrollo de competencias laborales, busca la mejora de la gestión de la organización por medio de mecanismos diseñados, no sólo para mejorar la capacidad sino también los atributos que poseen los empleados. Dicho mecanismo es un proceso planificado y metódico que se realiza de acuerdo a las especificidades de cada trabajador (p. 97).

Asimismo, aun cuando el tema de la gestión del capital humano en cualquier institución pudiera parecer reiterativo y sin mayor complejidad, sin duda, es allí donde radica uno de los componentes fundamentales de toda gestión, si no el más importante, pues constituye el fundamento y núcleo de la gestión, en razón de lo cual debe atenderse con un enfoque científico, técnico y gerencial desde sus necesidades materiales, intelectuales, profesionales y humanas, lo cual implica una sólida visión de la calidad total

aplicada al desempeño laboral; al respecto, Gutiérrez (2011) señala lo siguiente:

En la actualidad, existen nuevos retos en el mundo laboral que las organizaciones deben enfrentar, lo que a su vez demanda que las personas se desempeñen con idoneidad y apliquen sus conocimientos, habilidades y actitudes en entornos cambiantes, para así obtener ventajas competitivas. Desde esta perspectiva, la gestión moderna del talento humano se plantea como un modelo gerencial que facilita que las organizaciones puedan conjugar las estrategias de la empresa con los intereses de las personas frente a su desarrollo y mejoramiento individual (p. 208).

De lo antes mencionado se despliega, que las Empresas se encuentran ante desafíos en este caso de naturaleza laboral que deben estar dispuestas a afrontar, lo que conlleva a tener un talento humano flexible a los cambios que coloquen en práctica sus competencias, y así de esta manera lograr permanecer en el mercado. Al igual, el trabajo actual de este talento humano que se proyecta ante este nuevo modelo gerencial, proporciona relacionar las maniobras de la empresa con los beneficios de las personas a su progreso individual.

Por lo tanto, la Gestión Laboral basada con esta visión refiere a una metodología que permite la determinación de competencias organizacionales, laborales e individuales, con el fin de mejorar los procesos operativos, administrativos de las empresas, para llegar a resultados como la calidad total, aumento de la productividad, competitividad y eficiencia, pero sobre todo ubicar la persona correcta en el puesto de trabajo correcto.

En cambio, las organizaciones colapsan cuando los esquemas modelo se tornan obsoletos y pierden validez ante las nuevas realidades. Es por ello, que si las empresas desean tener permanencia en el mercado, deben asumir los retos de este universo cambiante, modificar sus estrategias actuales y/o

desarrollar nuevas para estar a la vanguardia y lograr la competitividad anhelada integrando a todo el talento humano en este proceso.

En este orden de ideas, el papel protagónico de todo el talento humano de la entidad de trabajo es indispensable para llevar a cabo este proceso, sin la intervención de cada uno de ellos, de cada pieza, de cada aspecto de la misma, como en cualquier sistema, no sería posible alcanzar los objetivos institucionales, pero además, tomando en cuenta el tema de la eficiencia que implica lograrlos al menor costo posible, lo cual involucra un componente de calidad total en la atención al usuario, para que la gestión impacte de manera efectiva.

De acuerdo a lo antes expuesto, el Talento Humano de Seguros Horizonte, S.A., Agencia El Vigía no escapa de esta realidad, en la cual se ha podido evidenciar, por vía de observación, problemas asociados a debilidades en las competencias del talento humano para atender satisfactoriamente a sus usuarios. Puesto que, se hace necesario se ponga en práctica el concepto de calidad total y lo más importante que los usuarios sientan los efectos de la aplicación del mismo, para que cambie la perspectiva en relación a la atención.

Según lo observado por la investigadora, se presentan los siguientes síntomas, débil información suministrada al usuario, omisión en la respuesta institucional hacia la actualización de políticas de calidad, desmejoramiento de la imagen corporativa, las necesidades de los usuarios no son bien atendidas, continuamente se presenta la mala atención al usuario, no hay revisión detallada de todo lo que vaya a ser entregado, el talento humano no posee pertinencia en las actividades que realizan ni el ambiente de trabajo necesario, no hay una planificación para la toma de decisiones estratégicas, se resaltan continuamente los errores, dificultad para ubicar o tener la información indispensable y de manera oportuna, no expresar de manera

correcta la información hacia los requerimientos y solicitudes a los usuarios en la prestación del servicio.

Estas señales tal vez son causadas, por la falta de capacitación en el desempeño del talento humano y de responsabilidad de dirección de la mano con el liderazgo, ausencia de compromiso de la alta dirección, ineficacia al momento de la prestación del servicio, no se maneja algún sistema de inspección de calidad, no hay aseguramiento de calidad para la entrega del servicio, debilidad en la gestión de los recursos que posee la empresa, no hay reconocimiento por algún logro alcanzado, el talento humano carece de motivación para prestar el servicio a los usuarios, debilidad en las habilidades técnicas y comunicativas en la prestación del servicio, escasas vías de contacto con el usuario.

Lo anterior trae como Consecuencias, que esta entidad ha enfrentado en reiteradas oportunidades incomodidades, quejas y reclamos por parte de los usuarios, insuficiencia en normas bien definidas que tengan mayor cobertura en todo el proceso de calidad, perder participación a nivel del mercado y competitividad, escasa satisfacción de los usuarios, no hay un control para medir, examinar y mejorar la calidad del servicio prestado, aparición de defectos al no haber una corrección de problemas de manera preventiva creando burocracia, debilidad en competencias del talento humano y para mejorar el ambiente de trabajo, no hay apoyo entre el talento humano en conjunto lo que genera competencias individuales, desactualización en la evolución de herramientas tecnológicas y en su uso.

De la misma manera, se queda a un lado la cortesía, el profesionalismo y por ende la credibilidad y la seguridad por parte del talento humano en la prestación del servicio, no se saca provecho a los reclamos que los usuarios realizan para tomar las acciones que se deban según el caso, se produce una desactualización laboral del personal, el cual no desarrolla las

competencias necesarias para cumplir cabalmente su gestión, se presentan continuamente situaciones de apatía, desmotivación que, en su conjunto, a la larga conducen a la insatisfacción laboral y, en consecuencia, al abandono en la búsqueda del logro de objetivos, tanto personales como institucionales.

En consideración a lo antes expuesto, este conjunto de situaciones problemas evidenciados en Seguros Horizonte, S.A., Agencia El Vigía, es posible corregir sobre la base de que la organización muestre la mejor disposición de avanzar en el logro de sus objetivos institucionales y, en particular, mediante vías gerenciales específicas que apunten al mejoramiento y fortalecimiento de las competencias de su talento humano, en el marco de una visión de calidad total aplicada al desempeño; en razón de ello, la presente investigación se ha planteado como objetivo central de estudio, determinar la calidad total para la atención al usuario en Seguros Horizonte, S. A., Agencia El Vigía y, en este contexto se consideró necesario que la investigación se enfocara en ofrecer una adecuada respuesta a las siguientes interrogantes:

¿Cuál es el diagnóstico del proceso de gestión y control de calidad empleado en la empresa?

¿Cuáles son los factores que utiliza la empresa para el logro de la calidad total?

¿Cómo es la calidad de prestación del servicio empleado en la organización objeto de estudio?

¿Qué componentes del buen servicio para la atención a los usuarios de la empresa serian indispensables?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Determinar la calidad total para la atención al usuario en las Empresas Aseguradoras. Agencia Seguros Horizonte.

Objetivos Específicos

- ✓ Diagnosticar el proceso de gestión y control de calidad empleado en la empresa.
- ✓ Identificar los factores que utiliza la empresa para el logro de la calidad total.
- ✓ Definir la calidad de prestación del servicio empleado en la organización objeto de estudio.
- ✓ Establecer los componentes del buen servicio para la atención a los usuarios en la empresa.

Justificación de la Investigación

El trabajo encuentra su justificación a partir de diversos aspectos; en primer lugar, resulta relevante desde el punto de vista académico, por cuanto está orientado a la profundización de la calidad total para incidir en la prestación del servicio, es decir, desde la perspectiva del desarrollo del talento humano como un elemento fundamental de la estructura organizacional, lo cual constituye un componente vital de los procesos administrativos.

Por otra parte, en el ámbito laboral se justifica, toda vez que el éxito de las organizaciones depende en gran medida de la gerencia administrativa y de las acciones que se puedan generar para el mejoramiento permanente del talento humano y así ofrecer una atención a los usuarios con calidad; tales acciones implicarían tomar en cuenta diversos aspectos tales como la capacitación, el trabajo en equipo y, en general, las relaciones que entre los trabajadores se establecen, con la finalidad de optimizar la productividad en el marco de una gestión eficiente.

Desde el punto de vista teórico, pretende contribuir a ampliar y generar conocimientos sobre la materia, por cuanto comprende teorías orientadas a la calidad total y la atención al usuario, apoyándose en la revisión bibliográfica de autores y sus propuestas.

En cuanto al aspecto metodológico, se pretende dejar una investigación desde este nivel de especialización, con la disposición que otro participante le sirva de base para ampliar el estudio o de referencia para alguno relacionado con el tema.

Adicionalmente, se vislumbra la importancia de realizar esta investigación, pues se trata de integrar un concepto valioso para el desempeño como es la calidad total en la atención al usuario; dando este valor agregado, se da distinción a la entidad de trabajo, que a su vez ayuda a que esta se ubique en un sitio competitivo en el mercado.

En este sentido, mediante los resultados obtenidos desde el presente estudio, se coadyuva en alcanzar niveles de satisfacción del usuario, al ofrecer respuestas oportunas a los requerimientos y solicitudes, evitando de esta manera las incomodidades a la cuales están sujetos al momento de no apreciar claramente la información necesaria.

Por último, al integrar la calidad total en atención al usuario, se beneficiaría todo el sistema de la empresa, debido toda vez que se transformaría de manera productiva la imagen y percepción que se tiene de la entidad de trabajo, en relación a la atención ofrecida por el talento humano, a su vez, este estudio también busca aportar soluciones a cualquier empresa de servicio que llegase a estar identificada con la problemática de esta investigación. También se produciría un impacto en la sociedad sobre calidad total para la atención al usuario, debido a que esta entidad presta servicios al entorno social, lo que contribuye a sentar las bases para establecer la calidad como premisa básica en cualquier organización, impulsando el mercado en la zona, determinando la importancia que representa la calidad total para la atención al usuario, siendo una estrategia efectiva para el logro de los objetivos y metas establecidas por Seguros Horizonte, Sociedad Anónima Agencia El Vigía.

www.bdigital.ula.ve **Alcances y Delimitaciones de la Investigación**

Alcances

La investigación referida a determinar la calidad total para la atención al usuario en Seguros Horizonte, Sociedad Anónima Agencia El Vigía alcanza dimensiones específicas; en primer lugar, está presente una dimensión diagnóstica, toda vez que se plantea calificar el proceso de gestión y control de calidad empleado en la empresa e identificar los factores que utiliza para el logro de la calidad total.

Por otra parte, el estudio tiene una dimensión documental, en tanto debe desarrollar un análisis sobre los factores para lograr la calidad total vinculado al compromiso de la alta administración, trabajo en equipo, corrección de problema, capacitación y educación, recompensa y reconocimiento y rentabilidad económica, a fin de definir la calidad de

prestación del servicio empleado en la organización objeto de estudio, de igual manera, es necesario abordar los fundamentos que sustentan tales procesos, los cuales servirán de apoyo esencial para el desarrollo conceptual del estudio.

Por último, hay una dimensión de orden técnica, que permite establecer los componentes del buen servicio para la atención a los usuarios de Seguros Horizonte, Sociedad Anónima Agencia El Vigía, debido a que este factor representa una debilidad pronunciada en la misma.

Delimitaciones

En términos generales, no se evidencia limitante alguna que pudiera obstaculizar la realización del estudio referido a determinar la calidad total para la atención al usuario en Seguros Horizonte, Sociedad Anónima Agencia El Vigía.

A este respecto, es importante destacar, que desde el punto de vista técnico y operativo, la autora dispone de los equipos necesarios para desplegar en su totalidad, el desarrollo operativo de la investigación, igualmente, el personal de la empresa ha dado todo el apoyo que la investigadora ha requerido.

Por otra parte, en cuanto a los materiales requeridos para sustentar las diversas perspectivas del estudio, hay acceso a las diferentes referencias, bibliográficas, cibergráficas y hemerográficas, así como a los trabajos relacionados con la temática en estudio, a fin que puedan servir como antecedentes necesarios a la investigación, los cuales pueden ser ubicados con relativa facilidad.

Asimismo, este trabajo se desarrolló del siguiente modo: los últimos cuatro (4) meses del año 2015, a fin de indagar en la problemática objeto de

estudio en el desempeño laboral diario, y luego (03) meses, desde julio del 2016 hasta septiembre del 2016, a fin de crear y aplicar el instrumento a los involucrados ubicados en el lugar donde se generan las situaciones a verificar.

Por otra parte, la línea de investigación donde se inserta este estudio según la Universidad de Los Andes en la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas, bajo la modalidad de Especialización es: Estrategia Organizacional. Adicionalmente, la temática está ubicada en: Estrategias para la toma de decisiones empresariales. Es importante resaltar, que la integración o aplicación de cualquier proceso, método o acciones, dependen exclusivamente de la alta dirección de la empresa a través de las decisiones estratégicas que se tomen, a fin de transformar situaciones que afecten la permanencia en el mercado y la estabilidad de la organización, es por ello, que para generar la calidad total en la atención al usuario es indispensable las estrategias organizacionales.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

El Marco Teórico agrupa el conjunto de teorías y conceptos que fundamentan toda investigación, Arias (2006) lo define como “producto de la revisión documental-bibliográfica, y consiste en una recopilación de ideas, posturas de autores, conceptos y definiciones” (p 106). Al respecto, este capítulo está referido a los trabajos realizados con anterioridad sobre el tema, así como las teorías, basamento legal y conceptos que soportan la investigación referida a las bases laborales fundamentales de una ley especial para el personal de tripulación en la República Bolivariana de Venezuela.

Es decir, equivale a un proceso dinámico que incluye una amplia descripción de los aspectos teóricos que avalan y sirven de sustento a la investigación, en atención al planteamiento del problema y a la búsqueda del logro de los objetivos planteados; este marco cumple con múltiples funciones, observando entre otras que el marco teórico referencial permite establecer los nexos lógicos entre los elementos y componentes del problema y la investigación, a fin de que ésta no resulte aislada o de escasa utilidad.

Antecedentes de Investigaciones Previas

Los antecedentes de la investigación son todos aquellos estudios y obras que permiten aclarar, analizar e interpretar el enfoque metodológico que se plantea en una investigación; en tal sentido, Tamayo y Tamayo (2000) indica que en los antecedentes “se trata de hacer una síntesis

conceptual de la investigación o trabajo realizado sobre el problema formulado con el fin de determinar el enfoque metodológico de la misma" (p.52).

Es decir, se refiere a la revisión de estudios anteriores, relacionados directa e indirectamente con el problema de estudio; por lo tanto, es de gran importancia precisar la existencia de investigaciones previas que guarden relación con la que se lleva a cabo, con la finalidad de determinar, en qué grado pudieran ser útiles como marco de referencia para el proyecto y constituir un aporte representativo para el desarrollo del mismo, tal como los que a continuación se presentan:

En este sentido Roncalli (2011), presentó una tesis doctoral titulada: La Calidad Total en Organizaciones y Entornos Complejos: Análisis en una Aerolínea de Bandera para optar al título de Doctor en Ciencias Contables y Organización Empresarial en la Universidad Autónoma de Madrid. El estudio se planteó como propósito el análisis de la efectividad del modelo de gestión de la calidad total-TQM adoptado por organizaciones y entornos de elevada complejidad, es decir, entendidos ambos, como sistemas complejos adaptativos, en un estadio que se pueden categorizar como tipo IV.

Su objetivo general es la contrastación del citado modelo TQM en las actividades aeroportuarias de las aerolíneas como organizaciones reconocidas de elevada complejidad; en este sentido, el tipo de organización elegida para la investigación tiene sus actividades operacionales inmersas en entornos (los aeropuertos y todo el sistema de la aviación civil internacional) también de elevada complejidad. Así, las aerolíneas son subsistemas complejos contenidos dentro de un sistema complejo más amplio que es toda la organización de la aviación civil.

Metodológicamente el estudio es de carácter exploratorio, de naturaleza emergente, por ello, presenta un enfoque fundamentalmente cuantitativo y se

basa en la metodología inductiva. Hay una combinación de aspectos teóricos y conceptuales, con contraste empírico a través del estudio del caso. Esta metodología es particularmente adecuada para responder a cuestiones del tipo “como” y “por qué”, permitiendo al investigador generar y construir proposiciones o teorías en un área donde pocos datos o teoría existen.

Se desplegó la técnica de la encuesta, entrevistas, observaciones directas y fuentes secundarias. Se realizaron entrevistas individuales semiestructuradas con ejecutivos y empleados de la compañía involucrados en el proceso de implantación del nuevo modelo. Realizaron un total de 49 encuestas siendo 29 entrevistas. Se utilizaron fuentes secundarias para recopilar información histórica sobre el caso. Se pueden citar, entre ellas, los informes anuales; documentos internos facilitados por los entrevistados.

Como instrumento se aplicó un cuestionario que fue previamente validado por el método de juicio de expertos y se le aplicó la fórmula del Alfa de Cronbach para calcular un grado de confiabilidad que alcanzó el 97%; de la implementación de este instrumento se obtuvo la información sobre un diagnóstico claro de la problemática, de lo cual se infirió que existe un problema situacional acerca de su relación con los usuarios, la cual requería una intervención estratégica en la aerolínea.

Los resultados del diagnóstico en relación a la aplicación de un Modelo de Calidad Total en una organización y entorno complejos adaptativos de tipo IV, requiere la participación e implicación de toda la organización, minimizar el énfasis en los procesos operacionales burocráticos y centrarse en las personas, es un proceso de cambio que requiere el tiempo necesario de elaboración y maduración por parte de las personas de la organización.

Al término de la investigación el autor concluyó en un elemento clave para su investigación, el cual se centró en que la aerolínea no estaba desarrollando una relación comunicacional adecuada con sus usuarios, que le permitiera detectar con claridad sus necesidades, en función de poder dar respuesta eficiente y oportuna a las mismas, por lo que recomendó a la gerencia tomar en consideración los resultados obtenidos en el presente análisis de entornos complejos, a fin de mejorar su nivel de comprensión del entorno comercial de la aerolínea.

En definitiva, alrededor de este aspecto estuvo identificado su valioso aporte, en la medida en que desarrolló importantes análisis teóricos y conceptuales sobre el tema de la gestión basada en la calidad total y el análisis situacional complejo, se pudo tomar como referente para el presente estudio.

Describir e identificar barreras y problemas en la implantación de los modelos de calidad total en condiciones de fuerte reto estratégico. Analizar dichos resultados a partir de los enfoques o lentes de las dimensiones de la complejidad. De dicho estudio se desprenden una serie de cuestiones, las cuales pretenden contribuir a mejorar la comprensión y efectividad de dichos modelos en organizaciones y entornos de la tipología estudiada. Poniendo de manifiesto el potencial de este enfoque para mejorar el diseño e implantación de modelos de calidad total en organizaciones y entornos complejos.

El autor Mejías (2015), presento un trabajo titulado Impacto de la Calidad del Servicio y el Manejo de las Relaciones con el Cliente sobre el Abandono de la Clientela en Empresas de Telefonía, ante la Universidad Metropolitana de Caracas, para optar al título de Magíster En Gerencia De Sistemas. El objetivo general de esta investigación es determinar el grado de satisfacción del cliente en relación a la calidad de servicio brindada por las empresas de telefonía en Venezuela tomando como caso de estudio la

empresa Telefónica Venezolana C.A. El presente trabajo es un estudio de campo con un nivel descriptivo, que surge por la necesidad de indagar porqué el cliente abandona una empresa debido a la insatisfacción con el servicio recibido. Para la recolección de datos se utilizó la observación simple y cuestionarios, una vez aplicados éstos se usa el modelo SERVQUAL para medir la calidad del servicio y el Balanced Scorecard (BSC) que se utilizará como herramienta que permita implementar estrategias para la mejora en la atención del cliente basándose en las perspectivas de conocimiento del cliente, aprendizaje y crecimiento. El instrumento aplicado a la muestra fue el cuestionario para una población, de 1200 clientes tomándose una muestra de 283 clientes por cada segmento de estudio.

Para determinar la validez del instrumento (cuestionario) se utilizó la Validez de Contenido, el procedimiento utilizado fue el “Juicio de Expertos, Se seleccionó a un grupo de tres expertos en metodología quienes pudieron comprobar la correspondencia entre objetivos e ítems, utilizando los 91 criterios de precisión, extensión y poder de discriminación de tales ítems, se utilizó una escala a Likert tomando los valores suficiente, medianamente suficiente e insuficiente, el valor seleccionado para los 22 ítems por los tres expertos en los tres criterios mencionados anteriormente fue el de “Suficiente”. Se utilizó Técnica de Test Retest para validar la confiabilidad del instrumento aplicado a la muestra de 283 clientes.

Los resultados obtenidos sugieren que los clientes no se encuentran satisfechos con la atención recibida por parte del personal de atención al cliente y esto es causa del aumento del abandono de la clientela o churn. Por tal razón se concluye que se requiere una mayor capacitación para el personal de atención al cliente y debe mejorarse la calidad de la atención al cliente para responder adecuadamente a las necesidades y requerimientos.

Las recomendaciones realizadas fueron que, deben implementar talleres de relaciones públicas e interpersonales dirigidos al personal que labora en áreas de atención al cliente. Deben diseñar planes de entrenamiento y / o capacitación continua en su personal en cuanto a la atención al cliente, productos y servicios, innovaciones tecnológicas, entre otros. Además se debe brindar a sus empleados un ambiente de trabajo agradable, garantizando las herramientas necesarias para que el empleado pueda desempeñarse satisfactoriamente, así como afianzar la alineación de conocimientos y habilidades del personal con las estrategias de servicio definidas y promover su motivación, haciendo énfasis en el personal como elemento primordial de éxito para una organización.

Optimizar y unificar los procesos de atención al cliente, enfocándolos en la satisfacción del mismo, llevar un control más sistematizado de las solicitudes de los clientes con respecto a sus requerimientos, con la finalidad de dar respuestas oportunas y generar confianza y credibilidad como valor agregado. Incorporar a la misión, visión de la empresa, la calidad de servicio como estrategia competitiva, de manera que los trabajadores lo internalicen y esto a su vez se traduzca en conductas favorables hacia el cliente que incluyan la amabilidad, el respeto, cordialidad y cortesía. Se recomienda a su vez realizar evaluaciones de forma periódica de la calidad del servicio con la finalidad de tomar en cuenta las opiniones de los clientes, en cuanto a expectativas y percepciones lo cual permita establecer 130 nuevas estrategias de fidelidad para retenerlos, de igual manera se recomienda elaborar indicadores de gestión que se actualicen permanentemente que monitoreen los procedimientos de atención al cliente existentes y garanticen el cumplimiento de las estrategias y políticas establecidas por las empresas.

El aporte de esta investigación fue muy significativo para afianzar al talento humano como elemento fundamental en una organización, de igual

manera el manejo de la calidad para el logro de resultados favorables y rentables para todos, debido a que, reducir el abandono de los usuarios, a través de la mejora en la calidad del servicio y las relaciones con el cliente, cambia el panorama de la empresa. A su vez, se demuestra que la insatisfacción de los clientes por la atención recibida del personal es el motivo del creciente abandono de los usuarios, tras eso realizar capacitación e integración de la calidad en la atención para ofrecer respuestas oportunas a sus solicitudes y requerimientos en la organización, se utilizaría como estrategia competitiva para el logro de los objetivos.

Así mismo Urbano (2012) elaboró una Propuesta de un Modelo Basado en la Planificación Estratégica para Mejorar la Competitividad del Capital Humano Mediante la Formación y Capacitación en C.V.G. Proforca, ubicada en el Sur del Estado Monagas en la Universidad Bicentenario de Aragua, para optar por el título de Licenciado en Administración de Empresas y tuvo como propósito proponer a la empresa un modelo basado en la planificación estratégica orientado a elevar la competitividad del recurso humano a través de su capacitación y formación.

La modalidad de la investigación correspondió a un proyecto factible, apoyado en el diseño de campo de tipo descriptivo y para la obtención de los datos se empleó el cuestionario diagnóstico y la guía de entrevista, así como la observación directa; cabe destacar que ambos instrumentos fueron sometidos a la prueba del juicio de tres expertos quienes los consideraron válidos para obtener la información requerida: por otra parte, al cuestionario se le aplicó una prueba que determinó un 97% de confiabilidad para alcanzar los objetivos para los cuales fue diseñado.

Entre los resultados obtenidos del análisis realizado se encontró la carencia de mecanismos evaluativos del desempeño que incluyen instrumentación, métodos y parámetros, por lo que el autor concluyó que no

existe en la empresa un instrumento que le permita a la gerencia de recursos humanos evaluar la condición del trabajador frente al cargo, recomendando la necesidad de proponer lineamientos a seguir hacia el logro de un recurso humano eficiente y competitivo a través de un sistema de formación y capacitación adecuados.

El aporte brindado por el presente trabajo guarda relación con los elementos que aporta al propiciar con su propuesta el desarrollo del recurso humano buscando hacerlo más eficiente, se aborda el tema del fortalecimiento de las competencias del recurso humano como una ventaja competitiva que presenta la gestión del capital como herramienta para mejorar la eficiencia; de allí, la importancia que arroja que la empresa posea lineamientos específicos hacia el talento humano a través de la formación, los concretos aportes que dio la investigación en vista del desarrollo de conceptos asociados al fortalecimiento de competencias y la capacitación del recurso humano.

Colmenares (2014) realizó un Trabajo Especial de Grado, como requisito parcial para optar al título de Magister Scientiarum en Administración de Negocios, en la Universidad Nacional Abierta en la ciudad de San Cristóbal Estado Táchira, titulado “Estrategias para optimizar el servicio de atención al cliente del Banco Bicentenario Banco Universal, C.A., agencia La Fría”, cuyo objetivo general fue establecer estrategias para optimizar el servicio de atención al cliente del Banco Bicentenario Banco Universal, C.A. Agencia La Fría.

El estudio se desarrolló bajo una investigación de campo de carácter descriptivo. La población se conformó con clientes internos y externos de la agencia, quedando la muestra representada por seis (06) clientes internos y doscientos ochenta y seis clientes externos. Para recolectar la información se aplicaron dos (02) cuestionarios (interno y externo), con escala tipo Lickert.

Los resultados se sometieron a prueba de confiabilidad, a través del coeficiente de Alfa de Cronbach, resultando el instrumento confiable. Para el análisis de datos se usó la estadística descriptiva, mediante tablas de distribución de frecuencia y representaciones gráficas.

Este resultado indica, que en el Banco Bicentenario Banco Universal C.A, Agencia La Fría, existe Inefectividad de los servicios ofertados a los clientes y/o usuarios por Banco Bicentenario Banco Universal C.A, Agencia La Fría. Insuficiencia del personal para cubrir la demanda del Servicio brindado por la Agencia Bancaria. Falta de Iniciativa del personal para solucionar imprevistos y para brindar asesoría y orientación de calidad al cliente y/o usuario. Ausencia de tecnología avanzada para la prestación del servicio. Insatisfacción de los clientes y/o usuarios por el material informativo que brinda la Institución en relación a los productos y/o servicios que tiene el Banco Bicentenario Banco Universal C.A, Agencia La Fría. Instalaciones inapropiadas para la prestación del servicio en la atención al cliente Falta de Promoción de Productos y/o servicios de la Institución por parte de la fuerza de venta. Insatisfacción por la Atención brindada por parte de los clientes y/o usuarios al realizar las operaciones bancarias en la Agencia Bancaria.

Siendo los más resaltantes, la ausencia de orientación de en las metas y objetivos de la Institución, estrategias gerenciales que no se comunican al recurso humano, falta de capacitación y adiestramiento, no está definida la cultura de servicio creando poca motivación al logro, inadecuada resolución de problemas y necesidades de los clientes, ausencia de acciones preventivas en errores del servicio prestado, desconocimiento de consecuencias de un deficiente servicio, entre otras. Como se puede observar el número de fortalezas puede considerarse bajo sin embargo pueden ser aprovechadas mediante una intervención gerencial congruente y

efectiva, de lo contrario la empresa puede acarrear déficit económicos y quedar fuera de operatividad.

Los hallazgos permitieron concluir que la falta de capacitación y adiestramiento del personal, genera una cadena de insatisfacción y descontento por parte de los clientes, se propone como estrategia adiestrar y capacitar el personal para fortalecer el poder de negociación y enfatizar la resolución de problemas, propiciar la participación de colaboradores en el desarrollo de proyectos y planes de acción, para reforzar la atención al cliente, desarrollar e implantar un Sistema de Información Estratégico, basado en Índices de Gestión (SIMEG) y por último, implementar el manejo de acciones de Investigación de Mercados.

Esta tesis guarda relación con el presente estudio por una parte porque posee elementos dentro de la problemática de esta investigación como insatisfacción por la atención y ausencia de prevención de errores del servicio prestado, por otro lado debido a que la atención al cliente también en el sector asegurador, genera beneficios que determinan el funcionamiento, rentabilidad y posicionamiento en el mercado, por lo que deben mantenerse a la vanguardia de los cambios que se presenten para ser altamente competitivos y ofrecer productos y/o servicios de calidad que impacten en la atención que se prestan a los clientes.

La autora Gélves (2017) realizó un Trabajo Especial de Grado, como requisito para optar al título de Licenciada en Administración mención Mercadeo, en la Universidad Nacional Experimental “Simón Rodríguez” en la ciudad de El Vigía Estado Mérida, titulado “Calidad en el servicio para la optimización de la atención al cliente del Banco Bancaribe, C.A., agencia El Vigía”, el objetivo general de la investigación fue analizar la calidad en el servicio para optimización de la atención al cliente, en el contexto de Bancaribe, C.A. agencia El Vigía.

Dicha investigación se ubica dentro del enfoque cuantitativo, apoyándose en un estudio de carácter descriptivo, fundamentado en un diseño de campo. La muestra fue conformada por 38 sujetos, de los cuales ocho (8) empleados y treinta (30) clientes, para los cuales se utilizó un muestreo intencional u opinático, de acuerdo con los siguientes criterios: clientes alta renta o VIP, con experiencias en el servicio que ofrece el banco, asiduos, adultos mayores y clientes en cola por el cajero expres y automático. Las técnicas de recolección de datos, fue la encuesta y como instrumento el cuestionario, compuesto por 17 ítems con opciones de respuestas (SIEMPRE, ALGUNAS VECES Y NUNCA). En la validez se tomará el panel de juicio de expertos y la confiabilidad se basó en el coeficiente de alfa cronbach. Una vez aplicado el instrumento, se tabulará la información utilizando tablas sencillas o marginales en las cuales se especificará la frecuencia acumulada (Fa), Frecuencia relativa (Fr) y la representatividad de cada alternativa de respuesta, según las variables estudiadas, además de su respectivo gráfico de barras.

Se concluyó que Bancaribe agencia El Vigía, utiliza estos elementos para prestar un servicio de atención de calidad, sin embargo, los resultados no son los esperados, puesto que los usuarios se quejan del servicio, de la lentitud en las respuestas a sus solicitudes, por lo que la entidad deberá establecer las pautas para que la calidad en el servicio sea la esperada por los clientes, que el personal sea cortés, amable y servicial en la atención, que escuche y le preste atención a las sugerencias, canalizando por medio de la gerencia de servicios todas las solicitudes recibidas sean estas positivas o negativas para la entidad.

Es importante el aporte que le da esta investigación a este estudio, debido a, que pesar que coinciden situaciones como quejas del servicio y respuestas inoportunas, se hace indispensable incorporar el concepto de

calidad a las organizaciones, en este caso, para que el servicio y la atención mejoren y sobrepasen las expectativas a todos los usuarios que tienen la necesidad de satisfacer sus inquietudes y obtener la información que deban obtener según sea caso.

Antecedentes Históricos

La calidad es inherente a la especie humana; es decir, existe desde que existe el hombre sobre la Tierra; se originó con el hombre de las cavernas, quien buscaba en el alimento saciar el hambre, en sus armas la defensa y en el abrigo calor, condiciones que le permitieran sobrevivir a las épocas y los ambientes que lo rodeaban.

Con el paso del tiempo el ser humano fue mejorando la calidad de la respuesta a sus necesidades básicas, como alimento, seguridad y abrigo, para lo cual fue apropiando prácticas encaminadas al mejoramiento continuo de sus armas, de sus métodos de cultivo, desarrollando su propia tecnología, primero para labrar la piedra (Edad de Piedra) y luego los metales (Edad del Metal), y otros desarrollos, hasta llegar a la Edad Media, en la cual los artesanos eran quienes se encargaban de manejar los bienes de producción y de consumo. Todo el proceso se realizaba en forma conjunta, es decir, el diseño, el desarrollo del producto y su control, de tal manera que el artesano se aseguraba de que el producto contara con la calidad requerida para el cliente.

A mediados del siglo XVIII se inició la producción masiva, cada pieza la fabricaban distintas personas que seguían el diseño y a la vez cada pieza tenía determinadas medidas (metrología) y cumplía con ciertas normas (normalización). En este tiempo se construyeron máquinas y herramientas y se instruyó a los operarios para estructurar un sistema de producción en serie; sin embargo, existían productos defectuosos, pues no se daba

importancia a los efectos producidos por las variaciones de los procesos de producción; esto se debía al trabajo heterogéneo de los operarios, a las habilidades que cada ser humano tiene y a las actitudes que manifestaban frente al trabajo.

Surgen también los mercados con base en el prestigio de la calidad de los productos, se les da una marca a los productos para ganar imagen; por ejemplo, la porcelana alemana. Llega la Revolución Industrial, en su primera etapa, comprendida entre finales del siglo XVIII y comienzos del siglo XIX, en la cual se impulsa la inventiva, aplicada a la producción, y se desarrolla el transporte.

Con el desarrollo de los telares, se multiplican la cantidad y la calidad de los productos, y mediante ferrocarriles y barcos se transportan desde Inglaterra. En este mismo período se inicia la producción de piezas siguiendo los parámetros de medición y cumpliendo con unas normas determinadas. Se instruyó a los operarios para alcanzar un sistema de producción en serie.

La segunda etapa de la Revolución Industrial, que va desde mediados del siglo XIX hasta comienzos del siglo XX, se caracteriza por el desarrollo de la industria química, la electricidad, el petróleo y el acero. En esta etapa se logra el desarrollo del aeroplano, la comercialización del automóvil, la producción de bienes de consumo masivo y la invención del teléfono.

Del mismo modo, nace la teoría clásica de la administración, desarrollada por el economista Taylor (1903), quien aporta importantes principios, como la necesidad de avanzar en la industrialización, el énfasis en los procesos, la producción masiva, las expectativas de progreso material, el ser humano como factor del proceso productivo, el énfasis en la estrategia agresiva, el liderazgo autoritario, la comunicación vertical, las órdenes de dirección, la competencia destructiva, entre otros. Como en estos momentos los responsables de la calidad eran los inspectores, las empresas tuvieron

que contratar muchos de ellos para que clasificaran los productos en buenos y malos; con el control de calidad, las empresas ganaron en productos de calidad, pero a grandes costos.

En la posguerra, comprendida entre las décadas de 1950 y 1960, los productos de Estados Unidos se consideraban de gran calidad a pesar de los defectos que pudieran presentar, mientras que los del Japón eran pésimos, de muy baja calidad. Aparecen entonces Edward Deming y Joseph Juran, quienes se dedican a enseñar a los japoneses sus principios para mejorar la calidad, en especial técnicas para el mejoramiento continuo, entre las que se encuentran las técnicas estadísticas, búsqueda de la satisfacción del cliente y formación para todas las personas.

Se impone el control estadístico del proceso; durante la década de 1950 se dio un auge de hacer las cosas muy bien, en especial en los países más involucrados en la guerra, los cuales hoy representan las potencias del mundo. El desarrollo de la calidad continúa con la etapa de su aseguramiento, para lo cual surge la necesidad de la participación de todos los departamentos en el diseño, planeación y ejecución de las políticas de la calidad.

Le sigue la etapa de la administración estratégica por calidad total, en la década de 1990. La calidad se centra en el mercado y las necesidades del consumidor, dando gran importancia a la calidad en el proceso de competitividad. El concepto de administración de la calidad total, TQM por sus siglas en inglés, es el pilar de todas las empresas que desean enfrentar un reto de cambio en cuanto a la forma de hacer las cosas, de trabajar de cara al cliente y de involucrar en cada acción de la organización la metodología del mejoramiento continuo (phva).

El advenimiento del desarrollo tecnológico y el avance en los sistemas de comunicación, junto con la globalización, dan origen a otro concepto de la

calidad, la reingeniería de procesos, en que las empresas se enfocan en mejorar de manera rápida y radical en todo lo referente a los procesos administrativos, de producción y de comercialización.

Por otra parte, desde una perspectiva histórica, gran parte del trabajo en el campo de la satisfacción de los clientes empezó en los años setenta, cuando el consumismo empezó a incrementarse, producto del desarrollo a ultranza del neoliberalismo; el nacimiento del movimiento de los consumidores estuvo relacionado, directamente con la baja de los servicios que sintieron muchos de estos.

Durante la década de los setenta las empresas de servicios comenzaron a enmarcarse profundamente en la satisfacción de sus clientes, debido a las bajas que estas habían obtenido anteriormente por la insatisfacción del cliente, es decir, que las empresas no le daban al cliente un servicio de calidad ni mucho menos excelente, porque se preocupaba más por producir que por satisfacer a los clientes.

Además, es importante mencionar que la oferta de servicios ha tenido un enorme aumento recientemente y que de este aumento de los servicios se debe a dos factores esenciales como son el desarrollo de la economía y el mejoramiento del nivel de vida de la sociedad.

Una de las principales tendencias a nivel mundial en los últimos años ha sido el impresionante crecimiento de los servicios como resultado del aumento de los ingresos, de más tiempo libre y de la creciente complejidad de los productos que requieren servicios.

La nueva era de los servicios globales se caracteriza porque este sector domina las cifras de mano de obra y las economías una mayor participación de los clientes en las decisiones estratégicas de los negocios; uno de los recursos que ha contribuido a la buena prestación de servicios por parte

delas organizaciones, es sin duda, el despliegue y desarrollo de las tecnologías de información y comunicación (tics).

En relación a la Atención al Usuario, desde la época antigua, el hombre siempre ha buscado satisfacer sus necesidades mediante lo que estos mismos podían producir, más al pasar del tiempo, la manera en que accedían o podían obtener los productos que necesitaban, sufrió un cambio, ya que, posteriormente, y ya que les tocaba entonces desplazarse a largas distancias para poder obtenerlos; por lo que luego, esta situación fue reemplazada con la aparición de los centros de abastecimientos de productos, tales como los mercados, pudiendo conseguir una gama variada de productos.

Más adelante, surgieron los agricultores, quienes mejoraron su producción en virtud a la alta competencia que existió en esos mercados, era tan elevada la competencia que la calidad de los productos, ya no bastaba, entonces en cuando surge un nuevo enfoque en la venta de los productos, que es lo que actualmente recibe el nombre de servicio de atención al usuario.

Hay que reconocer, que hoy en día, existen herramientas que permiten llegar de una manera más eficiente hacia nuestros usuarios; en este orden de ideas, Serna (2006) señala que el concepto tradicional que se tenía del servicio al usuario o cliente, se refería a la satisfacción de sus necesidades y expectativas, siendo de carácter fundamental, la amabilidad adicionando la buena atención.

Las razones por la cual se impone esta nueva visión es que en la actualidad es más fácil acceder a una buena cantidad de datos, exigen mayor valor agregado, quieren que los proveedores los conozcan en detalles, tiene una gran variedad de opciones, colocan un enorme valor en la

facilidad, rapidez y conveniencia con que puedan adquirir bienes y servicios. A esto se refiere Serna (2006) cuando afirma que:

Pero el énfasis recae en establecer una relación a largo plazo y de servicio integral, en satisfacer la totalidad de las necesidades de servicios al cliente, y en disminuir la necesidad o el deseo del cliente de fragmentar sus asuntos entre varias instituciones. Toda esta nueva situación se da porque el cliente en este entorno tiene y valora nuevos elementos del servicio tales como el tiempo, oportunidad, soluciones individualizadas y amabilidad. Serna (p. 79).

Hoy, la atención al usuario o cliente, impone a las organizaciones esfuerzos mayores, que trasciendan el simple hecho de la satisfacción de necesidades, pues el factor competencia, es decir, mercado, se ha vuelto cada vez más complejo, aunado al hecho del desarrollo avanzado de tecnologías de punta que promueven la simplificación de procedimientos, procesos, comunicaciones y, cada vez mejores productos, adaptados más eficientemente a las necesidades de clientes y usuarios.

Más aún, ya hoy no se trata sólo de satisfacer necesidades, se trata de crear nuevas estrategias que acrecientan la carrera por llegar primero a la preferencia del cliente, en consecuencia, quien esté mejor preparado técnicamente, capacitado, quien domine la información de primera mano, maneje propaganda más eficiente, quien pueda ofrecer productos y servicios acabados de última generación, logrará posicionarse rápidamente en el gusto de la gente.

Esto sin duda, involucra altos ingredientes de calidad total, con despliegue exhaustivo de todos sus principios, parámetros, metodologías, en función de buscar y alcanzar la consolidación de la organización en el mercado, siempre con la participación de todo el talento humano de la empresa a nivel horizontal y vertical, para el logro de los objetivos propuestos.

Bases Teóricas

A fin de desarrollar este aspecto de la investigación, se asumió lo que Arias (2006), establece como bases teóricas, las mismas comprenden “un conjunto de conceptos y posiciones que constituyen un punto de vista o enfoque determinado, dirigido a explicar el fenómeno o problema planteado” (p. 14). En función del problema planteado y los objetivos definidos por la investigación, se realizó una compilación de carácter teórico, referida a los múltiples y variados autores que han abordado los diversos aspectos y materias que se corresponden con el estudio realizado, en el marco del análisis del contenido de sus variables y con el correspondiente marco reflexivo desarrollado por la investigadora, las bases teóricas se han estructurado de la siguiente manera:

Teorías Sobre la Calidad

En el transcurso del tiempo se han desarrollado múltiples conceptos de calidad, estudiados por pensadores que han profundizado en el tema, entre los cuales destacan los siguientes:

Teoría de Deming

Deming en el año 1986 define la calidad como productiva y competitiva y, le asigna características “todo proceso es variable y cuanto menor sea la variabilidad del mismo, mayor será la calidad del producto resultante (p. 209); este autor desarrolló catorce puntos, conocidos como los puntos de Deming sobre la calidad y los mismos fueron la base para la modificación de la industria americana, las cuales se detallan a continuación:

1. Crear constancia en la mejora de productos y servicios, con

el objetivo de ser competitivo y mantenerse en el negocio, además proporcionar puestos de trabajo.

2. Adoptar una nueva filosofía de cooperación en la cual todos se benefician, y ponerla en práctica enseñándola a los empleados, clientes y proveedores.

3. Desistir de la dependencia en la inspección en masa para lograr calidad. En lugar de esto, mejorar el proceso e incluir calidad en el producto desde el comienzo.

4. Terminar con la práctica de comprar a los más bajos precios. En lugar de esto, minimizar el costo total en el largo plazo. Buscar en un solo proveedor para cada ítem, basándose en una relación de largo plazo de lealtad y confianza.

Estos cinco aspectos aluden directamente a la constitución de una nueva filosofía empresarial, centrada en la necesidad de generar la prestación de un servicio eficiente, a la luz del concepto de cooperación cliente-empresa, integrando la calidad desde el inicio lo cual arroja beneficios para todos e incluye la generación de fuentes de trabajo; allí nacieron los principios básicos de calidad.

5. Mejorar constantemente y por siempre los sistemas de producción, servicio y planeamiento de cualquier actividad. Esto va a mejorar la calidad y la productividad, bajando los costos constantemente.

6. Establecer entrenamiento dentro del trabajo (capacitación).

7. Establecer líderes, reconociendo sus diferentes habilidades, capacidades y aspiraciones. El objetivo de la supervisión debería ser ayudar a la gente, máquinas y dispositivos a realizar su trabajo.

8. Eliminar el miedo y construir confianza, de esta manera, todos podrán trabajar más eficientemente.

9. Borra las barreras entre los departamentos. Abolir la competición y construir un sistema de cooperación basado en el mutuo beneficio que abarque toda la organización.

La mejora constante como fundamento de la calidad la vislumbró Deming desde siempre, esto obliga a la preparación constante del personal, a la formación de líderes de avanzada, que fácilmente logren trabajar en conjunto y en miras del logro de los objetivos de la empresa, para asumir la

responsabilidad de satisfacer las necesidades de los clientes y usuarios.

10. Eliminar eslóganes, exhortaciones y metas pidiendo cero defectos o nuevos niveles de productividad. Estas exhortaciones solo crean relaciones de rivalidad, la principal causa de la baja calidad y la baja productividad reside en el sistema y este va más allá del poder de la fuerza de trabajo.

11. Eliminar cuotas numéricas y la gestión por objetivos.

12. Remover barreras para apreciar la mano de obra y los elementos que privan a la gente de la alegría en su trabajo. Esto incluye eliminar las evaluaciones anuales o el sistema de méritos que da rangos a la gente y crean competición y conflictos.

13. Instituir un programa vigoroso de educación y auto mejora.

14. Poner a todos en la compañía a trabajar para llevar a cabo la transformación. La transformación es trabajo de todos (p. 177).

Esta teoría profundizó más en que el concepto de calidad de servicio, en la cultura de servicio, en la que están inmersos los clientes externos e internos; hace necesario concientizar que el servicio es el resultado final de los esfuerzos de todas(o casi todas) las áreas de la organización y no sólo del esfuerzo del personal de contacto con el cliente final; No obstante lo anterior, la filosofía de Deming es considerada como punto de partida, para la gestión de calidad total.

Calidad

La Real Academia de la Lengua (2000) define calidad como “propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor”. El concepto de calidad ha evolucionado en los últimos años, especialmente por su vinculación al mundo empresarial, que lo ha visto como una forma de mejorar su competitividad y el servicio a sus clientes. Así en este contexto se entiende por calidad la satisfacción de las expectativas y necesidades de los clientes.

De igual manera, calidad es un concepto manejado con bastante frecuencia en la actualidad, pero a su vez, su significado es percibido de distintas maneras. Al hablar de bienes y/o servicios de calidad, la gente se refiere normalmente a bienes de lujo o excelentes con precios elevados. Su significado sigue siendo ambiguo y muchas veces su uso depende de lo que cada uno entiende por calidad, por lo cual es importante comenzar a unificar su definición; Fitzgerald (2014) expresa lo siguiente:

El concepto de calidad ha ido evolucionando a lo largo de los años, ampliando los objetivos y variando la orientación; se puede decir que su papel ha tomado una importancia creciente al evolucionar desde un simple control o inspección hasta convertirse en uno de los pilares de la estrategia global de la empresa, en un principio, la calidad era costosa porque consistía en rechazar todos los productos defectuosos, lo que representaba un primer costo, y después recuperar de alguna forma dicho producto, la calidad era exclusiva del departamento de inspección de calidad (p. 255).

Según lo antes mencionado, el concepto de calidad sufre una evolución importante, pasando de la simple idea de realizar una verificación, a tratar de generar calidad desde los orígenes. Se busca asegurar la calidad en el proceso de producción para evitar que éste genere productos defectuosos. En este caso, el autor (ob. cit) indica que solo un departamento se encargaba de esta actividad, es decir, solo una parte de la Organización está integrada con este sistema. Según se detalla en la norma ISO-9000, define la calidad “Es el grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos” (p.08). Asegurar la calidad en los procesos de producción de una organización es fundamental para evitar que el producto final sea defectuoso.

Adicionalmente, se puede añadir que el término calidad debería ser comprendido por los gerentes, administradores y funcionarios de las organizaciones actuales como un logro de la satisfacción de los clientes a

través del establecimiento adecuado de todos sus requisitos y el cumplimiento de los mismos con procesos eficientes, que permita a la organización ser competitiva en su sector y beneficie al cliente con precios razonables. Lo anterior señalado da la apertura a la variable principal de estudio, a fin de conocer lo que anticipa a la Calidad Total.

Calidad Total

La calidad total constituye un aspecto fundamental asociado a la satisfacción de las necesidades de clientes, usuarios y consumidores; Cantú (2006) la define como:

Una esta etapa que surge del énfasis en el mercado y en las necesidades del consumidor; la calidad está siempre orientada hacia la satisfacción del cliente. Por lo que siempre debe ofrecer más y mejor, y al menor coste posible y alcanzable para atraer al cliente (p. 206).

En este mismo orden de ideas, mediante la calidad se busca también satisfacer a clientes internos y externos de las organizaciones. Las empresas y organizaciones adoptan modelos de excelencia basados en principios de la calidad total, en los que mediante el liderazgo se determina el rumbo y la cultura deseada, estableciendo los planes y proyectos estratégicos que sean necesarios para ubicar a la organización de manera competitiva que le garantice ser permanente y esto coadyuva en su crecimiento.

Según el autor Chandezon (1999), señala que “La calidad total es la voluntad, del principio al fin, de hacer productos de calidad o de ofrecer servicios de calidad. Ni SUBCALIDAD, ni SUPERCALIDAD, SINO LA CALIDAD NECESARIA Y SUFICIENTE.” (p.03).

La calidad total debe comportarse entonces en su justa medida, sin

exceder o menos preciar las cualidades en una atención o servicio ofrecido, pero para llevar a cabo esto es indispensable que todo el personal forme parte de esta acción, según Chandezon (1999) señala lo siguiente:

La calidad total debe concebirse en todos los escalones y en todos los niveles del proceso de fabricación. La telefonista, la limpiadora, el obrero, el empleado, el técnico, el capataz, el contable, el personal de comercialización; **TODOS ESTAN INVOLUCRADOS: LA CALIDAD TOTAL, ES LA CALIDAD EN TODAS PARTES Y POR TODOS LADOS.** (p. 03).

Por consiguiente, es de suma importancia el papel vital que plantea la calidad total, al ser necesario la integración de todo el talento humano para la ejecución y puesta en práctica de este concepto en todos los niveles de la organización, sin importar la jerarquía, área, departamento, nivel o equipo en que se encuentre, para su aplicación todos son indispensables. Por ello, este término, debe ser incorporado en la visión, misión y valores de la empresa, para ello Petrick y Furr (2003) expresa:

La calidad total es un enfoque (no un área o programa separado), y una parte integrante de la estrategia fundamental del conjunto. Funciona horizontalmente a través de los departamentos y funciones, implicando a todos los empleados, desde el nivel más alto hasta el más bajo, y se extiende hacia delante y hacia atrás para incluir la cadena de proveedores y la de clientes. (p. 29).

En este sentido, el autor (ob. cit), señala que la calidad total debe ser el camino por donde debe transitar la empresa y hacia ello se debe integrar en toda la organización, en cada rincón, hasta llegar hacerlo extensivo a los clientes externos que son los proveedores y los clientes, acentuándose así la inclusión de cada persona en este proceso que amerita sea estudiado con detalle, pero que con seguridad genera excelentes beneficios mientras se ejecute con precisión.

Gestión de la Calidad

Con la gestión de la calidad, se sigue ampliando sus objetivos a todos los departamentos de la empresa, involucrando a todos los recursos humanos liderados por la alta dirección y aplicándose desde la planificación, diseño de productos y servicios dando lugar a una nueva filosofía de la forma de gestionar una empresa, con ello, deja de representar un costo y se convierte un modo de gestión que permite la reducción de costo y el aumento de beneficios.

En este sentido, la Norma Internacional ISO 9000:2005 define la gestión de la calidad como “las actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad” (p.10); de acuerdo con Newman (2015) la Gestión de las Calidades:

El aspecto de la gestión general de la empresa que determina y aplica la política de calidad. Con el objetivo de orientar las actividades de la organización para obtener y mantener el nivel de calidad del producto o del servicio, de acuerdo con las necesidades del cliente o del usuario (p. 211).

Debido a lo antes expuesto, otra definición de la gestión de calidad, es el comportamiento en su totalidad en la empresa, donde se establecen reglamentos y lineamientos en las acciones que realiza la organización con la finalidad de adquirir, mantener y mejorar la calidad de los productos o servicios atendiendo siempre las necesidades de los usuarios.

Según el autor Udaondo (1992) indica que debe entenderse por gestión de calidad “el conjunto de caminos mediante los cuales se consigue la calidad; incorporándolo por tanto al proceso de gestión, que es como traducimos en término inglés -management-, que alude a dirección, gobierno y coordinación de actividades.”(p.05).

De igual manera, el autor (ob.cit), indica que la definición de la gestión de calidad sería “el modo en que la dirección planifica el futuro, implanta los programas y controla los resultados de la función de calidad con vistas a su mejora permanente.”(p.05). Adicionalmente, (ob.cit), señala “Debemos, pues, encarar la gestión de calidad como un desafío personal y aceptarla como un reto del que ciertamente puede depender la supervivencia de nuestra empresa.”(p.12). De esta manera, la importancia que tiene para la empresa la incorporación en todas las actividades con base en una gestión de calidad para direccionar el rumbo hacia la mejora continua y la supervivencia en esta competencia vertiginosa.

Calidad Basada en Procesos

El enfoque basado en procesos es un principio de gestión básico y fundamental para la obtención de resultados que enfatiza en cómo los resultados que se desean obtener se pueden alcanzar de manera más eficiente si se consideran las actividades agrupadas entre sí, considerando, a su vez, que dichas actividades deben permitir una transformación de las entradas en salidas y que en dicha transformación se debe aportar valor, al tiempo que se ejerce un control sobre el conjunto de actividades.

Según Fontalvo y Vergara (2010) en cuanto al enfoque basado en procesos señala “Para garantizar la eficacia del Sistema de Gestión de la Calidad en las empresas de servicios y por consiguiente la satisfacción del cliente, la norma ISO 9001, trae consigo el enfoque basado en procesos”, de igual manera los autores Fontalvo y Vergara (2010) establecen al respecto lo siguiente:

De esta forma las empresas prestadoras de servicios trabajan con todos sus procesos de forma interrelacionada y sistémica implicando esto la necesidad de elaborar un mapa de procesos o red de procesos en donde se describe el sistema de gestión de la calidad de dichas empresas a través de unos procesos que están interrelacionados entre sí para garantizar la satisfacción al cliente, lo que genera para muchas empresas poder tener, de forma concreta, una serie de procesos simplificados que, a su vez, generan una eficacia operacional en el desarrollo de las actividades propias de la empresa (p.85).

Por consiguiente, las organizaciones que tienen implantado un sistema de gestión de calidad, poseen una interconexión en todos sus procesos con la finalidad de generar la satisfacción a los clientes, a fin de lograr tener de manera específica cada uno de ellos, reduciéndolos para alcanzar la eficacia que se amerita en el desenvolvimiento de la vida de la empresa.

El enfoque orientado hacia los procesos permite una rápida y sencilla identificación de los problemas, así como la rápida resolución de los mismos; el estándar internacional ISO 9000: (2005) establece al respecto lo siguiente:

Para que las organizaciones operen de manera eficaz, tienen que identificar y gestionar numerosos procesos interrelacionados y que interactúan. A menudo el resultado de un proceso constituye directamente el elemento de entrada del siguiente proceso. La identificación y gestión sistemática de los procesos empleados en la organización y en particular las interacciones entre tales procesos se conoce como "enfoque basado en procesos". (p.02).

En ese sentido, se puede considerar como proceso cuando una actividad utiliza recursos y se gestiona de manera que los elementos de entrada se transformen en resultados; mientras que para Fondonorma

(2001), es un “conjunto de actividades relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entradas en resultados” (p.11).

Sobre la base de la definición anterior, la aplicación de un sistema de procesos, comprende de la identificación e interacciones de estos procesos, así como su gestión, en las organizaciones existen muchos procesos interrelacionados entre si y en múltiples ocasiones las salidas o resultados de un proceso constituyen la entrada de otro; contribuyendo a detectar de manera oportuna algún problema y la solución de ello, en tal sentido, Gil (2008), expresa que:

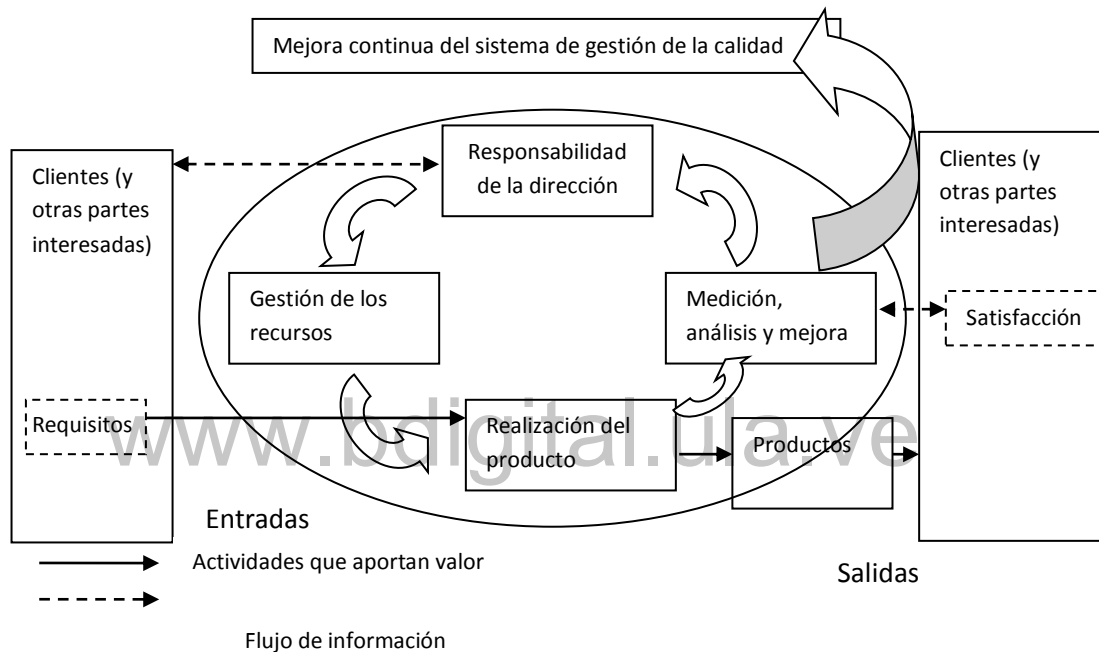
El conjunto de actividades para la realización de un producto, la prestación de un servicio o el desarrollo de una actividad comercial constituye un proceso y, cuando en una organización se aplica un sistema de procesos que se identifican, interrelacionan y gestionan para garantizar un resultado deseado, que satisfaga las necesidades del cliente, decimos que contamos con un enfoque basado en procesos (p. 88).

Un enfoque basado en procesos permite un mejor y continuo control sobre los procesos y las interrelaciones entre ellos, lo que representa una ventaja competitiva para la organización, toda vez que permite además un desempeño mejor y la obtención de mejores resultados no sólo en los procesos sino en los productos y servicios.

De lo anterior se desprende, que los beneficios de estos procesos es eliminar las divisiones, transformándolas hacia la interrelación de departamentos, fortaleciendo el trabajo en equipo, con una rápida identificación, análisis y resolución de problemas, trabajando todos en conjunto en la búsqueda de los objetivos organizacionales, logrando la satisfacción de los usuarios con una proyección de calidad.

Un modelo de un sistema de gestión de la calidad basado en procesos, describe los componentes y los pasos que da la información en una organización para procesar de manera eficiente la respuesta a una demanda determinada, que en definitiva, concluye en un mejoramiento de la gestión administrativa, tal como a continuación se presenta en la siguiente página:

Figura 1
Modelo de un sistema de gestión de la calidad basado en procesos



Nota: Norma ISO 9000:2000

La misma, está constituida por una serie de actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización. Por tanto, este sistema ayuda a dirigir y controlar una organización con respecto a la calidad. Por otro lado, es necesario desarrollar alianzas estratégicas con los proveedores para ser más competitivos y mejorar la productividad y la rentabilidad. En las alianzas, gana tanto la organización como los proveedores.

La adopción de un sistema de gestión de la calidad, debería ser una decisión estratégica que tome la dirección de cada organización. El diseño más la implementación de un sistema de gestión de la calidad de una organización está influenciado por la naturaleza de cada organización, necesidades, objetivos particulares, servicios que proporciona, los procesos que emplea, el tamaño y la estructura de la misma. El éxito de una organización se logra mediante la implantación con mantenimiento de un sistema de gestión de calidad diseñado para mejorarlo continuamente.

En este modelo las partes interesadas juegan un papel significativo para proporcionar elementos de entrada a la organización. El seguimiento de la satisfacción de las partes interesadas requiere la evaluación de la información relativa a su percepción respecto del grado de cumplimiento de sus necesidades y expectativas. El gráfico no refleja los procesos de una forma detallada, aunque permite distinguir cuatro grupos de procesos según Novelo (2002), los cuales se mencionan a continuación:

Responsabilidad de la dirección

Debe proporcionarse evidencia del compromiso de la alta dirección con el desarrollo e implementación del sistema de gestión de calidad (SGC), así como en la mejora continua de su eficacia, comunicando la importancia de satisfacer los requisitos de los clientes, así como los legales y reglamentarios, estableciendo la política y objetivos de la calidad, llevando a cabo las revisiones y asegurando la disponibilidad de recursos.

Es importante el papel que debe asumir la alta dirección de una empresa en relación a la aplicación y progreso del sistema de gestión de calidad, haciendo del conocimiento lo significativo de satisfacer las solicitudes o requerimientos de los usuarios, de igual manera dejando

asentado la creación, mejoramiento o ampliación de lineamientos en relación a las políticas de calidad, efectuando las observaciones que se deban según cada caso.

Gestión de los Recursos

La organización debe determinar y proporcionar los recursos necesarios para implementar, mantener y mejorar continuamente el Sistema de Gestión de Calidad, así como para aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos. En cuanto al recurso humano, el personal que realice trabajos que afecten a la calidad del producto debe ser competente con base en la educación, formación, habilidades y experiencia apropiadas.

En relación a la infraestructura, la organización debe determinar, proporcionar y mantener la infraestructura necesaria para que se logre la conformidad con los requisitos del producto. Debiendo incluir, cuando sea aplicable, edificios, espacio de trabajo y servicios asociados, equipo para los procesos (tanto hardware como software) y servicios de apoyos (como transporte y comunicación). La organización debe determinar y gestionar el ambiente de trabajo necesario para lograr la conformidad con los requisitos del producto.

En la gestión de los recursos intervienen varios elementos, uno la organización, después de hacer un estudio, evaluación y reconocimiento es esta quien debe proporcionar los recursos para la adopción del sistema de gestión de calidad su implementación, mantenimiento y mejora continua, en búsqueda siempre de la satisfacción del cliente, por otra parte el talento humano involucrado en este proceso, que deberían ser todos, debe ser el adecuado competente y con las habilidades necesarias para asumir esta

posición. Y el otro elemento, es el lugar de trabajo, las instalaciones, los equipos y tecnología utilizada, deben ser las acordes según el producto o servicio ofrecido.

Realización del Producto

La norma requiere que la organización planifique y desarrolle procesos necesarios para la realización del producto, siendo coherente la planificación con los requisitos de los otros procesos del Sistema de Gestión de Calidad. Debiendo determinar, cuando sea apropiado, los objetivos de la calidad y los requisitos para el producto; la necesidad de establecer procesos, documentos y de proporcionar recursos específicos para el producto; las actividades requeridas para verificación, validación, seguimiento, inspección y ensayo/prueba específicas para el producto, así como los criterios para la aceptación del mismo y los registros que sean necesarios para proporcionar evidencia de que los procesos de realización y el producto resultante cumplen los requisitos.

La empresa debe coordinar para que en el proceso de la realización del producto se cumpla con los lineamientos dentro de los procesos que se ejecutan dentro de un sistema de gestión de calidad. De igual manera, los recursos indispensables para llevar a cabo las actividades que se necesitan para el control, supervisión y aceptación, se debe dejar evidencia o registros que el proceso de elaboración y el producto final cumple con las exigencias, enfocado todo para lograr la calidad del producto y la satisfacción del cliente.

Medición, análisis y mejora

La organización debe planificar e implementar los procesos de seguimiento, medición, análisis y mejora necesarios para demostrar la

conformidad del producto; asegurar la conformidad del Sistema de Gestión de Calidad y mejorar continuamente su eficacia. Debiendo comprender la determinación de los métodos aplicables, incluyendo las técnicas estadísticas y el alcance de su utilización. Según la satisfacción del cliente, la norma requiere que la organización realice el seguimiento de la información relativa a la percepción del cliente referente al cumplimiento de sus requisitos por parte de la organización. Deben determinarse los métodos para obtener y utilizar dicha información.

Al igual que en la realización del producto, debe dejarse registro en la medición, análisis y mejoras también, para evidenciar la aprobación o conformidad certificando la mejora continua, determinando las técnicas necesarias unido a la trascendencia de utilizarlas. En la búsqueda de la satisfacción al cliente, se debe recopilar la información sobre la percepción que tiene el usuario ante el producto recibido, verificando su cumplimiento.

www.bdigital.ula.ve

Control de Calidad

Según Ishikawa (1997), lo define como, “Practicar el control de calidad es desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el más útil y siempre satisfactorio para el consumidor” (p. 52). De igual manera, este autor indica que “Para alcanzar esta meta, es preciso que en la empresa todos promuevan y participen en el control de calidad, incluyendo a esto a los altos ejecutivos así como a todas las divisiones de la empresa y a todos los empleados.”(p.52).

Por consiguiente, el control de calidad, abarca desde la creación hasta la conservación del producto manteniendo la calidad, siendo atractivo y complaciendo siempre las expectativas de los usuarios, a su vez en este proceso es indispensable que todo el talento humano de la organización

siembre la calidad en sus actividades en todos los departamentos, áreas, niveles, participando activamente para alcanzar el objetivo deseado, orientados a la satisfacción del cliente.

En éste ámbito, basado en la distribución de tareas, se marcan las etapas de lo que constituye el control de la calidad, que van desde la inspección, control estadístico, aseguramiento de la calidad, administración estratégica por calidad total y otras tendencias actuales en torno a la calidad.

Según el autor Hansen B. y Ghare P. (1990), define el control de calidad, “al conjunto de técnicas y procedimientos de que se sirve la dirección para orientar, supervisar y controlar todas las etapas mencionadas hasta la obtención de un producto de la calidad deseada.” (p.03).

Por otro lado, el autor Gutiérrez (2004), describe las etapas que conforman el control de la calidad de la siguiente manera:

Primera etapa: el control de la calidad mediante la Inspección

Todos los procesos están constituidos por fases, que a su vez contribuyen en su totalidad a un sistema, en este caso el control de calidad a través de la inspección, esta etapa forma parte de la eficiencia del producto o servicio porque se determina en tiempo oportuno los detalles o debilidades que posee, en tal sentido Gutiérrez (2004), indica lo que el autor G. S. Radford cita afirmando sobre la definición de inspección:

La inspección tiene como propósito examinar de cerca y en forma crítica el trabajo para comprobar su calidad y detectar los errores; una vez que éstos han sido identificados, personas especializadas en la materia deben ponerles remedio. Lo importante es que el producto cumpla con los estándares establecidos, porque el comprador juzga la calidad de los artículos tomando como base su uniformidad, que es resultado de que el fabricante se ciña a dichas especificaciones. (p. 27).

Al observar minuciosamente la elaboración de un producto, sin obviar este proceso, se logra el reconocimiento de errores que se pueden corregir en la manera de lo posible que son detectados y resolver a tiempo. Lo significativo de esto, es que se cumpla con las pautas fijadas para que el consumidor, comprador o cliente, considere la estabilidad y se demuestre que la organización se alinea a las descripciones del producto situándose en la calidad para satisfacer a los usuarios.

Adicionalmente, según Gutiérrez (2004), expresa lo que el autor G. S. Radford describe, “La inspección no sólo debe llevarse a cabo en forma visual, sino además con ayuda de instrumentos de medición.”(p.27). Quiere decir, que se debe dejar registros a través de alguna herramienta que sea la acorde para obtener la información solicitada y tener soporte de la evaluación realizada al producto para los fines que se deba según el caso.

Segunda etapa: el control estadístico de la calidad

En una organización para llevar el control sobre porque se generan desviaciones al momento de elaboración de productos, es necesario observar de cerca y llevar registro de todo el proceso hasta hallar que dependen de las condiciones dadas en el lugar que se efectúe la actividad. Según el autor Gutiérrez (2004), cita señalando que “Shewhart fue el primero en reconocer que en toda producción industrial se da variación en el proceso.”(p.29). De igual manera, Gutiérrez (2004) describe lo siguiente:

Esta variación debe ser estudiada con los principios de probabilidad y estadística. Observo que no pueden producirse dos partes con las mismas especificaciones, lo cual se debe, entre otras cosas, a las diferencias que se dan en la materia prima, a las diferentes habilidades de los operadores y a las condiciones en que se encuentra el equipo. Más aun, se da variación aun en las piezas producidas por un mismo operador y con la misma maquinaria. (p. 29).

De lo antes mencionado, el control estadístico, es un método para planear y determinar cuándo un proceso está fuera de control de manera preventiva. Tiene como objetivo mejorar los procesos operativos de una organización, basándose en técnicas estadísticas, la cual permite fijar criterios para medir, detectar y corregir variaciones en el proceso que puedan afectar a la calidad del producto o servicio final, en su defecto la satisfacción.

Adicionalmente, Gutiérrez (2004), señala “La administración debe tomar en cuenta este hecho, relacionado íntimamente con el problema de la calidad.”(p.29). A su vez expresa, que todo ese análisis realizado por Shewhart dio origen al concepto de control estadístico:

Se dice que un fenómeno se controla cuando, con base en experiencias anteriores, podemos predecir, al menos dentro de ciertos límites, como esperamos que el fenómeno va a variar en el futuro. Esta predicción significa que podemos establecer, en forma al menos aproximada, la probabilidad con la que el fenómeno observado se va a dar dentro de ciertos límites. (p. 29,30).

El control estadístico de la calidad es un método de mejora continua de los procesos operativos de una organización, se basa en la reducción sistemática de la variación de aquellas características que más influyen en la calidad de los productos o servicios. El control estadístico de la calidad del proceso; utiliza técnicas estadísticas para medir y mejorar la calidad de los

procesos, las herramientas utilizadas para la reducción de la variación son, fundamentalmente, el seguimiento, el control y la mejora de los procesos que se llevan a cabo en la organización.

Tercera etapa: el aseguramiento de calidad

Es de suma importancia que la administración tome en cuenta el papel y la responsabilidad que trae consigo el aseguramiento de la calidad para todos en la organización, debido a que esta fase proporcionara a los usuarios la confianza hacia el producto o servicio recibido y de allí dependerá el fruto deseado, que es el lograr la satisfacción de los clientes, para ello, la definición de acuerdo con las Normas ISO: 9001(2014):

El aseguramiento de la Calidad nace como una evolución natural del Control de Calidad, que anteriormente resultaba limitado y con poca eficacia para prevenir la aparición de defectos. Es por esto que, se hizo necesaria la creación de sistemas de calidad que incorporase la prevención como forma de vida y que, en todo caso, sirvieran para anticipar los errores antes de que estos se produjeran.

Un Sistema de Calidad se centra en garantizar que lo que ofrece una organización cumple con las especificaciones establecidas previamente por la empresa y el cliente, asegurando una calidad continua a lo largo del tiempo. Las definiciones según la Norma ISO: 9001(2014) son:

Aseguramiento de la Calidad: que se refiere al conjunto de acciones planificadas y sistemáticas, implementadas en el Sistema de Calidad, que son indispensables para proporcionar la debida confianza de que un producto satisfará los requisitos dados sobre la calidad. La dirección debe definir la tarea de cada uno de los operarios especificando el método que deben usar y cuantificando el tiempo que deben emplear en realizarla.

En esta etapa del control de calidad, se refiere cuando en una organización se ejecutan una serie de actividades planeadas y metódicas efectuadas en el sistema de calidad, necesarias para ofrecer la confianza que un producto lograra cumplir con las expectativas en relación a la calidad. El área encargada será la responsable de determinar el trabajo que hará cada persona, la técnica y el tiempo que deberán utilizarla con el fin de llegar al aseguramiento de la calidad para verificar los esquemas con que se está realizando el desempeño de estas acciones.

Así, los estándares de calidad son los que se determinan en función de los objetivos pretendidos por una organización, y el nivel fijado para considerar que dicho objetivo ha sido conseguido. Estos estándares de calidad, o indicadores para medir el logro de los objetivos, son los que guían los procesos de evaluación internos, las auditorías internas, las auditorías externas, así como a la propia organización para orientar el desarrollo de los objetivos que esta pretende.

Estos estándares y normas recogen tanto el contenido mínimo como las guías y herramientas específicas de implantación como los métodos de auditoría. El ISO 9000 especifica la manera en que una organización opera sus estándares de calidad, tiempos de entrega y niveles de servicio. Existen más de 20 elementos en los estándares de esta ISO que se relacionan con la manera en que los sistemas operan.

Cuarta etapa: la calidad como estrategia competitiva. (Administración estratégica)

En todos los procesos, métodos o acciones que se integren o apliquen en una organización está involucrada la administración de la empresa, debido a que crea el enfoque hacia donde deben ir orientadas todas las actividades a fin de asegurar la permanencia y estabilidad en el mercado.

Según Torres (2014), señala citando como los autores Arthur A. Thompson, Jr. y A. J. Strickland III, escriben sobre la definición de la administración estratégica dentro del control de calidad:

La administración estratégica es el proceso de creación de estrategias y de su puesta en práctica. Se refiere al proceso administrativo de crear una visión estratégica, establecer los objetivos y formular una estrategia, así como implantar y ejecutar dicha estrategia, y después con el transcurso del tiempo, iniciar cualquier ajuste correctivo en la visión, los objetivos, la estrategia o ejecución que parezcan adecuados (p.37).

Dentro de la organización, es indispensable exista una administración que vaya más allá de los procedimientos y efectúe la creación de las estrategias y su evolución. Quiere decir, que esta administración deberá crear también el norte a seguir, los objetivos a alcanzar, las estrategias a establecer y utilizar, luego en su funcionamiento hacer las correcciones indispensables que se deban en base a este comportamiento y adaptarlos.

Adicionalmente, el autor Torres (2014), define la administración estratégica como:

Un proceso que explora y crea oportunidades nuevas y diferentes para el futuro de las organizaciones, basado en la planeación, en la implantación y ejecución de lo planeado y, en la evaluación de resultados con miras a tomar decisiones anticipadas, en cuanto a crecimiento, desarrollo, consolidación y cesación o desaparición (p.38).

De lo anteriormente señalado, se desprende, que la administración estratégica es el encargado de mantener bajo continua observación, nuevas oportunidades para ser evaluadas en la organización con proyección hacia el futuro, a fin de tomar decisiones en un tiempo oportuno sobre el desarrollo,

fortalecimiento o suspensión, es decir, la permanencia de la empresa en el mercado, tomándolo como elemento de competitividad ante el mercado.

De lo anteriormente descrito, Torres (2014), expresa lo que los autores Michael A. Hitt y colaboradores, indican en relación al concepto de la administración estratégica en un contexto de competitividad y globalización "El proceso de la administración estratégica es el conjunto de compromisos decisiones y actos que una empresa necesita llevar a cabo para alcanzar la competitividad estratégica y obtener utilidades superiores al promedio."(p.38). Por consiguiente, como visualiza la vida de la organización con miras a la competitividad, puede lograr superar el margen de rentabilidad intermedio.

Se trata de un cambio profundo en la forma como la administración concibe el papel que la calidad desempeña actualmente en el mundo de los negocios. Se debe transformar el pensamiento de los administradores, en la cultura de los organizadores y en las estructuras de las empresas. La implantación de un sistema administrativo enfocado al logro de la calidad, ha contribuido en gran medida a visualizar cuáles deben ser estos cambios y, por consiguiente, a comprender los pasos a dar para lograr que la calidad llegue a ser estrategia competitiva por excelencia.

Factores para lograr la Calidad Total

En todos los procesos que se ejecutan en las organizaciones siempre existen factores que inciden para llevar a cabo el alcance de algún objetivo o actividad propuesta, en este sentido, los factores claves que una empresa debe tomar en consideración si procura lograr la calidad total, según el autor Lefcovich (2005), expresa a continuación lo siguiente:

Compromiso de la alta administración

La alta administración debe estar totalmente concientizada y consustanciada con la importancia estratégica y operativa de la calidad, para lo cual deberá comprometerse plenamente tanto en los aspectos de liderazgo y planificación, como en los vinculados con la capacitación, mejora continua de los procesos y, los sistemas de prevención y evaluación que permitan el mayor nivel de calidad y satisfacción. Ello implica destinar todos los recursos que sean necesarios para hacer factible la calidad, se trate tanto de recursos financieros como de tiempos de dedicación.

Es imprescindible el papel que la alta administración debe asumir estando en conciliación con todo lo relacionado a las acciones estratégicas que se tomen sobre la funcionalidad de la calidad, a su vez en la formación, mejora continua de todos los procesos y la apreciación que accedan a obtener un elevado nivel de satisfacción, integrando los recursos económicos y la dedicación adecuada para hacer posible el logro de la calidad según las proyecciones planeadas.

Trabajo en equipo

La implementación de los sistemas de trabajo en equipo destinados a la resolución de problemas y generación de soluciones, son una forma de lograr la participación activa y comprometida de las personas que están más cerca de los problemas, con lo cual se hace un uso efectivo de sus conocimientos y experiencias, además de provocar un trabajo en equipo lo cual aparte de generar sinergias permite una más rápida puesta en práctica de las soluciones. Una empresa de alta competitividad no se concibe sin la existencia de trabajos en equipo, y sobre todo sin Círculos de Control de Calidad. Debe siempre tenerse presente que “no hay compromiso sin

participación”, y la mejor forma de fomentar la participación es mediante el trabajo en equipo.

Lo antes mencionado, señala que la ejecución de procedimientos donde el talento humano se involucre en equipos de trabajo con la finalidad de resolver situaciones y crear soluciones, es una estrategia para implicar al personal que es el que observa de cerca el hecho, permitiendo la generación de respuesta a cada una de esos ambientes. Para que exista la puesta en práctica de la calidad total en una empresa, es vital el trabajo en equipo para alcanzar la participación de todos desde este enfoque.

Corrección de problemas

Implica llegar a las diversas causa raíz de los diversos inconvenientes a los efectos de superarlos, actuando de tal forma sobre las verdaderas causas de los problemas y no sobre sus síntomas o causas más inmediatas o superficiales. Saber preguntar cinco o más veces de manera sucesiva el “¿por qué?” de cada situación o problema existente, permite llegar a la causa raíz y con ello dar solución definitiva a la misma.

Si el talento humano actuara de forma anticipada en todas las actividades que se realicen en la empresa, se lograría de manera oportuna la corrección de problemas, por ello es necesario estar seguro detectando cual es el origen que genera ciertas situaciones, para atacarlo y brindar las soluciones, sin que sea demasiado tarde, perjudicando esto a que exista la presencia de la calidad total dentro de la organización.

Capacitación y educación

La calidad total comienza y termina con la educación. Cuando se habla de calidad total estamos hablando de calidad en todos los sectores y

actividades o procesos de la empresa, por tal motivo, hacer real dicha calidad implica sí o sí capacitar a todo el personal de la empresa, incluyendo a todos los directivos. No importa cuál sea su nivel jerárquico o sector funcional, todos deben comprender el significado de la calidad, su importancia, y cómo hacerla realidad y mejorarla día a día.

La capacitación es una de las bases fundamentales para lograr la calidad total, y constituye una de las herramientas y pilares del accionar preventivo. Aumentando los recursos destinados a la prevención disminuyen de manera más que proporcional los costes por fallas internas y externas. Por tal razón la capacitación cobra una importancia fundamental a la hora de gestionar la calidad.

Adicionalmente, sin la capacitación y formación adecuada no es posible llegar a la calidad total y de la mano con ella se logra todo, si la organización va a tomar con responsabilidad el compromiso de asumir la puesta en práctica de este concepto, es fundamental la participación de todos en este proceso y asimilar la importancia que esto tiene para ir mejorando su comportamiento todos los días, aportando los recursos necesarios para ejecutarla.

Recompensas y reconocimientos

En materia de premios, éstos deben ser de carácter global, de manera tal de evitar las competiciones entre individuos o entre grupos. Lo que importa es el buen funcionamiento del sistema como un todo y no sólo de partes de éste. Cuando se trata de sugerencias, premiar al que produce la idea y no a los que la ponen en práctica, llevará a que estos últimos no tengan mayor interés en que dicha idea triunfe. En cambio si se premia tanto al que la genera como a los que la ponen en práctica se crea un ambiente de “gano – ganas”. Los que la tienen que implementar pondrán lo mejor de sí

para que las ideas triunfen, alentando a los compañeros a generar ideas, ya que todos saldrán beneficiados de éstas.

Por consiguiente, se debe ser cuidadoso en este punto, las recompensas y reconocimientos representan estímulos, motivación para hacer satisfactorio el desempeño de las actividades del talento humano, haciéndolo de manera general, para evitar crear competencias entre ellos, generando conflictos laborales, saliéndonos del margen del funcionamiento de la calidad total dentro de la organización, en este entorno los beneficios son compartidos, todos ganan.

Crecimiento con rentabilidad económica

Los costos incurridos en prevención y evaluación aparte de ser fijos, deben ser considerados como inversiones. El incrementar la prevención implica menores necesidades de evaluación, pero sobretodo una importante caída en los costos por fallas internas y externas. En la medida en que la producción aumenta, los costos fijos por unidad disminuyen, aumento que se ve impulsado por las mayores ventas debido a la excelencia en calidad y los menores precios.

Una política y planificación enfocada a las actividades de prevención generan notables incrementos en la rentabilidad. Una herramienta muy útil a la hora de gestar la prevención consiste en la implementación del Sistema Matricial de Control Interno. (p.s/n).

En este orden de ideas, los costos generados por prevención y evaluación, deben representar actualmente una inversión que evitara gastos adicionales a perdidas en el futuro a corto o mediano plazo. Al aumentar la producción, los costos por unidad disminuyen, quiere decir, se debe

promover el incremento de las ventas trabajando con eficiencia para el logro de la calidad total y la satisfacción del cliente.

Prestación del servicio

La prestación del servicio, es aquella ayuda que una persona entrega haciendo un trabajo para otra persona. En las empresas de servicios, la prestación asume una postura de suma importancia, debido a que de ella depende la permanencia de la entidad en el mercado, para su definición según Bembibre (2012), señala lo siguiente:

El término de prestación es un término que se puede utilizar en diversos órdenes de la vida para hacer referencia a distintos tipos de servicios o asistencias que una persona puede recibir. La palabra o el concepto de prestación proviene del verbo prestar, que significa en este caso entregar, ofrecer, dar a otro. Así, la palabra prestación hace referencia a todo aquello que sea considerado como un servicio que una persona, una institución, una entidad otorga a otra persona, entidad, cliente, etc. (p.s/n).

De lo anterior se desprende, que no solo en las organizaciones se obtiene la prestación de un servicio, sino de una manera general en la vida cotidiana, es por ello que los consumidores cada vez exigen eficiencia en el mismo con la finalidad de satisfacer sus necesidades. En este acto de prestación aparece un intercambio, se da algo y se recibe algo, esto puede provenir de una persona o alguna institución.

Adicionalmente, el autor Bembibre (2012), señala que “La idea de prestación se basa siempre en una noción de algún tipo de intercambio que se establece entre la parte que contrata o que solicita el servicio y aquella que lo brinda.”(p.s/n). La calidad total en la prestación del servicio, es percibida por los usuarios en el momento que esta es solicitada, cuando la

entidad a través de un trato acorde a sus expectativas, hace la entrega de manera oportuna y el cliente lo traduce en satisfacción, lo que cualquier sugerencia que se realice es fundamental para mejorar las acciones que se ejecutan en la entidad. Sobre este particular, Solórzano y Aceves (2013), plantean que:

Toda acción en la prestación del servicio debe estar dirigida a lograr la satisfacción del cliente. Esta satisfacción debe garantizarse en cantidad, calidad, tiempo y precio. Las exigencias del usuario orientan la estrategia de la empresa con respecto a la producción de bienes o servicios; el diseño del servicio que se realiza debe satisfacer plenamente las necesidades de los clientes, además garantizar la competitividad de la empresa, de forma tal que pueda permanecer en el mercado (p.08).

En este mismo orden de ideas, la prestación del servicio requiere entonces que toda labor o gestión debe estar orientada hacia la satisfacción del cliente, los requerimientos de los usuarios deben estar a la vanguardia en las estrategias por crear de la organización, reduciendo la diferencia entre la realidad de la atención esperada, las expectativas, gustos y preferencias del público. Esto le permite a la entidad, estar al día con las necesidades de los usuarios, para poder brindar un trato personalizado a los mismos, acompañado de una política de calidad excelente. Sobre este particular, Solórzano y Aceves (2013), plantean que:

El cliente espera calidad en la satisfacción de sus necesidades y expectativas. Las necesidades se satisfacen con productos y servicios excelentes que deben conocer con detalle los trabajadores que los ofrecen (habilidad técnica). Las expectativas se satisfacen con el trato que se les ofrece (habilidad interpersonal). (p.11).

Debido a lo antes señalado, se demuestra lo que todos los clientes buscan, que es satisfacer sus inquietudes recibiendo respuestas oportunas a sus necesidades, por ello la importancia de lo que significa la prestación de un servicio en conjunto con la calidad total, pero sobre todo que el talento humano que canaliza esto posea la información adecuada transmitiendo de manera acorde lo requerido, logrando la satisfacción de los usuarios.

Habilidades Técnicas

Las destrezas que una persona posee al desarrollar una actividad, conociendo la información de un producto o servicio, los equipos, procesos y tecnología que amerita, en una organización dominando todo esto, el talento humano posee las habilidades técnicas necesarias para el desempeño de sus funciones, según Murillo (2004), lo define de la siguiente manera:

Todo dirigente, de cualquier nivel, debe contar con habilidades técnicas, es decir debe tener los conocimientos y competencia necesarios para usar métodos, técnicas, equipos, etc., para la realización de una tarea específica. Si una función dada tiene que realizarse, el dirigente tendrá que supervisar que se lleve a cabo de acuerdo con las normas requeridas. (p.46).

En el mismo orden de ideas, dentro de una organización es fundamental que todo el talento humano de cualquier nivel, deba poseer los conocimientos, capacidad, las técnicas, equipos, procedimientos, sobre los productos y servicios que ofrece, para la ejecución de una actividad determinada, a su vez el personal a cargo deberá inspeccionar si esta labor fue realizada siguiendo con las normas establecidas, de esta manera lograr calidad total obteniendo la satisfacción en los usuarios.

Habilidad Interpersonal

Las habilidades interpersonales, son comportamientos y hábitos necesarios para garantizar una adecuada interacción con otros. Estas destrezas se centran principalmente en asuntos que surgen al interactuar con los demás.

Según los autores Dalton, Hoyle y Watts (2007), define señalando lo siguiente “Las habilidades interpersonales son aquellas que te permiten tener una mejor comunicación con otras personas.” (p.s/n). Por lo tanto, en el momento que el talento humano demuestra esta destreza, se puede establecer una comunicación con la finalidad de intercambiar información y ofrecer de una manera cortés, las respuestas que buscan los usuarios cumpliendo con el alcance de la satisfacción al cliente.

Liderazgo

Para el autor Tracy (2015), expresa sus definiciones la primera “El liderazgo es la capacidad de provocar un rendimiento extraordinario en gente normal y corriente”. La segunda, “El liderazgo es la capacidad de conseguir seguidores”. (p.03). Según lo antes expresado, a modo de ejemplificar, el liderazgo es el volante de un carro, que hace que las personas se muevan en la dirección que les sea indicada. En la prestación del servicio, el liderazgo es el comportamiento, actitud y compromiso para asumir tareas por ejecutar para un determinado fin, identificando y hallando la solución de los problemas que se van presentando en la atención a los usuarios, representa también como el personal reacciona ante esto, en el enfoque de lograr la satisfacción de los clientes, al gestionar sus requerimientos y solicitudes.

Comunicación

Este es un elemento importante utilizado por las personas para poder transmitir sus ideas, según Palomo (2014), expresa lo siguiente:

La comunicación se ha convertido en el medio más importante de la supervivencia y entendimiento para los humanos, que ha influido en todos los aspectos de la vida, que ha transformado a la empresa moderna, a la sociedad, a los sistemas de organización, etc.; proporciona además, dominio y capacidad para crear herramientas que nos permiten lograr las metas deseadas.”(p.02).

Por consiguiente, para todo lo que se pretenda hacer es indispensable la comunicación, ella es parte del día a día, repercutiendo en todas las áreas de la vida, convirtiendo todos esos espacios ajustándose a la información actual para estar a la vanguardia. De igual manera, es vital lo que las personas mencionan, lo que le transmite de manera verbal a otro, según (ob.cit.), detalla la definición de la comunicación verbal:

Es la que se realiza mediante la palabra hablada. Es la forma más natural de expresión, pues la utilizamos todos independientemente de nuestro nivel sociocultural. Es el tipo de comunicación que permite la interacción directa entre el emisor y el receptor. Se caracteriza por la inmediatez de la respuesta. Del buen o mal uso del lenguaje dependen muchos de los éxitos o fracasos, tanto en el terreno personal como en el laboral. Y en la actualidad, más que nunca, se impone el dominio de la palabra.”(p.08).

Este proceso dentro de la organización es utilizado por el talento humano e incide en la prestación del servicio, en el momento que el cliente efectúa una solicitud y obtiene una respuesta, se genera un intercambio de información, es allí donde el usuario califica la asistencia ofrecida por el personal e inmediatamente surge la incomodidad por no percibir lo esperado

o la satisfacción de haberlo recibido, esto se acentúa en una empresa de servicios, debido al trato directo con el personal.

Motivación

La motivación es aquello que impulsa a una persona a realizar algo y a persistir en ella hasta lograrlo, relacionado a ella se encuentra también la voluntad y el interés. En otras palabras, la motivación es la voluntad para hacer un esfuerzo y alcanzar ciertas metas partiendo desde una necesidad según el autor Clegg (2000), indica su apreciación sobre la definición:

La motivación es un asunto de manipulación sutil; es decir, que la motivación es solo una manera de lograr que otras personas hagan lo que usted quiere que hagan sin que ellos se den cuenta de que ese es su objetivo. (p.12)

Asimismo, este elemento, la motivación en las personas es lo que ayuda a esforzarse por conseguir algo que desean bajo cualquier ambiente, personal, laboral, social, profesional. En tal caso, es algo intangible pero que está presente en el camino para el encuentro con la meta propuesta. Este estímulo, Según los autores Dalton, Hoyle y Watts (2007) lo describen de la siguiente manera:

Motivación es el estímulo emocional que nos hace actuar. Puede ser una necesidad o un impulso que activa ciertas conductas. En el trabajo es una combinación de todos los factores del entorno laboral que originan esfuerzos positivos o negativos. Si sabemos lo que nos motiva, habrá mayores probabilidades de que alcancemos nuestras metas personales o profesionales. Del mismo modo, si las empresas saben motivar al personal incrementaran la productividad. (p.56)

Por consiguiente, en la organización la motivación es el conjunto de necesidades integradas por deseos personales, profesionales y laborales.

En la prestación del servicio, la motivación juega un papel importante, debido a que es la base del funcionamiento o activación del talento humano para ejecutar todas las actividades o acciones en la empresa, a su vez en esta posición, contribuye a incrementar la productividad, tras ofrecer una atención con calidad a los clientes por sentirse motivados, mientras eso sea así, los usuarios se sentirán satisfechos, de lo contrario cambiarían de opinión.

Eficiencia al prestar el servicio

Partiendo de este punto de vista, debe considerarse la eficiencia, como el máximo resultado posible de productividad que puede ser alcanzado a partir de un volumen de recursos determinado. Para el autor Chiavenato (2004), la definición de eficiencia es que "significa utilización correcta de los recursos (medios de producción) disponibles."(p.52). Entonces, la eficiencia es saber utilizar de manera adecuada los recursos que se tienen para un determinado fin.

De igual manera, según el autor Pujol (1999) la eficiencia es el "nivel de logro en la realización de objetivos por parte de un organismo con el menor coste de recursos financieros, humanos y tiempo, o con máxima consecución de los objetivos para un nivel dado de recursos (financieros, humanos, etc.)."(p.106). Asimismo, el alcanzar los objetivos propuestos a través del máximo aprovechamiento de los recursos asignados para ejecutar una actividad es la eficiencia. De igual manera, en la prestación del servicio es indispensable la presencia de este elemento para poder llegar a obtener la calidad en el momento que se ofrece la atención a los usuarios. En este caso, los autores Solórzano y Aceves (2013), plantean que:

La calidad en la atención al cliente debe sustentarse en políticas, normas y procedimientos que involucren a todas las personas de la empresa. Así cada empresa desarrolla su propia estrategia de calidad de servicios teniendo en cuenta el sector en el que opera y el tipo de negocio que desarrolla. (p.09).

En todo momento debe manifestarse la calidad, y en la prestación del servicio al ofrecer la atención a los usuarios también, debido a que de ello depende que se generen diversas situaciones, por ello es imprescindible que la organización tenga políticas, procedimientos y normas bien definidas que estén en el conocimiento de todo el talento humano que interviene, creando de esta manera la estrategia de calidad de servicios que diferencia una empresa de otra siendo de la misma actividad económica. Sobre este particular, Solórzano y Aceves (2013), plantean que:

La calidad en el servicio al cliente es uno de los puntos clave para permanecer entre la preferencia de los consumidores, dicho que esta es la imagen que se proyecta en ellos; siendo a su vez un diferenciador ante la competencia, y es el punto decisivo en el cual dichos clientes se crean una opinión positiva o negativa sobre la organización. (p.12).

En el mismo orden de ideas, en una organización todo se mueve alrededor de la calidad en la prestación del servicio que se da en la atención a los usuarios, lo que hace que la empresa se sitúe en la preferencia de los interesados, dependiendo como sean atendidos, esa será la imagen que proyecten y manifiesten a los demás, aprovechando este recurso, se obtendría una ventaja competitiva con la permanencia en el mercado.

Satisfacción del usuario

De acuerdo con Kotler (2001) “la satisfacción del cliente se refiere al nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el

rendimiento, o resultado, que se percibe de un producto con sus expectativas” (p: 678).

La satisfacción del cliente o usuario, no se trata entonces simplemente de atender quejas o reclamos de manera más o menos sistemática, sino de poder obtener y hacer una exploración de toda la información que se pueda captar sobre los mismos, así como sus opiniones, deseos, expectativas y en definitiva poder ofrecerle de manera satisfactoria productos y servicios. Por otra parte Kotler (2001) también la define como:

El grado en que el desempeño percibido de un producto concuerda con las expectativas del consumidor. Si el desempeño del producto no alcanza las expectativas, el comprador queda insatisfecho. Si el desempeño iguala o supera las expectativas el comprador está satisfecho o encantado (p.592).

Así pues, los clientes se forman expectativas acerca del valor de los productos o servicios y toman decisiones con base a sus experiencias. La satisfacción del cliente con un servicio depende del desempeño real del mismo, cuando éste lo compara con sus expectativas, por lo cual, el usuario podría experimentar diferentes grados de satisfacción de acuerdo a la cobertura de sus expectativas.

Atención al Usuario

Los usuarios o clientes son indispensables en el proceso de producción en las organizaciones de servicio, y en realidad pueden controlar o contribuir a su propia satisfacción, por ello, la atención al mismo, debe ser la premisa básica de las empresas. En la actualidad, en muchas empresas se comentan sobre cómo superar las expectativas del cliente, es decir, complacerlo y sorprenderlo proporcionándole más de lo que espera. En primer lugar, es indispensable reconocer que superar las expectativas

básicas de los clientes es casi imposible.

Respetar las promesas es lo que se supone que la empresa debe hacer. Para Harrigton (2012), “los clientes se pueden encontrar de dos tipos que a continuación se mencionan: (a) Cliente Interno: son generalmente las personas que pertenecen a una organización, es decir, todos los funcionarios y empleados de la misma; (b) Cliente Externo: no pertenece a la estructura orgánica de la empresa.”(p. 56).

De esta manera, las empresas competitivas, ofrecen una atención al cliente basada en la satisfacción del mismo, luchando por mejorar el servicio prestado con la finalidad de mantenerse en el mercado. Por ello, Harrigton (ob. cit) define a los clientes como: “las personas más importantes para cualquier negocio, son fundamentos, son personas que llegan a la empresa con necesidades y deseos y el trabajo del empleado consiste en satisfacerlo, se merecen que se les dé un trato más atento posible”. En este sentido, el cliente, representa el fluido vital para la empresa o de cualquier otro, sin ellos se verían forzados a cerrar.

Sin embargo, los clientes de las empresas de servicio pueden sentirse defraudados, no por sus precios, sino por la apatía, la indiferencia y la falta de atención de sus empleados. Según Rosander (2012) al referirse al cliente indica: “Cliente es un término que puede ser también utilizado en lugares específicos para definir una compañía de servicios, que comprar bienes y servicios que necesitan para cubrir esos servicios para los que fueron establecidos”.(p.15). Esto es necesario, debido a los efectos de esas compras en la calidad de servicio, tanto para la compañía como para el comprador individual final. En este caso, el usuario cumple la función de comprador de los productos o servicios que ofrece la institución, por lo que una buena atención es sinónimo de fidelidad, estabilidad a largo plazo de

nuevos y potenciales clientes.

Componentes del buen servicio para la atención al usuario

En una organización, si no se cuida lo básico, de nada servirán los detalles y el valor agregado que el talento humano proporcione al momento de prestar el servicio. No basta con que se sepa qué servicios ofrecer, como se debe hacer y cuál es la mejor forma de hacerlo, un servicio de calidad incorpora todos los elementos en él para obtener la máxima satisfacción en la experiencia del cliente. Los siguientes son los componentes básicos del buen servicio, si no tienen un desempeño eficiente, será dificultoso alcanzar una calidad de servicio adecuada en la atención al usuario, para ello el autor López (2001) detalla lo siguiente:

Seguridad

Sólo está bien cubierta cuando podemos decir que brindamos al cliente cero riesgos, cero peligros y cero dudas en el servicio.

Los usuarios desean al momento de buscar los servicios en una empresa, que no existan riesgos en la inversión a realizar, y es por ello que la información suministrada en la atención ofrecida debe generar seguridad y que esta sea percibida por ellos. Debido a esto, es imprescindible instituir un buen servicio para obtener la satisfacción proyectada, y así el incremento de la cartera de clientes.

Credibilidad

Va de la mano de la seguridad, hay que demostrar seguridad absoluta para crear un ambiente de confianza, además hay que ser veraces y honestos, no sobre prometer o mentir con tal de realizar la venta.

En este sentido, si el talento humano actúa con seguridad el cliente lo percibe y se deja en evidencia un nivel de credibilidad, que permitirá a los usuarios tener un grado de confort de las actividades que como clientes realizan ante la organización, con el objetivo de buscar respuestas a sus solicitudes o requerimientos, siendo estas atendidas en el momento oportuno para adquirir la satisfacción de los usuarios.

Comunicación

Se debe mantener bien informado al cliente utilizando un lenguaje oral y corporal sencillo que pueda entender, si ya hemos cubierto los aspectos de seguridad y credibilidad, seguramente será más sencillo mantener abierto el canal de comunicación cliente – empresa.

El proceso de la comunicación entre el talento humano y los usuarios es indispensable, de esta manera se debe manejar con honestidad la información que se brinde para evitar incomodidades que afecten el buen servicio, tomando en cuenta lo que se dice y como se dice, sacando el máximo provecho de ello para sugerencias que los clientes efectúen manteniendo un canal abierto enfocado en la calidad.

Comprensión del cliente

No se trata de sonreírles en todo momento a los clientes sino de mantener una buena comunicación que permita saber qué desea, cuándo lo desea y cómo lo desea en un esfuerzo por ponernos en su lugar.

Este punto está relacionado con la empatía, además de mostrar una buena actitud al momento de ofrecer el servicio, se debe demostrar la capacidad para saber que desea el cliente, en que tiempo y como espera que sea atendido su solicitud o requerimiento, manifestando que en talento

humano se encuentra en la disposición de comprender al cliente dando respuestas oportunas para el alcance de la satisfacción.

Accesibilidad

Para dar un excelente servicio debemos tener varias vías de contacto con el cliente, buzones de sugerencias, quejas y reclamos, tanto físicamente como en el sitio web (si se cuenta con él), línea 800, además, hay que establecer un conducto regular dentro de la organización para este tipo de observaciones, no se trata de crear burocracia sino de establecer acciones reales que permitan sacarles provecho a las fallas que nuestros clientes han detectado.

En cualquier tipo de situación se deben establecer diversos canales de comunicación para mantener el contacto con los usuarios, a través de diferentes medios, y que estos estén operativos. Dentro de la organización se deben fijar este elemento que ayudara a extraer información sobre las quejas, reclamos, solicitudes o gestiones que se deban según el caso, sacando provecho para ajustar estrategias, evitando los trámites excesivos, obstáculos que retrasen las operaciones que el cliente va a realizar.

Cortesía

Atención, simpatía, respeto y amabilidad del personal, como dicen por ahí, la educación y las buenas maneras no pelean con nadie. Es más fácil cautivar a nuestros clientes si les damos un excelente trato y brindamos una gran atención.

Es importante la impresión que se les da a los clientes, poner en práctica al momento de ofrecer un buen servicio en la atención el esmero, interés, gentileza, es primordial en una empresa de servicios, porque esto influye de manera significativa en el funcionamiento y permanencia en el

mercado, lo que afecta a toda la organización, por ello toda acción debe orientarse hacia la satisfacción y la calidad.

Profesionalismo

Posesión de las destrezas necesarias y conocimiento de la ejecución del servicio, de parte de todos los miembros de la organización, recuerda que no sólo las personas que se encuentran en el Frontline hacen el servicio.

Es vital que todo el personal posea las habilidades requeridas, colocándolas en práctica enriqueciéndolas cada día para mejorarlas, pero lo más importante es que los usuarios sientan este nivel de capacidad que tiene el personal que brinda la atención al cliente con la finalidad de establecer un buen servicio y la satisfacción, colocándose de manifiesto en las actividades de la empresa.

www.bdigital.ula.ve

Capacidad de respuesta

Disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido y oportuno. Nuestros clientes no tienen por qué rogarnos para ser atendidos, ni para que sus dificultades o problemas sean solucionados, debemos estar al tanto de las dificultades, para estar un paso adelante de ellas y una buena forma de hacerlo es retroalimentándonos con las observaciones de nuestros clientes. (p.s/n).

Este es un elemento donde los usuarios se enfocan, al no percibir las respuestas oportunas acorde a sus necesidades y en el tiempo adecuado, es por ello que el fuerte para manejar un buen servicio en la atención a los usuarios, es tener la destreza de proporcionar las soluciones a sus requerimientos, no debe existir un sacrificio, ni hacer que el cliente se dirija

varias veces a las instalaciones en búsqueda de solventar sus inquietudes, manipular siempre la calidad para lograr la satisfacción.

Calidad Total en la Atención al Usuario

La calidad en la prestación de un servicio tiene efectos positivos en toda organización, toda vez que puede resultar un medio mediante el cual una organización crece al incrementar y mejorar la atención de los usuarios en sus necesidades. Es por ello que desde la calidad en la prestación de servicio está asociada al aumento de la rentabilidad y la eficiencia, tal como lo refiere Berry (2014) “la calidad del servicio produce beneficios porque crea verdaderos clientes: quienes utilizaran a la empresa nuevamente y que hablaran positivamente con otros colegas empresariales” (p. 11).

La calidad debe ser una función permanente para cualquier empresa de servicios, su importancia radica en que actualmente la calidad en la prestación de servicio para atender las necesidades de clientes y usuarios constituye una vía para aumentarla competitividad, la productividad y, en consecuencia, los beneficios. En este sentido, tal como lo afirma Arocena (2009):

La calidad del servicio es responsabilidad de toda la organización desde el ápice estratégico hasta el núcleo operativo incluyéndose los elementos de la tecno-estructura, línea media y staff de apoyo, incluyendo todo lo que se relaciona directa e indirectamente con los clientes, pues cuanto más dependa la calidad del servicio y del comportamiento del recurso humano, mayor será el riesgo de que no resulte acorde a lo establecido (p. 99).

Es decir, que la calidad es más bien la correspondencia entre la percepción de las propiedades de un bien o servicio con lo que de él se espera; según afirma Horovitz (2001) “la calidad del servicio es total o

inexistente. Cuando un cliente valora la calidad del servicio no disocia sus componentes. La juzga como un todo" (p. 39). Entonces, al momento de recibir la atención, la opinión del usuario se basará sobre la diferencia de lo ofrecido y lo esperado, representando la calidad un todo, sin descomponer su estado o si es regular, de manera concreta emite su veredicto e indica cómo fue el desempeño del talento humano en este intercambio.

En este orden de ideas, la atención al usuario, en el marco de la calidad total está sin duda vinculada a la satisfacción de sus necesidades, es por ello que en la dinámica de la economía actual y los cambios en el mercado, sumando la competitividad que se presenta, se debe evaluar la aplicación de este concepto en la organización, integrando los niveles, con la participación de todos.

Seguros Horizonte, S.A.

Son una empresa aseguradora del Estado Venezolano "SEGUROS HORIZONTE C.A" comercializadora de productos del ramo de Seguros, fundada el 4 de Diciembre del año 1956 por el Ministerio de la Defensa y un grupo de Oficiales y Sub-Oficiales de la FAN con el nombre de "Horizonte Compañía Anónima de Seguros".

Posteriormente, el 12 de Febrero de 1987, cambia su nombre a Seguros Horizonte C.A. a los fines de darle mayor amplitud comercial para absorber el mercado público y privado. Seguros Horizonte C.A., con una amplia trayectoria de 52 años, actualmente cuenta con 65 Sucursales, Oficinas y Agencias distribuidas en todo el territorio nacional, se ha caracterizado por el predominio de una filosofía empresarial basada en la Calidad, Atención, Servicio y Confianza, concepción que nos ha permitido mantener una solidez técnica y financiera capaz de enfrentar los nuevos retos que impone la libre competencia en el ramo.

En la actualidad, su Misión, Visión Estratégica y Visión Gerencial los orienta a ser una compañía proactiva deseosa de posicionarse en forma segura en el mercado, para ello la imagen corporativa se volcó al reforzamiento del espíritu de pertenencia de sus empleados e intermediarios de manera tal que sus clientes y socios comerciales estén respaldados con una elevada capacidad de servicio dentro del país y con compañías de reaseguro de primera línea internacional en el exterior.

Conforman un equipo comprometido y capacitado que trabaja con mística para resguardar la vida y los bienes de sus asegurados. Seguros Horizonte, constituye una alternativa confiable para el mercado civil y un aliado en el sector militar. Son una opción integral, a la medida de los planes y requerimiento de sus clientes.

Los asegurados cuentan con un sistema directo de ingreso a clínicas convenidas las 24 horas 365 días del año, con sólo presentar su cédula de identidad e identificarse como beneficiario de una póliza con Seguros Horizonte C.A. Cuentan con el Centro de Atención Telefónica al Asegurado (CATA) que brinda atención directa a través del máster: (0212) 955.48.20 Ofrecen el servicio de ambulancia las 24 horas, los 365 días del año. Y otros beneficios como: Emisión de Cartas Avaless en 48 horas y pago de reembolsos.

El Ministerio de la Defensa y un grupo de Oficiales y Sub-Oficiales de las Fuerzas Armadas Nacionales, el 4 de Diciembre de 1.956, se erigieron en promotores de una sociedad mercantil, en forma de sociedad anónima, a la cual decidieron llamar "Horizonte Compañía Anónima de Seguros". Sociedad que está dedicada a la venta de toda clase de seguros, reaseguros y coaseguros, iniciando sus actividades en la ciudad de Caracas, con un capital social de cinco millones de bolívares (Bs.5.000.000,00).

La concepción inicial de esta compañía, fue la de prestar un respaldo corporativo a la seguridad social de los miembros de las Fuerzas Armadas Nacionales; es el 12 de febrero de 1.987, cuando se decide cambiarle el nombre a "Seguros Horizonte C.A.", nombre con mayor amplitud comercial para absorber el mercado público y privado.

En la actualidad han ampliado este enfoque para convertir a Seguros Horizonte S.A., en una compañía pro-activa, deseosa de posicionarse en ese segmento privado del mercado nacional de seguros, ansioso de pólizas de seguros; productos y servicios que satisfagan las necesidades reales de los actuales y futuros asegurados de la organización.

Misión

Ofrecer productos de seguro, reaseguro, fianza y fideicomiso, a usuarios y usuarias del sector público y privado, garantizando la prestación de un servicio con calidad, que permita la búsqueda del interés social con responsabilidad y contribuyendo al logro de los fines económicos, de bienestar y seguridad integral de la población venezolana.

Visión

Ampliar la base de usuarios de la Actividad Aseguradora y consolidarnos como la empresa líder en el mercado de pólizas colectivas y flotas; garantizando a la población venezolana el acceso eficaz a los servicios generados, a través de una actividad aseguradora incluyente y justa; así como contribuir a su derecho a la Seguridad Social, la Salud, la Vida y Desarrollo Integral, mediante el uso eficiente de los recursos disponibles para la búsqueda del interés colectivo, en el marco del Sistema Socialista de la Actividad Aseguradora que formará parte de la Red Nacional Socialista de Seguridad y Asistencia Social Mixta.

Valores Organizacionales

Los valores organizacionales identificables en el talento humano y apegado al Código de Ética Organizacional que orienta y marca las directivas de actuación profesional de sus empleados son los siguientes:

Interés y compromiso Social.

Crecimiento Potencial.

Honradez.

Constancia.

Sensibilidad.

Capacidad de Rectificar.

Vocación de Servicio.

Visión de Conjunto.

Sentido de Pertenencia.

Integridad.

Positivismo.

Disciplina.

Lealtad.

En esta investigación, Seguros Horizonte, S.A. Agencia El Vigía, represente el lugar donde se estudiarán los hechos en base al planteamiento del problema realizado, con el fin de aportar soluciones a través de la información contenida en este trabajo y por los estudios realizados que se enfocan en la calidad total en atención al usuario, tomando en cuenta los resultados y las conclusiones que se deriven para realizar las recomendaciones y/o sugerencias.

Bases Legales

En Venezuela existen leyes, reglamentos y resoluciones que señalan elementos vinculados con la Calidad en una Organización bien sea pública o privada, a su vez que regulan los procedimientos y políticas para garantizar así el buen funcionamiento.

En este sentido existen normativas que cumplir y generalmente es la Gerencia de talento humano, quien debe velar por el cumplimiento de tales normativas. Todos estos derechos constituyen las bases fundamentales para el desarrollo que concurren en la acción transformadora del país.

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999)

La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), establece la Calidad como un derecho tanto en bienes como en servicios en los siguientes términos:

Capítulo VII De los Derechos Económicos

Artículo 117

Todas las personas tendrán derecho a disponer de bienes y servicios de calidad, así como a una información adecuada y no engañosa sobre el contenido y características de los productos y servicios que consumen, a la libertad de elección y a un trato equitativo y digno. La ley establecerá los mecanismos necesarios para garantizar esos derechos, las normas de control de calidad y cantidad de bienes y servicios, los procedimientos de defensa del público consumidor, el resarcimiento de los daños ocasionados y las sanciones correspondientes por la violación de estos derechos. (p.29).

El artículo antes mencionado se encuentra vinculado con la Calidad y compromete al Estado a velar por la equidad en la obtención

de los bienes y servicios, aunque actualmente llevándolo a un plano real no sucede de esta manera, existe preferencias entre los consumidores. A su vez, el responsable de garantizar estos derechos y la defensa en caso de daños ocasionados, donde se acentúa la mayor responsabilidad y capacidad de respuesta es en el sector privado, es el Estado quien debe proporcionar la seguridad de la aplicación de este artículo.

Ley Orgánica del Sistema Venezolano para la Calidad (2002)

En este marco constitucional el ordenamiento jurídico venezolano contempla la Ley Orgánica del Sistema Venezolano para la Calidad, la cual establece claramente su objeto en materia regulatoria del tema en cuestión:

Artículo 1

Esta Ley tiene por objeto desarrollar los principios orientadores que en materia de calidad consagra la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, determinar sus bases políticas y diseñar el marco legal que regule el Sistema Venezolano para la Calidad, asimismo establecer los mecanismos necesarios que permitan garantizar los derechos de las personas a disponer de bienes y servicios de calidad en el País, a través de los subsistemas de Normalización, Metrología, Acreditación, Certificación, Reglamentaciones Técnicas y Ensayos.(p.01).

Lo cual indica claramente que la ley constituye un referente complementario de lo establecido en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela; teniendo por objetivo desarrollar todos los elementos presentes en ella relacionados con la calidad, a su vez, garantizar a los usuarios los derechos de disponer bienes y servicios de calidad, de igual manera, en el artículo 2 apartados 3 y 4 profundiza aún más el aspecto regulatorio en cuanto a su alcance y funciones:

3. Establecer el alcance y los lineamientos de los subsistemas de Normalización, Metrología, Acreditación, Certificación, Reglamentaciones Técnicas y Ensayos, a los efectos de asegurar las actividades que éstos realizan y el óptimo funcionamiento del sistema para la Gestión de la Calidad en el País;
4. Estimular la calidad y la competitividad del Estado y de las empresas en cuanto a los servicios y los bienes que éstos proveen; (p.03).

Según los apartados antes mencionados, señalan que la presente Ley debe determinar la cobertura de estos subsistemas de calidad en relación a las directrices que deben seguirse para el funcionamiento del sistema para la gestión de la calidad en el país, solo se verificaría si realmente se está poniendo en práctica esto; si el ejemplo empieza por casa, si el país maneja un sistema de gestión de calidad, entonces todas las empresas deberían implantarlo y/o mejorar las que ya lo asumieron. Por otro lado, este organismo, debe promover la calidad y la competitividad en el estado y en las organizaciones, en base a los bienes y servicios que ofrecen, por consiguiente cada empresa deberá ejecutar esta acción dentro de sus instalaciones, enfocadas hacia la calidad y la competencia en el mercado. En el mismo orden de ideas, la ley define el concepto de sistema venezolano para la calidad de la siguiente manera:

Artículo 3

La acción del Estado en materia de calidad, de acuerdo con esta Ley, estará dirigida a: 1. Elaboración e intercambio de bienes; 2. Prestación de servicios; 3. Importación, distribución y expendio de bienes; 4. Exportación de bienes y servicios nacionales; y, 5. Educación y promoción de la calidad. (p.03,04).

El Estado deberá gestionar lo concerniente en el área de la calidad, según lo establecido en la presente Ley, estará enfocada a todas las organizaciones encargadas en la producción e intercambio de bienes; en el

caso de la presente investigación, vincula a las prestadoras de servicios, de igual manera, a las que efectúan importaciones, distribución, expendio, e exportación de bienes, y a las de formación y fomento de la calidad.

Artículo 4

A los efectos de la presente Ley y su Reglamento, se entenderá por:

2. Calidad: grado en que un conjunto de características inherentes a bienes y servicios cumple con unas necesidades o expectativas establecidas, generalmente implícitas u obligatorias (requisitos);
5. Control de la Calidad: parte de la Gestión de la Calidad orientada al cumplimiento de los requisitos de la calidad;
13. Gestión de la Calidad: actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad; (p.04,05).

En relación al artículo antes mencionado que contempla esta Ley, se despliegan los conceptos bases utilizados en un sistema de gestión de calidad, por otro lado se relaciona con el hecho, que se encuentran definidos formalmente los términos enunciados en esta investigación, a fin de fortalecer el contenido de los mismos desde otro punto de vista en el marco legal.

Título I

Disposiciones Generales

Capítulo II

De los Deberes, Derechos y Garantías

Artículo 6

Las personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, están obligadas a proporcionar bienes y prestar servicios de calidad. Estos bienes y servicios deberán cumplir con las reglamentaciones técnicas que a tal efecto se dicten. En el caso de que dichos bienes o servicios estén basados en normas, según lo establecido en esta Ley, para el ámbito de desarrollo voluntario de sistemas de calidad, las no conformidades de cumplimiento con normas se podrán dirimir o decidir a través de fórmulas basadas en los procedimientos de

Evaluación de la Conformidad entre las partes involucradas.
(p.07).

En base al artículo anterior, si esto es así, entonces cualquier empresa pública o privada, persona natural o jurídica deberían tener precaución y tomar medidas correctivas en relación a los bienes y servicios que ofrecen a sus usuarios, debido a que existe legalmente un pronunciamiento que obliga a que estén sujetos a ello, situación que en el panorama real, no se desarrolla de esa manera, porque aún se evidencian quejas y reclamos en las organizaciones por poseer esta debilidad y no activarse para asumir este reto inicial. Adicionalmente, estas instituciones deben regirse por las normativas que exige esta Ley.

Título IX

De la Evaluación de la Conformidad y Reconocimiento Mutuo

Capítulo II

Del Control de la Calidad

Artículo 88

El Ministerio de la Producción y el Comercio, podrá evaluar la calidad de los productos y servicios que se fabriquen, importen o comercialicen en el País, con el objeto de comprobar que éstos cumplen con los requisitos exigidos en las normas y reglamentaciones técnicas, sin menoscabo de las competencias que en esta materia, tengan otros organismos, y la facultad de las personas públicas o privadas, naturales o jurídicas, de ejercer la defensa de sus derechos. (p.28).

Lo antes mencionado, señala adicionalmente, que si existen otras organizaciones o entes encargados de velar por el funcionamiento, promoción y puesta en práctica de la calidad en los bienes y servicios que ofrecen, el Ministerio de la Producción y el Comercio realizara la evaluación de calidad, a fin de verificar que cumplen con los requisitos y normativas establecidas. Esto que figura este artículo, solo quedara allí plasmado?,

porque no se evidencia una supervisión o control sobre estas actividades y la disminución de los reclamos por las condiciones en que los usuarios perciben los bienes y servicios, como por ejemplo la situación caso de este estudio, que persiste en los clientes de la empresa, al no percibir lo que realmente buscan a cambio de la retribución económica que hacen.

Ley de la Actividad Aseguradora (2016)

Título II

Control De La Actividad Aseguradora

Capítulo I

De la Superintendencia de la Actividad Aseguradora

Sección primera

Atribuciones

Artículo 6

Son atribuciones de la Superintendencia de la Actividad Aseguradora: 2. Garantizar a las personas el libre acceso a los productos, bienes y servicios objeto de la presente Ley y proteger los derechos e intereses de los tomadores, asegurados, beneficiarios o contratantes respecto de los sujetos regulados. (p.05).

Debido a que la empresa donde se estudian los hechos pertenece al sector asegurador, se toma en cuenta este artículo la cual tiene vinculación con la investigación, debido a que esta ley tiene la facultad de garantizar a las personas al libre acceso de los productos, bienes y servicios, protegiendo los derechos de todos los involucrados en la solicitud de estos servicios.

Normas ISO 9000:2000

La Norma ISO 9001 incorpora por primera vez el apartado de la Satisfacción de los Clientes en la revisión de Diciembre de 2000, incluido en

el capítulo 8, referido a Medición, Análisis y Mejora, en su inciso 8.2.1 sobre la satisfacción del cliente. La Norma establece lo siguiente respecto a este requisito:

Como una de las medidas del desempeño del sistema de gestión de la calidad, la organización debe realizar el seguimiento de la información relativa a la percepción del cliente respecto al cumplimiento de sus requisitos por parte de la organización. Deben determinarse los métodos para obtener y utilizar dicha información. (p.17).

La Norma no delimita con mayor detalle la aplicación de este requisito, aunque existen guías y manuales para su interpretación práctica, o normas adicionales para algún aspecto concreto de la misma, como la norma UNE-ISO 10002 sobre Directrices para el tratamiento de las quejas en las organizaciones. Esta norma indica, que las empresas deben llevar un control de la información relacionada con la apreciación del cliente sobre la calidad percibida, adicionalmente poseer un instrumento para la recopilación.

**Manual de Atención al Usuario y Usuaría de Seguros Horizonte, S.A.
(2013)**

Política de Calidad de Servicio

Estamos comprometidos en brindar una atención esmerada, cortés y empática, entender las necesidades de nuestros usuarios dando respuestas acertadas y oportunas a todas sus necesidades. (p.12).

Es significativo que la Empresa donde se desarrollan los hechos de esta investigación, posea un Manual de Atención al Usuario y Usuaría que determine su política de Calidad, debido al margen de responsabilidad que incide sobre la Organización en el manejo de la misma, pero más importante aún, es que la alta administración tome las acciones necesarias para poner en práctica la misma. De igual manera, deben tomar en cuenta el

comportamiento de los procesos de la organización en función a la información que emiten los usuarios, adaptando la única política que manejan. Es indispensable, crear, ajustar y actualizar las políticas de calidad que tengan mayor cobertura.

Código de Ética de Seguros Horizonte, S.A. (2011)

Artículo 8

El compromiso con la satisfacción de nuestros clientes se deberá reflejar en el respeto a sus derechos y en la búsqueda de soluciones que atiendan a sus intereses, siempre en concordancia con los objetivos de ambas empresas y en el marco de la legalidad en, brindar a los clientes una atención caracterizada por la cortesía y la eficiencia, ofreciendo informaciones claras, precisas y transparentes. El cliente deberá obtener respuestas, a sus solicitudes, aun cuando fueren negativas, en forma adecuada y dentro del plazo establecido en la normativa legal. Así mismo se evitara dar tratamiento preferencial a cualquiera que sea por interés o sentimiento personal (p.7).

El artículo que se menciona anteriormente, es imprescindible que la empresa lo tenga establecido en un Código de Ética, debido a que contiene diversos elementos que deben estar presentes en las actividades que se ejecutan diariamente en esa entidad, pero el compromiso estaría por una parte, en poner en práctica lo contenido en el código de ética, por otra, crear y actualizar el mismo, a fin de abarcar los espacios vacíos que se deban según cada situación, acción o proceso.

Cuadro N° 01**Operacionalización de Variables**

Objetivo General: Determinar la calidad total para la atención al usuario de Seguros Horizonte, Sociedad Anónima Agencia El Vigía.

Objetivos Específicos	Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems			
Diagnosticar el proceso de gestión y control de calidad empleado en la empresa		Gestión de calidad	Responsabilidad de dirección	1			
			Recursos	2			
			Producto	3			
		Control de calidad	Medición, análisis y mejora	4			
			Inspección	5			
			Aseguramiento	6			
			Administración estratégica	7			
Identificar los factores que utiliza la empresa para el logro calidad total	Calidad total	Factores para lograr la calidad total	Compromiso de la alta administración	8			
			Trabajo en equipo	9			
			Corrección de problemas	10			
			Capacitación y educación	11			
			Recompensa y reconocimiento	12			
			Rentabilidad económica	13			
			Definir la calidad de prestación del servicio empleado en la organización objeto de estudio		Prestación del servicio	Habilidades técnicas	14
						Habilidades interpersonales	15
						Liderazgo	16
						Comunicación	17
Motivación	18						
Eficiencia al prestar el servicio	19						
Satisfacción del usuario	20						
Establecer los componentes del buen servicio para la atención a los usuarios en la empresa	Atención al usuario	Componentes del buen servicio	Seguridad	21			
			Credibilidad	22			
			Comprensión del cliente	23			
			Accesibilidad	24			
			Cortesía	25			
			Profesionalismo	26			
			Capacidad de respuesta	27			

Nota: Jerarquización de las Teorías, Rincón (2016)

Definición de términos

Asegurado: Persona que en sí misma, en sus bienes o en sus intereses económicos está expuesta al riesgo. (Ley de la Actividad Aseguradora, 2016:15).

Beneficiario: Aquella persona en cuyo favor se ha establecido la indemnización que pagara la empresa de medicina prepagada, empresa de seguros, las asociaciones cooperativas que realizan actividad aseguradora y las administradoras de riesgos. (Ley de la Actividad Aseguradora, 2016:15).

Contratante: Persona natural o jurídica que suscribe un contrato de servicios con una empresa de medicina prepagada o una empresa administradora de riesgos bien para su exclusivo beneficio, para beneficio de terceros o para beneficio de uno y otros. (Ley de la Actividad Aseguradora, 2016:15).

Tomador: Persona natural o jurídica que contrata el seguro y se obliga a pagar la prima correspondiente a la empresa de seguros, las asociaciones cooperativas que realizan actividad aseguradora y que además tiene el derecho de recibir el pago de las indemnizaciones derivadas del contratos de seguros. (Ley de la Actividad Aseguradora, 2016:16).

Usuario: Persona con derecho a solicitar y recibir los servicios establecidos en el respectivo plan de salud o contrato de administración de riesgo. (Ley de la Actividad Aseguradora, 2016:16).

Cliente: Persona que utiliza los servicios de un profesional o una empresa. (Real Academia de la Lengua, 2000).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

La metodología ocupa un conjunto de procedimientos lógicos, técnicos y operacionales comprendidos en todo el proceso de la investigación, en ese sentido Balestrini (2007) comenta que “el fin esencial del marco metodológico es el situar en el lenguaje de la investigación, los métodos e instrumentos que se emplearán en la investigación planteada; la población, la muestra, instrumentos y técnicas de recolección de datos” (p.113).

En consecuencia, en el marco metodológico se establecen los procedimientos en forma lógica con la finalidad de dar consecución a los objetivos propuestos en la presente investigación; en tal sentido, es necesario asumir un diseño o método de investigación que oriente el desarrollo del presente estudio, el cual tiene como objetivo fundamental fomentar en el talento humano la calidad total para la atención al usuario en Seguros Horizonte, Sociedad Anónima agencia El Vigía.

Tipo y Diseño de la investigación

La investigación científica, según señala la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL), en su Manual para la Elaboración, Presentación y Evaluación de los Trabajos Especiales de Grado (2011), “puede estarse enmarcada en un modelo cualitativo, cuantitativo o cualicuantitativo y orientada hacia un tipo de investigación documental, de campo, proyecto factible o proyecto especial” (p. 41).

En este contexto es necesaria la selección del nivel de estudio que se pretende realizar y el diseño sobre el cual se soporta el desarrollo de la investigación científica; visto de esta forma, se pueden combinar o fusionar varios tipos al mismo tiempo, pues todo depende del planteamiento del problema y de los objetivos a desarrollar, ya que estos últimos indican la ruta a seguir y la meta hacia la cual se orienta la investigación.

Esto implica que del tipo de estudio depende la estrategia de la investigación que se utiliza para alcanzar los objetivos propuestos, es decir, el tipo de investigación define el diseño que se utilizará para recolectar los datos y la manera de obtenerlos, así como otros componentes del proceso de investigación.

De acuerdo a la problemática del presente estudio, la investigación es de nivel descriptivo, porque se caracterizan los procesos requeridos para mejorar la atención al usuario desde el talento humano en un ámbito institucional, indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores y los lineamientos que, en todo caso rigen una gestión administrativa, a fin de dar respuesta al problema planteado; con base en ello, Hernández y otros (2006) indican que:

Con frecuencia el propósito del investigador es describir situaciones y eventos. Esto es, describir los hechos y cómo se manifiestan determinados fenómenos. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis (p. 60).

Esta investigación consiste en conocer las situaciones en un escenario real y comportamiento predominantes del talento humano a través de la descripción de actividades y procesos que llevan a cabo, que permita obtener las características más resaltantes en el contexto que se investiga,

en este caso, determinar la calidad total para la atención al usuario de Seguros Horizonte, Sociedad Anónima Agencia El Vigía.

Un diseño de investigación, según definición de Balestrini (2007) es “el plan global de investigación que integra de un modo correcto las técnicas para la obtención de datos a utilizar, los análisis previstos y objetivos, intentando dar de manera clara respuestas a las preguntas planteadas en la misma” (p.118).

Desde este enfoque y por las características del problema de determinar la calidad total para la atención al usuario en Seguros Horizonte, Sociedad Anónima agencia El Vigía, las estrategias utilizadas en esta investigación están soportadas en un diseño no experimental, ya que esta modalidad permite obtener información directamente del personal de la referida institución donde ocurren los hechos sin manipular variable alguna. Según lo antes mencionado indica Palella (2006) según el diseño no experimental “el investigador no sustituye intencionalmente las variables independientes. Se observan los hechos tal y como se presentan en su contexto real y en un tiempo determinado o no, para luego analizarlos” (p.96).

Al respecto y, de acuerdo a los objetivos planteados por la investigación, este estudio es de campo que, según Arias (2006) es aquella que “consiste en la recolección de datos, directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar ninguna variable” (p.50). De acuerdo a lo expuesto, el estudio se desarrolla en el marco de una investigación de campo, por cuanto se remite directamente a la realidad de los hechos, específicamente en el ámbito administrativo de la referida institución, con la finalidad de recabar los datos necesarios y, con el propósito de describir la situación problema planteada en la conocida empresa de seguros.

De igual manera, el enfoque de esta investigación es Cuantitativo, porque de la información obtenida del Talento Humano, se cuantificará para que sea medible y arroje los resultados que deba según la realidad de la situación actual, para ello señala Palella (2006) sobre el enfoque cuantitativo "Se caracteriza por privilegiar al dato como esencia sustancial de su argumentación. El dato es una expresión concreta que simboliza una realidad" (p.39).

Por ello, a través de los resultados que se generen en base de este enfoque, debido a que permite examinar los fenómenos sociales a través de la observación directa, la comprobación y la experiencia, dando una descripción lo más neutra, objetiva y lo más completa posible. A partir de ello, los datos arrojados son de naturaleza valiosa, debido a que representa una realidad. Se evidenció la relación de este enfoque con los objetivos del estudio, por cuanto para el logro de la misma se aplicó un instrumento de recolección de datos a los sujetos de esta investigación.

Por otra parte, además del levantamiento en la recolección de datos, la investigación se apoya en una revisión documental, en razón de lo cual se exploran fuentes bibliográficas impresas, tales como libros, manuales, normas, fuentes electrónicas y estudios realizados con anterioridad sobre el tema, que aportan información por medio del cual la autora realiza el análisis sistemático de la realidad, desde donde se construye el marco teórico y se elaboran importantes conclusiones relacionadas con la calidad total y la atención al usuario en Seguros Horizonte, Sociedad Anónima agencia El Vigía.

Población y Muestra

Población

Para realizar cualquier estudio de campo, se debe tomar como referencia, un espacio natural de acción donde se evidencie la problemática que se quiere estudiar, es decir, donde se pueda identificar la comunidad sujeto de observación para la cual se puedan proyectar los resultados de la investigación; en tal sentido, Arias (2006) define la población como “el conjunto para el cual serán válidas las conclusiones que se obtengan: a los elementos o unidades a las cuales se refiere la investigación” (p.51).

En consecuencia, la población objeto de estudio para la presente investigación está conformada por todo el personal administrativo que labora en Seguros Horizonte, S.A. en la agencia El Vigía, que en total son quince (15) personas. En atención a lo anterior, se derivó que toda la población es absolutamente conocida y previsible, lo que condujo al criterio de Azorín (2008), al señalar que “una población es finita cuando está involucrada por un número limitado de elementos, por ello conviene indicar que algunas veces se puede considerar el estudio en su totalidad” (p.55), a partir de lo cual se completó la configuración de la población objeto de estudio.

Muestra

Con la finalidad de facilitar el proceso de recolección de la información necesaria para alcanzar los objetivos propuestos por el estudio, fue indispensable seleccionar un grupo o muestra del universo poblacional, la cual es definida por Hernández y otros (2006) como “un subgrupo de la población o subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características a lo que llamamos población (p. 207); en tal

sentido, se procedió a determinar el tamaño de la muestra, a partir de la cual se pudiera generalizar hacia toda la población.

En el marco de una caracterización muy específica, para cada uno de los integrantes de la muestra, en primer lugar, para precisar su tamaño se definió el muestreo intencional u opinático, definido por Arias (2006) “en este caso los elementos son escogidos con base en criterios o juicios preestablecidos por el investigador” (p. 85).

Por consiguiente, se consideró tomarla en su totalidad como muestra para obtener la información requerida al estudio; de tal manera que las características que define e identifica a todos los integrantes de la muestra, se centra en las funciones que cumplen en el organismo y como se manejan los procesos, a la totalidad del personal que es el talento humano asignado a esa entidad de trabajo conformado por el coordinador de agencia, el asistente administrativo, los analistas integrales, la visitadora de clínicas y el analista administrativo, es decir, quince (15) personas.

Técnicas e Instrumento de Recolección de Datos

Técnicas

En toda investigación es fundamental que se describan los métodos y técnicas aplicadas, pues estos son los recursos que le dan viabilidad al proceso investigativo para lograr los objetivos planteados; en tal sentido, las técnicas de recolección de datos en la presente investigación, atienden a lo señalado por Méndez (2002), cuando considera que “... los estudios descriptivos acuden a técnicas específicas en la recolección de información, como la observación, las entrevistas y los cuestionarios” (p.137).

Así, para la recolección de la información se utilizó, en atención al estudio abordado la técnica de la encuesta, la cual es definida por Arias (2006) como “El método o técnica que consiste en obtener información

acerca de un grupo de individuos, puede ser oral (entrevista) o escrita (Cuestionario)” (p.80); la misma fue utilizada sólo en su segunda caracterización, es decir, escrita y, se seleccionó para recabar la información, con el propósito de ampliar las nociones a partir de un mayor contacto entre la fuente primaria y la investigadora.

Instrumentos

Dentro del orden metodológico establecido, se define la aplicación de los instrumentos específicos para entrar directamente en el campo de la investigación y tomar los datos para la realización del estudio, definidos por Pavlik (2000) de esta manera:

El soporte instrumental y más valioso para la ciencia social moderna, en la medida en que los investigadores del campo de las ciencias sociales, se tienen que ocupar de observar básicamente, sociedades sencillas y, en el marco de ellas, abordan los problemas más sencillos para proyectar los resultados hacia las complejidades; la sociedad tecnológica, altamente complicada, nos brinda mayores facilidades, en este sentido, a la investigación. En tal sentido, la observación proporciona una medición directa de la conducta humana. (p. 52).

En tal sentido, se aplicó el instrumento requerido para obtener la información de la muestra seleccionada del talento humano de Seguros Horizonte, Sociedad Anónima agencia El Vigía, el cual consiste en un cuestionario a la totalidad de la muestra.

De este instrumento afirma Briones (2002) que “son formularios destinados a recolectar la información requerida por los objetivos de una investigación” (p.59), en el mismo orden de ideas, Hernández y otros (2006) afirman que el cuestionario es “el conjunto de preguntas respecto a una o

más variables a medir” (p.263). Es decir, se construyó un cuestionario mediante la escala de Lickert, estructurado en veintisiete (27) afirmaciones con tres categorías: siempre, en ocasiones y nunca (Anexo A), lo que permitió obtener una información valiosa sobre los aspectos y elementos inmersos en el problema, para así alcanzar los objetivos propuestos en la investigación.

Validez y Confiabilidad

En relación a este punto, Hernández Fernández y Baptista (2012), expresan que “la validez es el grado en que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir” (p. 201). De esta manera, el instrumento será sometido a un proceso de validación mediante un juicio de expertos, para precisar a través de un análisis de los ítems, la correspondencia de estos con el contexto teórico en cuanto a las variables, dimensiones e indicadores.

www.bdigital.ula.ve

Igualmente, se solicitará la opinión de expertos profesionales, con experiencia en el área objeto de esta investigación, con la finalidad de validar el instrumento, le hagan una revisión exhaustiva del mismo que permita emitir criterios sobre la calidad total para la atención al usuario, verificando la pertinencia, redacción y adecuación entre los objetivos, variables, dimensiones e indicadores.

Luego de obtenido el juicio de los expertos (Anexo B), encargados de la validación, se procederá a realizar el análisis de las opiniones emitidas, haciendo las correcciones sugeridas. Una vez evaluado el instrumento se sometió a un tabulador estadístico como el Coeficiente de Proporción de Rango (CPR), señalando que su valor va de cero (0) a uno (1), los valores superiores a (0,8) son considerados aceptables, si su valor es cercano a la unidad el instrumento es fiable y su mediciones son estables y consistente,

si son menores a (0,8) presenta variabilidad entre sus ítems y conduce a conclusiones equivocadas, en este caso se obtuvo como resultado 0,96, indicando que el instrumento es válido para ser aplicado a la muestra seleccionada en este estudio (Anexo C).

Según Véliz (2011) afirma que la confiabilidad, “es la capacidad que tiene el instrumento de registrar los mismos resultados en repetidas ocasiones, con una misma muestra y bajo unas mismas condiciones” (p.108). En este mismo orden de ideas, la confiabilidad se refiere a la constancia, exactitud y estabilidad de los resultados obtenidos al aplicar un instrumento repetidas veces. La confiabilidad, es el grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes. Con la finalidad de medir esta consistencia se utilizó el método de Alfa de Cronbach, que de acuerdo a criterios de Hernández y otros (2013) expresa que “es un método que puede ser usado para cualquier cantidad de alternativas sean pares o impares, ya que el método no divide en dos mitades los ítems del instrumento de medición”. Por consiguiente, con esta técnica, los datos son procesados estadísticamente de acuerdo a las respuestas dadas por los encuestados, 0,92, quiere decir que los resultados son confiables (Anexo D).

Técnicas de Análisis de Información

Para el análisis de los Datos se utilizó la tabulación, ordenamiento y procesamiento de la información, al igual que los procedimientos de análisis cuantitativos y cualitativos; el primero se realizó mediante la distribución de frecuencias para luego calcular los porcentajes de los encuestados sobre los ítems de las variables en estudio, esto con el objeto de ponderar todos los ítems dentro de la información registrada.

Al respecto Méndez (2002) señala que el análisis de los datos “... implica el ordenamiento de la información que al ser procesado y

cuantificado por ítems y agrupado por variables, permite la presentación en tablas” (p.206), para tales efectos se procedió a elaborar y registrar los cálculos, se construyeron gráficos, con lo cual se procedió al análisis cuantitativo de la información.

El análisis cualitativo se refiere básicamente al procesamiento y análisis realizado a la información obtenida de la aplicación de la muestra seleccionada, del mismo modo, la presentación y análisis de los resultados permiten analizar los lineamientos estratégicos para determinar la calidad total en atención al usuario de Seguros Horizonte, Sociedad Anónima Agencia El Vigía.

Por otra parte, se utilizó el análisis bibliográfico–documental, el cual se precisó en fuentes secundarias de información, mediante la revisión de textos referente a la temática gerencial y laboral, normas que rigen la materia, manuales dentro de la organización que involucran al talento humano de la empresa.

CAPÍTULO IV

ANALISIS DE LOS RESULTADOS

En este capítulo, se presentan los datos de la investigación con su correspondiente análisis, los cuales fueron obtenidos con base en la metodología planteada en el desarrollo de los objetivos del estudio realizado para Determinar la Calidad Total en la atención al usuario de Seguros Horizonte, Sociedad Anónima Agencia El Vigía.

Presentación de Resultados

El análisis de los resultados se realizó con fundamento en las respuestas suministradas por la muestra, los cuales se presentan en cuadros de frecuencias y gráficos porcentuales de cada indicador y de acuerdo a las variables desarrolladas. Los resultados obtenidos durante la realización de la presente investigación, han sido definidos por los indicadores de las variables calidad total y Atención al usuario, de acuerdo a los objetivos específicos planteados en este estudio, a través de la recolección de datos.

La información que seguidamente se presenta es clara y precisa, incorporándose los elementos relevantes recopilados en la investigación a través de la aplicación del cuestionario para lo cual se va teniendo en cuenta que todos ellos son imprescindibles para el análisis, a los efectos de realizar su interpretación y comentarios finales, tal como a continuación se muestra:

Objetivo 1

Diagnosticar el proceso de gestión y control de calidad empleado en la empresa.

Ítem N° 01

En la empresa la responsabilidad de dirección define políticas en los procesos de gestión de calidad.

Tabla N° 2

Responsabilidad de dirección

<u>Alternativa</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Siempre	3	15%
En ocasiones	2	10%
Nunca	10	75%
<u>Total</u>	<u>15</u>	<u>100%</u>

Nota: Rincón (2016)

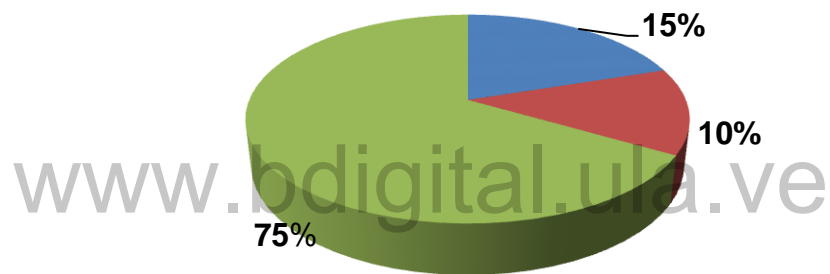


Figura 2. Resultados en porcentajes obtenidos de Responsabilidad de dirección

Los resultados presentados en la tabla 2 y figura 2, expresan que el 75% de la muestra considera, que jamás en la empresa la responsabilidad de dirección definen políticas en los procesos de gestión de calidad, 15% que si definen y 10% solo en ocasiones considera que cumplen. Por lo que, la Norma ISO 9001 (2008) señala “La alta dirección debe proporcionar evidencia de su compromiso con el desarrolla e implernentación del sistema de gestión de calidad, así como can la mejora continua de su eficacia.” (p.04). Es imprescindible, que la organización determine políticas adecuadas en los procesos que se ejecuten, enfocados en la gestión de calidad, a fin de establecer un progreso en cada una de ellas, dejando registro del mismo.

Ítem N° 02

Cree usted, se desenvuelve el talento humano con capacidad y en el ambiente de trabajo favorable para una gestión de calidad.

Tabla N° 3

Recursos		
<u>Alternativa</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Siempre	9	60%
En ocasiones	5	33%
Nunca	1	7%
<u>Total</u>	<u>15</u>	<u>100%</u>

Nota: Rincón (2016)

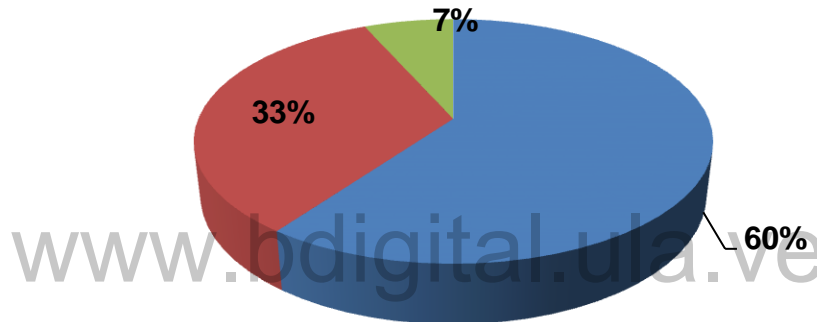


Figura 3. Resultados en porcentajes obtenidos de Recursos

Los resultados presentados en la tabla 3 y figura 3, pronuncian que el 60% de la muestra se inclinó hacia la opción siempre se desenvuelve el talento humano con capacidad y en el ambiente de trabajo favorable para una gestión de calidad, por otra parte existe un 33% que expresa solo en ocasiones se desenvuelven y 7% que ninguno desenvuelve. Por lo que, la Norma ISO 9001(2008) señala “El personal que realice trabajos que afecten a la conformidad con los requisitos del producto debe ser competente con base en la educación, formación, habilidades y experiencia apropiadas.” (p.7). La mayoría del personal carece de capacidades y destrezas necesarias para involucrase en procesos en un sistema de gestión de calidad y no está dada las condiciones del ambiente para ejecutarlas de manera satisfactoria.

Ítem N° 03

En la organización se aplica una gestión de calidad para hacer entrega del producto al usuario.

Tabla N° 4

Producto		
<u>Alternativa</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Siempre	5	33%
En ocasiones	4	27%
Nunca	6	40%
Total	15	100%

Nota: Rincón (2016)

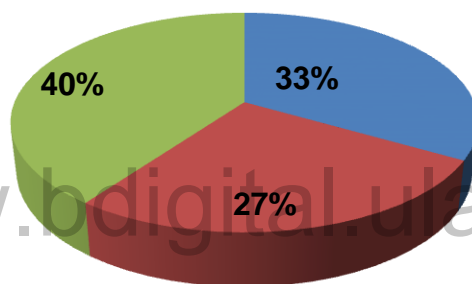


Figura 4. Resultados en porcentajes obtenidos de Producto

Los resultados presentados en la tabla 4 y figura 4, en atención a que la empresa ejecute una gestión de calidad para hacer entrega del producto, el 33% de la muestra se inclinó de con la opción siempre, mientras el 27% expreso solo en ocasiones se realiza la gestión y 40% la opción que nunca la realizan. Por lo que, la Norma ISO 9001 (2008) indica “La planificación de la realización del producto debe ser coherente con los requisitos de los otros procesos del sistema de gestión de la calidad” (p.8). De este modo, los resultados demuestran, que la empresa no lleva a cabo una coordinación de actividades orientadas a la calidad, lo que produce que se generaren reclamos, incomodidades e insatisfacción por parte de los usuarios al no percibir claramente sus servicios con la calidad que amerita.

Objetivo 2

Identificar los factores que utiliza la empresa para el logro de la calidad total.

Ítem N° 04

En la gestión de calidad utilizan métodos que recopile información para medir el producto y servicio que satisfaga al usuario.

Tabla N° 5

Medición, análisis y mejora

<u>Alternativa</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Siempre	3	20%
En ocasiones	4	27%
Nunca	8	53%
<u>Total</u>	<u>15</u>	<u>100%</u>

Nota: Rincón (2016)

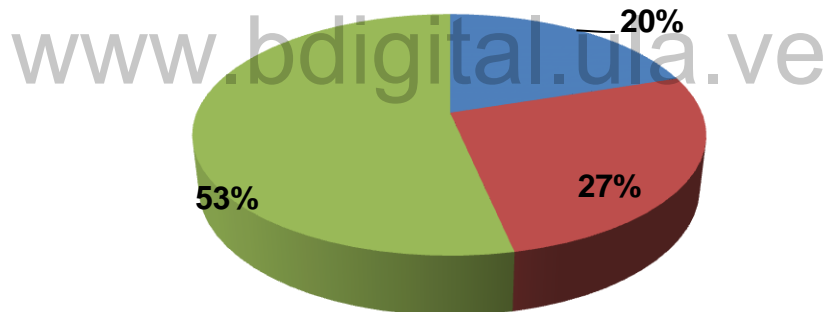


Figura 5. Resultados en porcentajes obtenidos de Medición, análisis y mejora

Los resultados presentados en la tabla 5 y figura 5, se le requirió a la muestra si en la gestión de calidad hay algún método que recopile información para medir si el producto o servicio satisface al usuario, ante lo cual el 20% expresó la opción siempre existe, el 27% se inclinó solo en ocasiones existe y 53% nunca existe. Por lo tanto, la Norma ISO 9001 (2008) expresa “La organización debe planificar e implementar los procesos de seguimiento, medición, análisis y mejora necesarios”. (p.14). Se acentúa, que la empresa no cuenta con un sistema o método de medición y mejora.

Ítem N° 05

La empresa realiza la inspección y control de calidad para el producto y servicio que se ofrece.

Tabla N° 6

Inspección		
<u>Alternativa</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Siempre	5	34%
En ocasiones	2	13%
Nunca	8	53%
<u>Total</u>	<u>15</u>	<u>100%</u>

Nota: Rincón (2016)

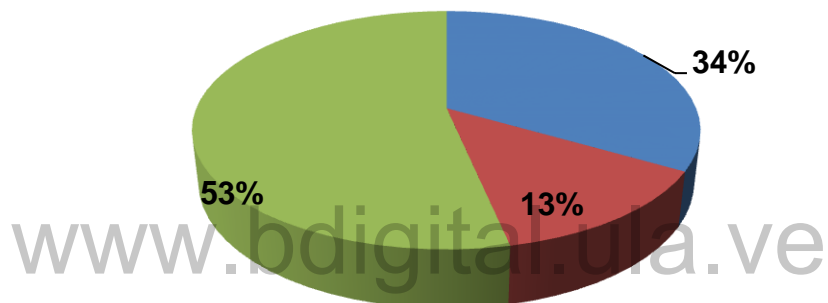


Figura 6. **Resultados en porcentajes obtenidos de Inspección**

Los resultados presentados en la tabla 6 y figura 6, se le requirió a la muestra si la empresa realiza la inspección y control de calidad para el producto y servicio que se ofrece, ante lo cual el 34% expresó la opción siempre inspeccionan, y el 13% se inclinó con la opción solo en ocasiones la realizan y 53% nunca la realizan. Por ende, la Norma ISO 9000 (2005) la define como “evaluación de la conformidad por medio de observación y dictamen, acompañada cuando sea apropiado por medición, ensayo/prueba o comparación con patrones”. (p.17). De esta forma, por parte de la empresa, no se examina de cerca o de manera detallada el trabajo que se realiza a fin de detectar errores oportunamente para buscar soluciones, verificando que cumpla con los estándares establecidos por la organización y comprobar su calidad, evitando que el usuario se vea afectado por esto.

Ítem N° 06

Se toman acciones necesarias en el control de calidad que proporcionen confianza en el producto.

Tabla N° 7

Aseguramiento

<u>Alternativa</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Siempre	6	40%
En ocasiones	2	13%
Nunca	7	47%
<u>Total</u>	<u>15</u>	<u>100%</u>

Nota: Rincón (2016)

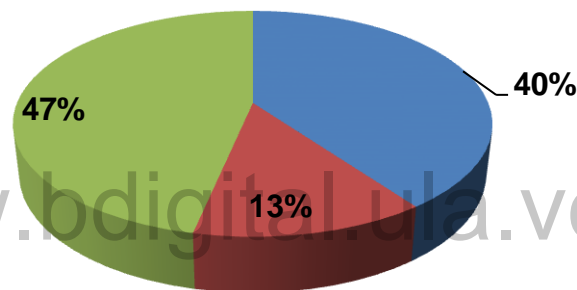


Figura 7. Resultados en porcentajes obtenidos de Aseguramiento

Los resultados presentados en la tabla 7 y figura 7, pronuncian que el 40% de la muestra se inclinó hacia la opción siempre, en relación si en la empresa toman las acciones necesarias en base al control de calidad para proporcionar confianza en el producto o servicio, por otra parte existe un 2% en ocasiones las toman y 47% expresa que jamás toman acciones. En este caso, la Norma ISO 9000 (2005) conceptualiza la inspección “orientada a proporcionar confianza en que se cumplirán los requisitos de la calidad.” (p.10). Es decir, casi se iguala el resultado, entre que si toman acciones y no. Debe existir unificación en este criterio, y asignar los métodos para garantizar la satisfacción que se cumplen con los requisitos de calidad, generando de esta manera la confianza de los clientes a los usuarios.

Ítem N° 07

La administración toma decisiones estratégicas alcanzando la competitividad de sus productos y servicios a través del control de calidad.

Tabla N° 8

Administración estratégica

<u>Alternativa</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Siempre	3	20%
En ocasiones	4	27%
Nunca	8	53%
<u>Total</u>	<u>15</u>	<u>100%</u>

Nota: Rincón (2016)

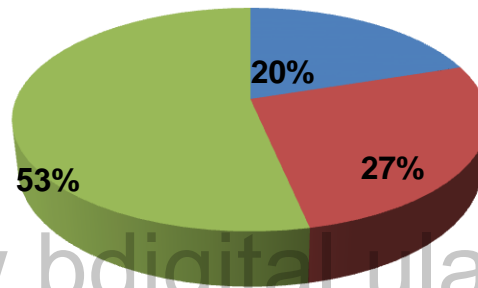


Figura 8. Resultados en porcentajes obtenidos de Administración estratégica

Los resultados presentados en la tabla 8 y figura 8, se le requirió a la muestra si la administración toma decisiones estratégicas alcanzando la competitividad de sus productos y servicios a través del control de calidad, ante lo cual el 20% expresó la opción siempre deciden, 27% en ocasiones deciden y el 53% jamás deciden. Por lo que, Fred (2008) la define “como el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones multifuncionales que le permitan a una organización lograr sus objetivos.” (p.5). Cabe resaltar, que la empresa no toma las medidas o dediciones estrategias en base al control de calidad para lograr competitividad de productos y servicios, originando que existan molestias en los usuarios, adicionalmente, no se cumplen con los estándares necesarios para activar procesos de calidad.

Objetivo 2

Identificar los factores que utiliza la empresa para el logro de la calidad total.

Ítem N° 08

La alta administración de la empresa se compromete para lograr la calidad.

TABLA N° 9

Compromiso de la alta administración

<u>Alternativa</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Siempre	4	27%
En ocasiones	2	13%
Nunca	9	60%
<u>Total</u>	<u>15</u>	<u>100%</u>

Nota: Rincón (2016)

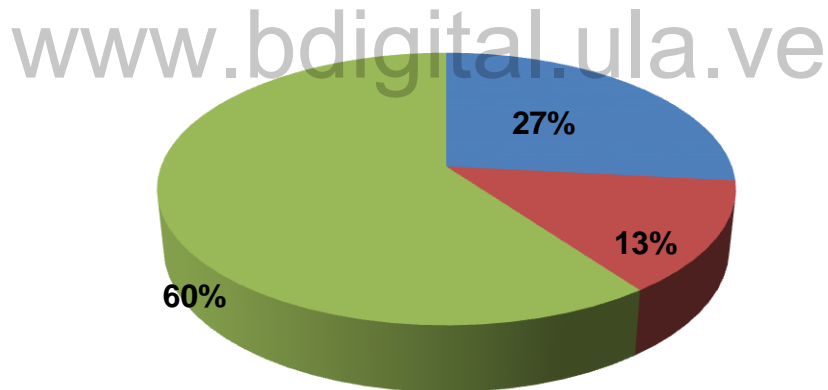


Figura 9. Resultados en porcentajes obtenidos de Compromiso de la alta administración

Los resultados presentados en la tabla 9 y figura 9, en cuanto a, si la alta administración de la empresa se compromete para lograr la calidad, el 27% afirmó siempre, mientras el 13% restante indica se compromete en ocasiones y el 60% la empresa nunca se compromete. Cabe resaltar, que sin el apoyo de la alta administración, no se podrían llevar a cabo los procesos que se requieren para el alcance del nivel de calidad y satisfacción esperado.

Ítem N° 09

El talento humano se integra con facilidad para realizar trabajo en equipo y alcanzar objetivos.

Tabla N° 10

Trabajo en equipo

<u>Alternativa</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Siempre	5	33%
En ocasiones	1	7%
Nunca	9	60%
<u>Total</u>	<u>15</u>	<u>100%</u>

Nota: Rincón (2016)

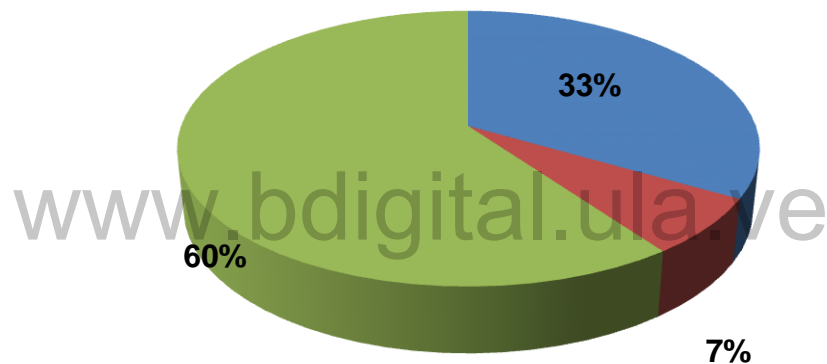


Figura 10. Resultados en porcentajes obtenidos de Trabajo en equipo

Los resultados presentados en la tabla 10 y figura 10, sobre lo requerido a la muestra acerca de si el talento humano de la empresa se une con facilidad para realizar trabajo en equipo y alcanzar objetivos, el 33% de los encuestados estuvieron vinculados con la opción siempre, mientras el 7% indicó solo en ocasiones trabajan en equipo y 60% nunca trabajan en equipo. Cabe señalar, que este factor es un elemento indispensable para integrar la calidad total en la organización, sin el compromiso de todos no hay participación y por ende no se lograrían los objetivos organizacionales, ni la satisfacción que debe estar encaminada hacia una visión de calidad.

Ítem N° 10

Son tomadas en consideración medidas preventivas a fin de minimizar errores y corregir a tiempo los problemas.

TABLA N° 11

Corrección de problemas

<u>Alternativa</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Siempre	3	20%
En ocasiones	8	53%
Nunca	4	27%
<u>Total</u>	<u>15</u>	<u>100%</u>

Nota: Rincón (2016)

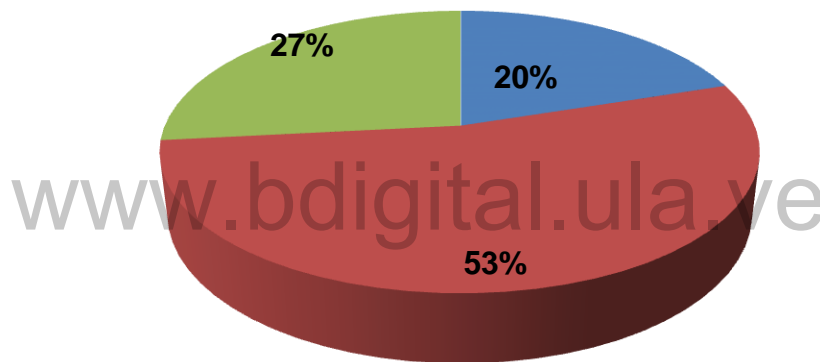


Figura 11. Resultados en porcentajes obtenidos de Corrección de problemas

Los resultados presentados en la tabla 11 y figura 11, un 20% de la muestra considera que son tomadas en consideración medidas preventivas a fin de minimizar errores y corregir a tiempo los problemas, otro 27% solo en ocasiones se toman medidas, mientras que un 53% opinó nunca toman medidas. Los resultados muestran debilidad, debe existir permanencia en la identificación de situaciones en la organización, debe hallarse siempre la raíz de los problemas para buscarles la solución con tiempo que se deba según cada caso y así no perjudicar el camino hacia la calidad total en la empresa.

Ítem N° 11

La empresa ofrece oportunidades de capacitación y desarrollo personal que involucren la calidad.

Tabla N° 12

Capacitación y educación

<u>Alternativa</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Siempre	3	20%
En ocasiones	8	53%
Nunca	4	27%
<u>Total</u>	<u>15</u>	<u>100%</u>

Nota: Rincón (2016)

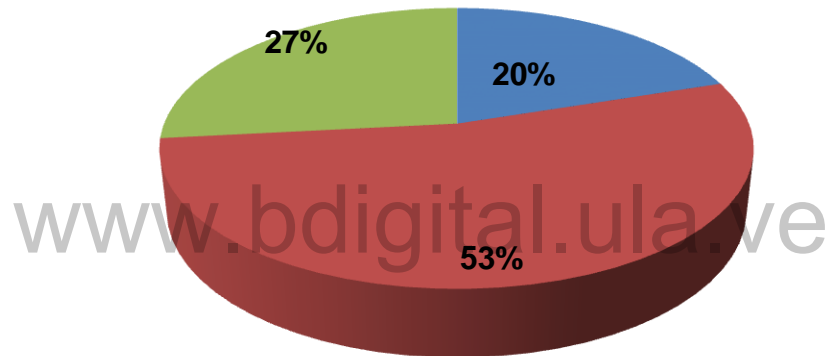


Figura 12. Resultados en porcentajes obtenidos de Capacitación y educación

Los resultados presentados en la tabla 12 y figura 12, el resultado relacionado si la empresa ofrece oportunidades de capacitación y desarrollo personal que involucren la calidad, un 20% de los informantes expresó que la empresa ofrecen siempre oportunidades, por otro lado con un 53% apuntó solo en ocasiones ofrecen y 27% jamás ofrecen capacitación. A pesar que el mayor porcentaje lo obtuvo solo en ocasiones; para que se integre la calidad total a todos los procesos es imprescindible la formación para una mejora continua que vaya actualizando al talento humano sobre todos los aspectos fundamentales para ser competitivos.

Ítem N° 12

Utiliza la organización sistemas de recompensa y reconocimiento por logros alcanzados de manera global.

Tabla N° 13

Recompensa y reconocimiento

<u>Alternativa</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Siempre	3	20%
En ocasiones	4	27%
Nunca	8	53%
<u>Total</u>	<u>15</u>	<u>100%</u>

Nota: Rincón (2016)

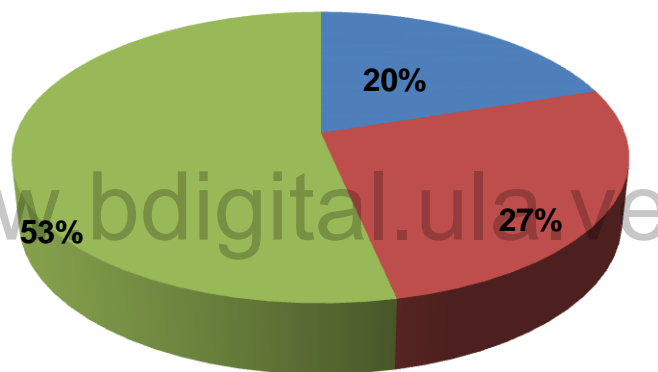


Figura 13. **Resultados en porcentajes obtenidos de Recompensa y reconocimiento**

Los resultados presentados en la tabla 13 y figura 13, en este Ítem, con el 20% de la muestra, considera que la empresa posee un sistema de recompensa y reconocimiento por logros alcanzados de manera global, mientras el 27% opinó en ocasiones y un 53% tomó la opción nunca. Este factor, permite la integración del proceso como un todo sin divisiones, debido a que de esta manera es como se logran los objetivos de la organización enfocados en la calidad total, con estos reconocimientos se enaltece la labor de los participantes, pero no cumplen con este aspecto.

Ítem N° 13

Según su criterio, el crecimiento de la empresa se relaciona con la calidad total.

Tabla N° 14

Rentabilidad económica

<u>Alternativa</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Siempre	15	100%
En ocasiones	-	-
Nunca	-	-
<u>Total</u>	<u>15</u>	<u>100%</u>

Nota: Rincón (2016)

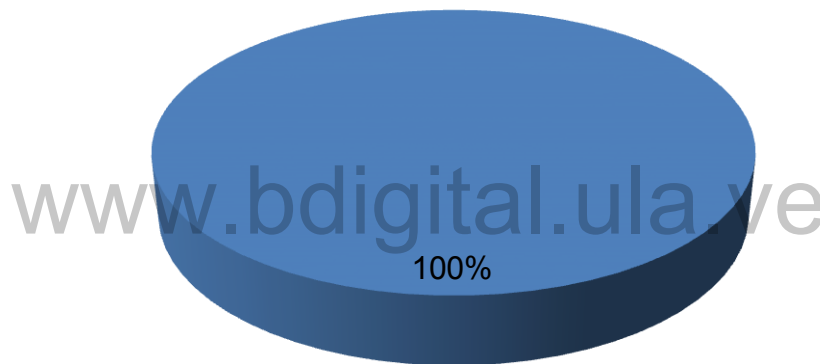


Figura 14. Resultados en porcentajes obtenidos de Rentabilidad económica

Los resultados presentados en la tabla 14 y figura 14, la opinión sobre este caso, demuestra sin duda, que el 100% de la muestra se inclinó por la opción siempre, señalando que el crecimiento de la empresa está relacionado con la calidad total. Es muy importante que la que el talento humano de la empresa tome en consideración la importancia que tiene la calidad total, incremento de la producción que se transformaría en ganancias, eficiencia para el logro de la calidad total, permanencia en el mercado con competitividad y la satisfacción del cliente.

Objetivo 3

Definir la calidad de prestación del servicio empleado en la organización objeto de estudio.

Ítem N° 14

El talento humano utiliza habilidades técnicas necesarias para la prestación del servicio con calidad.

Tabla N° 15

Habilidades técnicas

<u>Alternativa</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Siempre	4	27%
En ocasiones	3	20%
Nunca	8	53%
<u>Total</u>	<u>15</u>	<u>100%</u>

Nota: Rincón (2016)

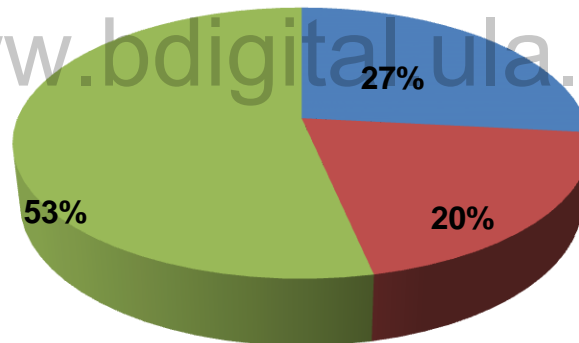


Figura 15. Resultados en porcentajes obtenidos de Habilidades técnicas

Los resultados presentados en la tabla 15 y figura 15, se le requirió a la muestra si el talento humano posee habilidades técnicas necesarias para la prestación del servicio con calidad, ante lo cual el 27% expresó la opción siempre, el 20% se inclinó por la opción solo en ocasiones las utilizan y 53% jamás las utilizan. No debe existir inconsistencia en las capacidades o conocimientos en el uso de herramientas tecnológicas, métodos o técnicas para el desarrollo eficiente de las tareas orientadas hacia la prestación del servicio con calidad; en este caso, no hay mejora continua de este aspecto.

Ítem N° 15

El personal maneja de manera eficiente el intercambio de información al prestar el servicio.

Tabla N° 16

Habilidad interpersonal

<u>Alternativa</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Siempre	3	20%
En ocasiones	10	67%
Nunca	2	13%
<u>Total</u>	<u>15</u>	<u>100%</u>

Nota: Rincón (2016)

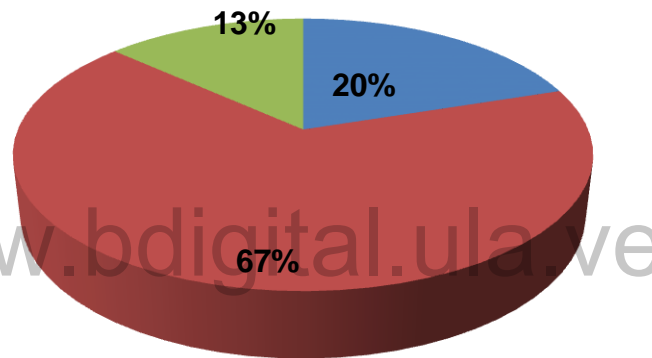


Figura 16. Resultados en porcentajes obtenidos de Habilidad interpersonal

Los resultados presentados en la tabla 16 y figura 16, la proyección de este caso, expresa la opinión del 20% opción siempre, en cuanto a que el talento humano de la Empresa maneja de manera eficiente el intercambio de información al prestar el servicio, un 67% la opción solo en ocasiones utilizan esta habilidad y 13% nunca la utilizan. Poner en práctica de manera continua esta capacidad, y mantener una buena comunicación con otros, tanto con el personal como con todos los usuarios, es vital para la organización y la prestación del servicio con calidad mantener este comportamiento, debido a que se evidencia una pronunciada debilidad en el entorno laboral.

Ítem N° 16

Demuestra liderazgo el talento humano ante la prestación del servicio.

Tabla N° 17

Liderazgo		
<u>Alternativa</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Siempre	5	34%
En ocasiones	8	53%
Nunca	2	13%
<u>Total</u>	<u>15</u>	<u>100%</u>

Nota: Rincón (2016)

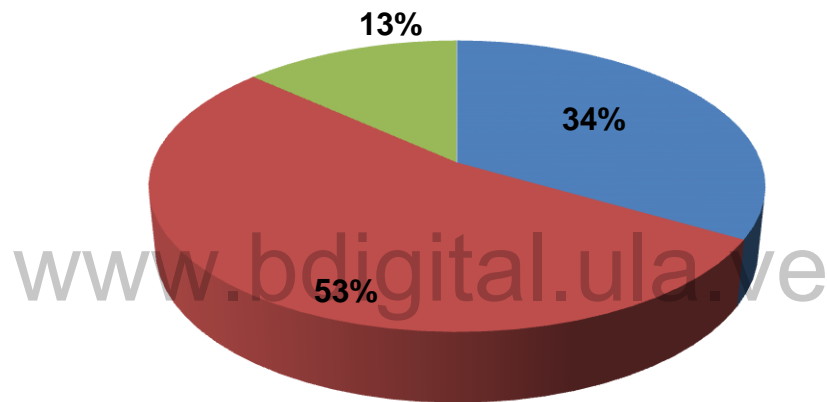


Figura 17. **Resultados en porcentajes obtenidos de Liderazgo**

Los resultados presentados en la tabla 17 y figura 17, pronuncian que el 34% de la muestra se inclinó hacia la opción en siempre, en relación el talento humano posee liderazgo ante la prestación del servicio, por otra parte existe un 53% que expresa solo en ocasiones posee liderazgo y 13% nunca lo poseen. Existe una debilidad hacia este elemento, debido a que el liderazgo hace que las personas se muevan en la dirección que les sea indicada, si no hay actitud y compromiso para asumir tareas por ejecutar para un determinado fin, entonces la solución de los problemas que se van presentando al ofrecer el servicio a los usuarios, se ve a distancia.

Ítem N° 17

El talento humano utiliza una comunicación efectiva al momento de prestar el servicio.

Tabla N° 18

Comunicación

<u>Alternativa</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Siempre	6	40%
En ocasiones	8	53%
Nunca	1	7%
<u>Total</u>	<u>15</u>	<u>100%</u>

Nota: Rincón (2016)

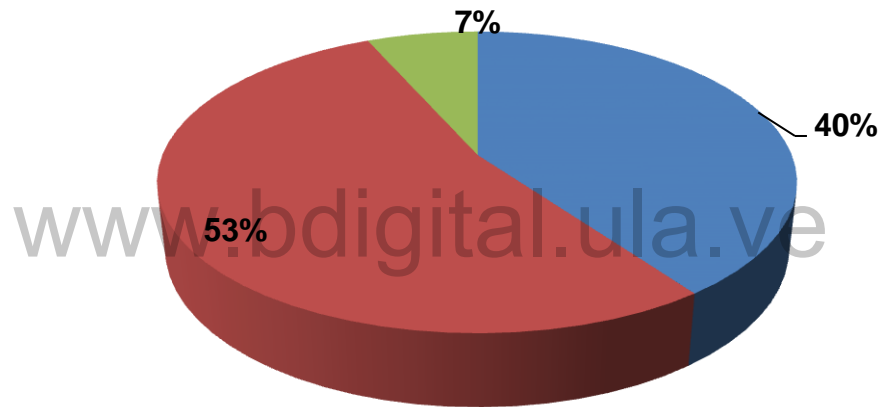


Figura 18. **Resultados en porcentajes obtenidos de Comunicación**

Los resultados presentados en la tabla 18 y figura 18, pronuncian que el 40% de la muestra se inclinó hacia la opción en siempre, en relación a si el talento humano utiliza una comunicación efectiva al momento de prestar el servicio, por otra parte existe un 53% que expresa solo en ocasiones utilizan la comunicación efectiva y el 7% jamás la utilizan. La comunicación es una herramienta indispensable que permite transformar todos los escenarios en este caso en la empresa, proporcionando capacidad para crear herramientas que permiten lograr las metas deseadas, pero si no se coloca en práctica solo a veces, no hay rumbo fijo a seguir y crea una debilidad en el servicio.

Ítem N° 18

Se encuentra el talento humano con la motivación necesaria para la prestación del servicio con calidad.

Tabla N° 19

Motivación		
<u>Alternativa</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Siempre	3	20%
En ocasiones	11	73%
Nunca	1	7%
Total	15	100%

Nota: Rincón (2016)

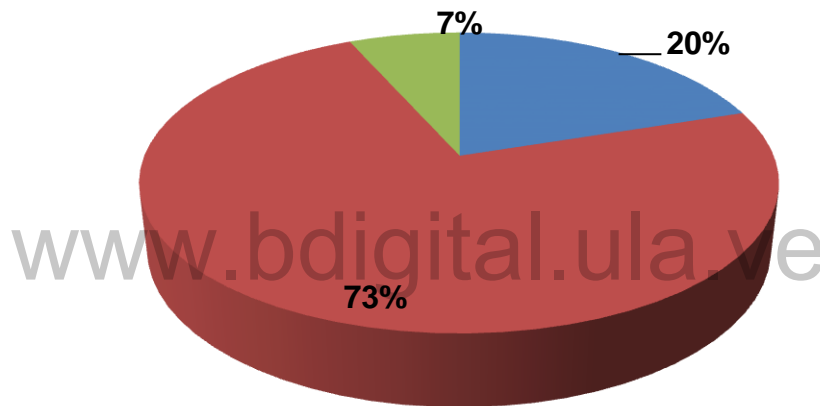


Figura 19. Resultados en porcentajes obtenidos de Motivación

Los resultados presentados en la tabla 19 y figura 19, expresan que el 20% de la muestra considera, que el talento humano se encuentra con la motivación necesaria para la prestación del servicio con calidad con la opción siempre, el 73% solo en ocasiones poseen motivación y 7% nunca tienen motivación. La mayoría de la muestra manifiesta solo en ocasiones; para ejercer cualquier actividad en la empresa se debe estar motivado, más aun al momento de realizar la prestación del servicio, debido a que los usuarios esperan recibir respuestas a sus necesidades y la satisfacción de obtenerlos, pero si se da de vez en cuando, no existe un equilibrio. La empresa debe revisar de manera general las necesidades del personal y descubrirlas.

Ítem N° 19

El talento humano ejecuta con eficiencia la prestación del servicio con calidad.

Tabla N° 20

Eficiencia al prestar el servicio

<u>Alternativa</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Siempre	4	25%
En ocasiones	3	19%
Nunca	8	56%
Total	15	100%

Nota: Rincón (2016)

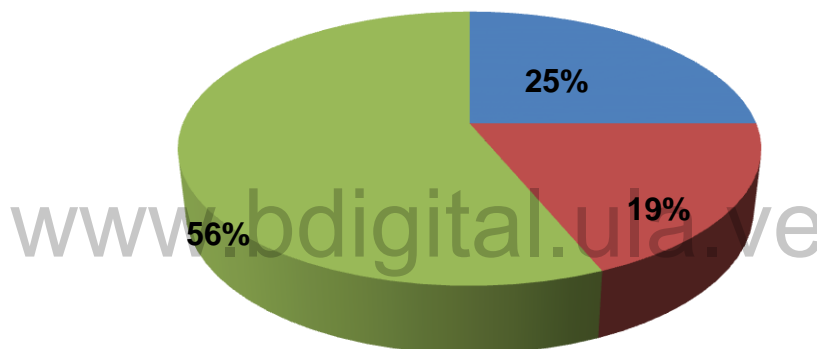


Figura 20. Resultados en porcentajes obtenidos de Eficiencia al prestar el servicio

Los resultados presentados en la tabla 20 y figura 20, en este ítem, se indicó a la muestra, ejecuta con eficiencia la prestación del servicio con calidad, donde el 25% se inclinó de manera favorable con la opción siempre la ejecuta, mientras el 19% expreso solo en ocasiones ejecuta la eficiencia y 56% nunca la ejecutan. La eficiencia en la prestación del servicio al cliente es uno de los puntos importantes para permanecer en un buen sitio delante de los usuarios, debido a que ellos son los jueces de nuestra labor, esto es la imagen que se proyecta; es lo que hace la diferencia, y si no existe, la permanencia de la empresa será corta e infructuosa, hay una ausencia de la calidad que se ofrece a los usuarios, debiendo sustentarse en políticas.

Ítem N° 20

El personal al prestar el servicio obtiene la satisfacción del usuario.

Tabla N° 21

Satisfacción del usuario

<u>Alternativa</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Siempre	5	33%
En ocasiones	4	27%
Nunca	6	40%
<u>Total</u>	<u>15</u>	<u>100%</u>

Nota: Rincón (2016)

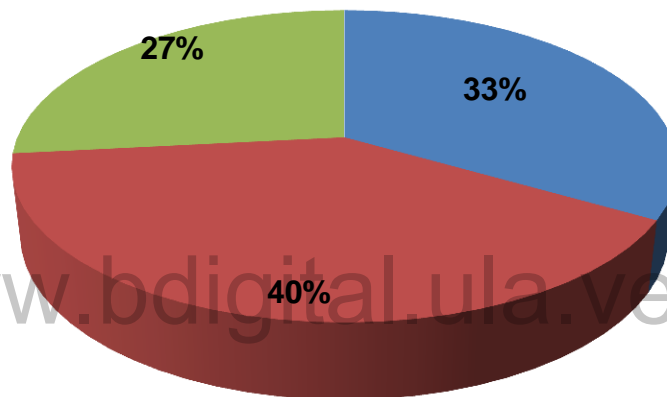


Figura 21. Resultados en porcentajes obtenidos de Satisfacción del usuario

Los resultados presentados en la tabla 21 y figura 21, en relación a lo requerido a la muestra acerca si el talento humano al prestar el servicio obtiene la satisfacción del usuario, el 15% de los encuestados estuvieron vinculados con la opción siempre obtienen la satisfacción, mientras el 10% indicó solo en ocasiones la obtienen y 75% nunca obtiene la satisfacción del usuario. Se evidencia la debilidad del desempeño del personal la cual es percibida por los usuarios, al no alcanzar las expectativas del cliente quedando insatisfecho por la ausencia de respuestas en sus solicitudes y requerimientos. Un aspecto importante y determinante en el camino hacia la adopción de la calidad total en la organización.

Objetivo 4

Establecer los componentes del buen servicio para la atención a los usuarios en la empresa.

Ítem N° 21

Al ofrecer la atención el talento humano genera seguridad al usuario.

Tabla N° 22

Seguridad		
<u>Alternativa</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Siempre	5	20%
En ocasiones	7	33%
Nunca	3	47%
<u>Total</u>	<u>15</u>	<u>100%</u>

Nota: Rincón (2016)

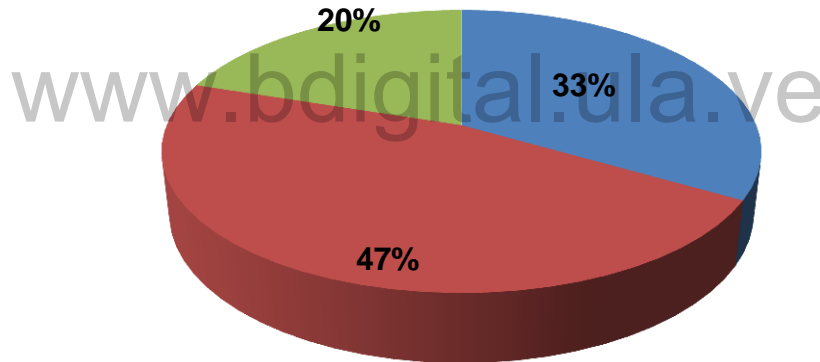


Figura 22. **Resultados en porcentajes obtenidos de Seguridad**

Los resultados presentados en la tabla 22 y figura 22, en cuanto a, si el talento humano al ofrecer la atención le genera seguridad al usuario, ante lo cual el 20% expresó la opción siempre ofrecen seguridad, el 33% se inclinó por la opción en ocasiones la ofrecen y el 47% nunca ofrecen seguridad en la atención que ofrecen. Existe ausencia de tener estabilidad en darle seguridad al usuario para cubrir sus inquietudes, dudas, afectando el buen servicio, y alejando la satisfacción del usuario. Se debe emitir ese estado de seguridad un componente valioso para la calidad.

Ítem N° 22

Cree usted, el personal transmite la credibilidad indispensable para ofrecer un buen servicio.

Tabla N° 23

Credibilidad

<u>Alternativa</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Siempre	6	40%
En ocasiones	4	27%
Nunca	5	33%
<u>Total</u>	<u>15</u>	<u>100%</u>

Nota: Rincón (2016)

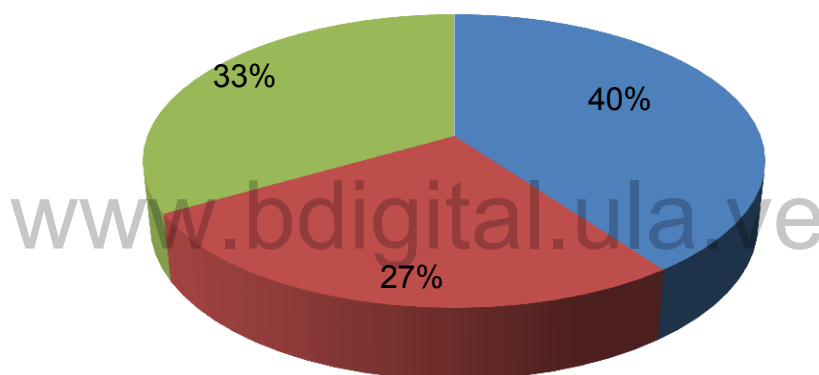


Figura 23. Resultados en porcentajes obtenidos de Credibilidad

Los resultados presentados en la tabla 23 y figura 23, acerca si el talento humano posee la credibilidad indispensable para ofrecer un buen servicio, un 40% de los informantes expresó siempre, por otro lado con un 27% apuntó en ocasiones poseen credibilidad y 33% jamás poseen credibilidad al ofrecer el servicio. Es importante que el usuario crea en el personal, pero existe una inestabilidad porque otros expresan que no les creen y solo en ocasiones a los demás. Si no hay honestidad, incumpliendo lo prometido, se miente, esto causara molestias a los usuarios, que genera la pérdida de clientes, debido a que el personal forma parte de la imagen de la empresa y por ende si no creen en ello tampoco en la entidad.

Ítem N° 23

Toma en cuenta el talento humano comprender al usuario a fin de brindar un buen servicio.

Tabla N° 24

Comprensión del cliente

<u>Alternativa</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Siempre	3	20%
En ocasiones	8	53%
Nunca	4	27%
<u>Total</u>	<u>15</u>	<u>100%</u>

Nota: Rincón (2016)

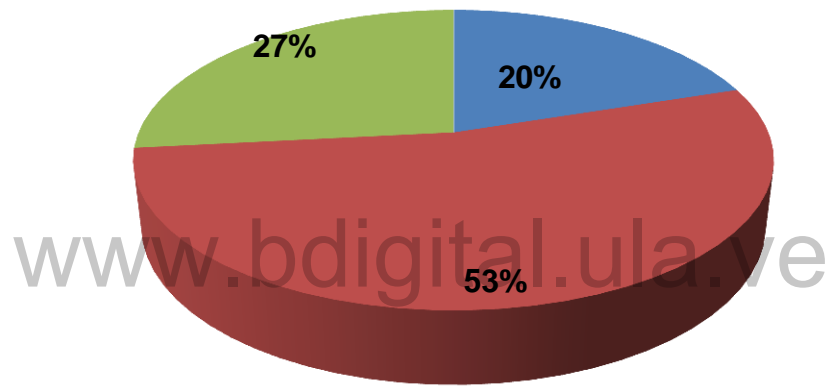


Figura 24. Resultados en porcentajes obtenidos de Comprensión del cliente

Los resultados presentados en la tabla 24 y figura 24, representan la opinión sobre este caso, donde se demuestra un 20% con opción siempre, en cuanto a la opción si el talento humano toma en cuenta comprender al usuario a fin de brindar un buen servicio, un 53% expresa solo en ocasiones comprenden al cliente y un 27% se inclinó por nunca lo comprenden. Si el personal no está atento siempre sobre lo que desea el cliente, cuando y como, mostrando disposición de dar respuestas, soluciones a sus inquietudes, sintiendo empatía por sus requerimientos, por ende, no hay comprensión, generándose insatisfacción sin apreciar la calidad que se debe para ofrecer la atención con un buen servicio.

Ítem N° 24

En el contacto con los usuarios se toman acciones de las fallas que ellos han detectado en el servicio.

Tabla N° 25

Accesibilidad

<u>Alternativa</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Siempre	2	13%
En ocasiones	5	34%
Nunca	8	53%
<u>Total</u>	<u>15</u>	<u>100%</u>

Nota: Rincón (2016)

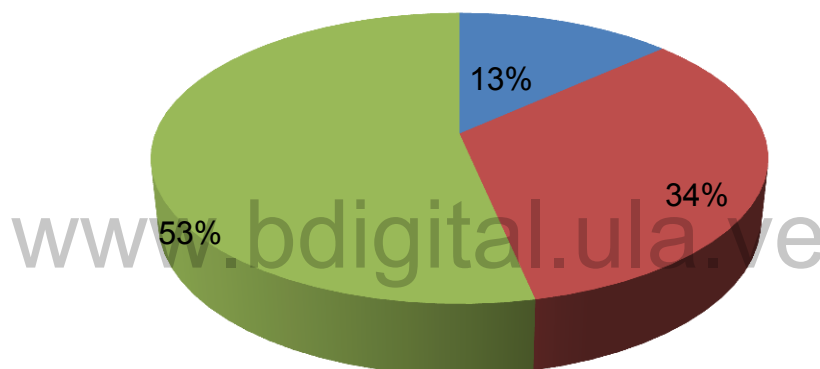


Figura 25. Resultados en porcentajes obtenidos de Accesibilidad

Los resultados presentados en la tabla 25 y figura 25, en relación a este este Ítem, el 13% con la opción siempre, indica que en el contacto con los usuarios se toman acciones de las fallas que ellos han detectado en el servicio, mientras el 34% opinó solo en ocasiones toman las acciones y un 53% se inclinó por la opción nunca toman acciones hacia las fallas que los mismos clientes expresan. Es relevante que no se tomen las medidas para atender las sugerencias que los clientes hacen en base al servicio recibido, debido a que no da cabida a una mejora continua. Por otro lado, se debe reducir la burocracia que exista en cualquier caso para tener una respuesta oportuna y evitar tramites sin sentido que hagan más larga la demora .

Ítem N° 25

Considera usted, se atienden con cortesía los usuarios por parte del personal al ofrecer el servicio.

Tabla N° 26

Cortesía		
<u>Alternativa</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Siempre	4	31%
En ocasiones	8	50%
Nunca	3	19%
Total	15	100%

Nota: Rincón (2016)

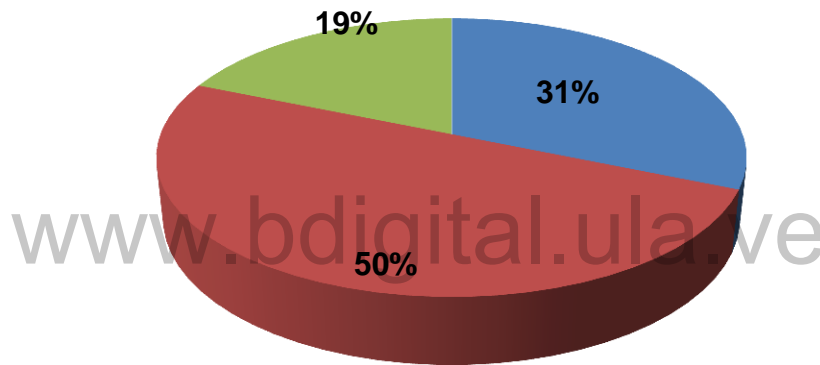


Figura 26. **Resultados en porcentajes obtenidos de Cortesía**

Los resultados presentados en la tabla 27 y figura 27, se solicitó a la muestra, si los usuarios son atendidos con cortesía por parte del talento humano al ofrecer el servicio, ante lo cual el 31% expresó la opción siempre, el 50% se inclinó por la opción solo en ocasiones son atendidos con cortesía y 19% nunca son atendidos. Demostrar solo en ocasiones el respeto, la amabilidad, la simpatía, brindar una excelente atención, no representa lo que a primera vista desea ver el usuario, esto quebranta el lograr ofrecer un buen servicio, para satisfacer a los clientes y que lo divulguen aleja posibles consumidores.

Ítem N° 26

El talento humano al brindar un buen servicio al usuario lo hace con profesionalismo.

Tabla N° 27

Profesionalismo

<u>Alternativa</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Siempre	3	20%
En ocasiones	7	47%
Nunca	5	33%
<u>Total</u>	<u>15</u>	<u>100%</u>

Nota: Rincón (2016)

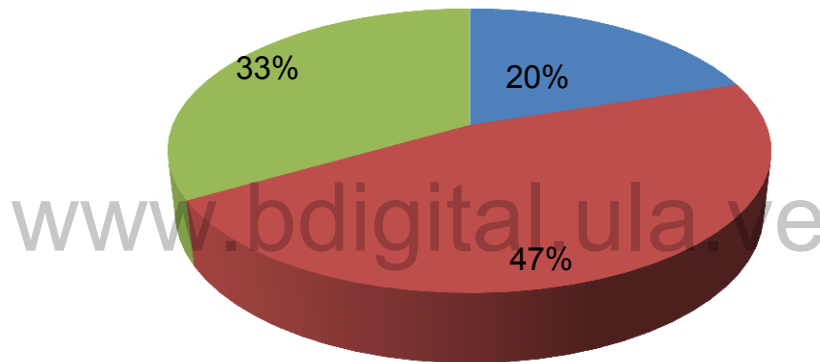


Gráfico 27. Resultados en porcentajes obtenidos de Profesionalismo

Los resultados presentados en la tabla 27 y figura 27, en cuanto a este ítem, se le solicitó a la muestra si el talento humano al ofrecer un buen servicio al usuario lo hace con profesionalismo, lo cual el 20% expresó la opción siempre, y el 33% se inclinó por la opción solo en ocasiones lo hacen con profesionalismo y 47% nunca lo hacen. Es necesario que el personal manifieste siempre y no en ocasiones el nivel de habilidades, conocimientos y destrezas de la ejecución del servicio, el talento humano debe poseer las habilidades mínimas requeridas, colocándolas en práctica enriqueciéndolas cada día para, pero lo más importante es que los usuarios sientan esta capacidad la cual rinde distinción a la organización.

Ítem N° 27

El personal al ofrecer la atención demuestra capacidad de respuesta a las solicitudes, requerimientos o reclamos efectuados por el usuario.

Tabla N° 28

Capacidad de respuesta

<u>Alternativa</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Siempre	2	12%
En ocasiones	5	38%
Nunca	8	50%
<u>Total</u>	<u>15</u>	<u>100%</u>

Nota: Rincón (2016)

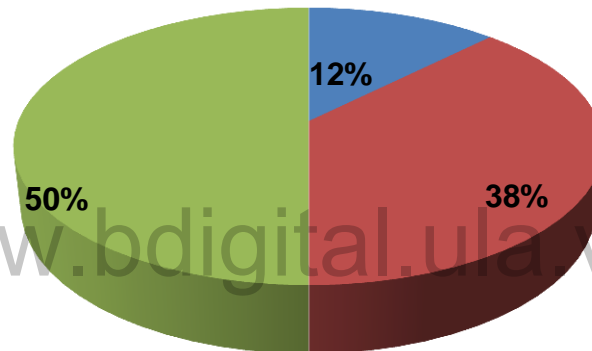


Figura 28. Resultados en porcentajes obtenidos de Capacidad de respuesta

Los resultados presentados en la tabla 28 y figura 28, la proyección de este resultado, indica que el talento humano al ofrecer atención posee capacidad de respuesta a las solicitudes, requerimientos o reclamos al usuario para el buen servicio, ante lo cual el 12% expresó la opción siempre, y el 38% poseen se inclinó por la opción solo en ocasiones demuestran y 50% nunca demuestran capacidad de respuesta. Para que exista la calidad total, todo el personal debe tener siempre la disposición de ayudar a otros clientes, con un servicio rápido y oportuno. Los clientes no tienen por qué insistir para ser atendidos, ni para que sus dificultades sean solucionados, volver tantas veces en búsquedas de respuestas, causa molestias, debilidad acentuada en el ítem.

Análisis general ante los resultados obtenidos

Seguidamente, se muestran los resultados más relevantes de la investigación, atendiendo a su propósito central y, en un todo de acuerdo con los objetivos específicos:

En líneas generales, con base a la información suministrada por el talento humano que labora en la organización objeto de estudio Seguros Horizonte, Sociedad Anónima Agencia El Vigía, se evidencia que no se encuentran definidas políticas en los procesos de gestión de calidad, a fin de establecer una mejora continua en cada una de ellos. Existen debilidades en las competencias del talento humano y ambiente laboral, la mayoría del personal carece de las capacidades y destrezas necesarias para llevar a cabo procesos de gestión de calidad.

Seguidamente, la empresa no lleva a cabo una coordinación de actividades orientadas a la calidad, las cuales generan reclamos, incomodidades e insatisfacción por parte de los usuarios. La empresa carece de un sistema de medición y mejora, que recopile información para medir si el producto o servicio satisface al usuario, presenta debilidad en la inspección de control de calidad para el producto o servicio que se ofrece, debido a que no se examina de cerca o de manera detallada el trabajo que se realiza. Se encuentra casi en paralelo los resultados, entre si la empresa toman acciones y no, en base al control de calidad, para proporcionar confianza en el producto o servicio, ausencia en la unificación de criterios.

Adicionalmente, la empresa no toma las medidas o dediciones estrategias en base al control de calidad. para lograr competitividad de productos y servicios, originando que existan molestias en los usuarios, adicionalmente, no se cumplen con los estándares necesarios para activar procesos de calidad.

Por otra parte, es muy importante que el talento humano de la empresa tome en consideración la importancia que tiene la calidad total, incremento de la producción que se transformaría en ganancias, eficiencia para el logro de la calidad total, permanencia en el mercado con competitividad y la satisfacción del cliente. Se evidencia que no existe apoyo de la alta administración, tampoco hay compromiso por parte de ellos, por lo que existe dificultad en el logro de la calidad total en la empresa, no se podrían llevar a cabo los procesos que se requieren para el alcance del nivel de calidad y satisfacción esperado. Asimismo, se observa ausencia de trabajo en equipo y por ende de trabajo cooperativo, sin el compromiso existe por no decir nula, participación ni integración del concepto de calidad. Debe existir permanencia en la identificación de situaciones en la organización, en tomar siempre medidas preventivas y se efectúa solo en ocasiones, a fin de minimizar errores y buscar soluciones oportunas. La calidad va de la mano con la mejora continua, es decir, la empresa ofrece solo en ocasiones capacitación al talento humano en materia de calidad, ese no sería el camino para lograrlo. La empresa, no posee sistema de recompensa y reconocimiento general hacia el personal, a fin de incentivar el logro de objetivos.

En otro aspecto, se demuestra que existe inconsistencia en las habilidades técnicas, capacidades o conocimientos y en el uso de herramientas tecnológicas, a fin que la prestación de servicio sea con calidad. Existe debilidad el talento humano en las habilidades personales en la prestación del servicio, debido a que solo en ocasiones la colocan en práctica eficiente, debe ser de manera continua esta capacidad, y mantener un buen intercambio de información con los usuarios.

En este sentido, existe una debilidad hacia el liderazgo, al considerar que solo en ocasiones se maneja en la prestación del servicio, no hay un enfoque preciso. La comunicación se práctica de manera efectiva solo a

veces en la prestación del servicio, herramienta que permite lograr las metas deseadas, de igual manera la motivación se manifiesta solo en ocasiones en la prestación del servicio, los usuarios esperan recibir respuestas a sus necesidades y la satisfacción de obtenerlos, pero si se da de vez en cuando, sin un equilibrio. Cabe resaltar, hay ausencia de eficiencia en la prestación del servicio con calidad, uno de los puntos más importantes para la permanencia de la empresa será corto e infructuoso, hay una ausencia de la calidad que se ofrece a los usuarios, debiendo sustentarse en políticas. Por ende, el talento humano al prestar el servicio tampoco obtiene la satisfacción del usuario, se evidencia debilidad del desempeño del personal la cual es percibida por los usuarios, sin alcanzar las expectativas del cliente, que queda insatisfecho, Un aspecto importante en el camino hacia la adopción de la calidad total en la organización.

Adicionalmente, se demuestra que existe ausencia de tener estabilidad en darle seguridad al usuario al ofrecer la atención, a fin de cubrir sus inquietudes, dudas, afectando el buen servicio, y alejando la satisfacción del usuario. Es importante que el usuario crea en el personal, pero existe una inestabilidad, porque otros expresan que no les creen, y solo en ocasiones si a los demás acerca si el talento humano posee la credibilidad indispensable para ofrecer un buen servicio, sin honestidad incumpliendo con lo prometido, se miente, esto causara molestias a los usuarios, perdiendo clientes. Sólo en ocasiones, el talento humano toma en cuenta comprender al usuario a fin de brindar un buen servicio, si el personal no está atento siempre sobre lo que desea el cliente, cuando y como, mostrando disposición de dar respuestas, soluciones a sus inquietudes, sintiendo empatía por sus requerimientos, sin comprensión, generándose insatisfacción sin apreciar la calidad que se debe para ofrecer la atención con un buen servicio. Es relevante que no se omitan las medidas para atender las sugerencias que los clientes hacen en base al servicio recibido, debido a que hay un vacío a una mejora continua, a su vez,

se debe reducir la burocracia que exista en cualquier caso para tener unas respuestas oportunas. Los encuestados indican que solo en ocasiones se demuestra el respeto, la amabilidad, la simpatía, brindar una excelente atención. Es necesario que el personal manifieste siempre, sin intermitencia el nivel de habilidades, conocimientos y destrezas de la ejecución del servicio, es decir, profesionalismo, colocándolas en práctica enriqueciéndolas cada día para los usuarios sientan su ejecución. Se evidencia, que no hay capacidad de respuesta por parte del talento humano, hacia las solicitudes, requerimientos o reclamos que realiza el usuario para el buen servicio.

www.bdigital.ula.ve

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En esta parte de la investigación se reflejan, las conclusiones a las que arriba la autora en un todo de acuerdo con los objetivos del estudio, así mismo, se expresan las recomendaciones necesarias y pertinentes, en función de Determinar la calidad total para la atención al usuario de Seguros Horizonte, Sociedad Anónima Agencia El Vigía, tal como a continuación se presentan:

Conclusiones

Para abordar las conclusiones de la presente investigación fue necesario considerar todo el talento humano de Seguros Horizonte, Sociedad Anónima Agencia El Vigía para obtener la información y percepciones acerca del problema. Se despliegan las conclusiones de acuerdo a los objetivos planteados en la investigación:

En primer lugar, la autora arriba a la consideración concluyente, que se diagnosticó el proceso de gestión y control de calidad empleado en la empresa, determinándose que la misma, no tienen políticas definidas, existen debilidades en las competencias en el talento humano y ambiente laboral, sin llevar a cabo una coordinación de actividades orientadas a la calidad, tampoco cuenta con un sistema de medición, análisis y mejora, por lo que inspección de control de calidad para el producto o servicio que se ofrece pasa desapercibida, por ende hay ausencia en la toma de decisiones estratégicas.

En segundo lugar, se identificó los factores que utiliza la empresa para el logro de la calidad total y posterior del análisis de los resultados, se llegó a la terminación, que realmente en base a los factores mencionados, la organización tiene a su favor solo uno de manera completa, que es lo que contribuye a la calidad total, debido a que el talento humano tome en consideración que la rentabilidad económica está relacionada con la calidad total.

En tercer lugar, se definió la calidad de prestación de servicio empleado en la organización de la siguiente manera: existe inconsistencia en habilidades técnicas y en el uso de herramientas tecnológicas, en las habilidades interpersonales, en el liderazgo, la comunicación, la motivación por parte del talento humano, adicionalmente, no hay eficiencia en la prestación del servicio al cliente, siendo este uno de los puntos importantes para el logro de la calidad total.

En último lugar, se estableció los componentes del buen servicio para la atención a los usuarios en la empresa, lo que arrojo después de los resultados las condiciones en las que se encuentran, lo que se detalla: no hay seguridad por parte del talento humano para ofrecer un buen servicio, existe inestabilidad en la credibilidad que emite el personal, la comprensión del cliente es solo en ocasiones, no hay accesibilidad de los usuarios para obtener los servicios por otras vías, no se tomen las medidas para atender las sugerencias que los clientes hacen en base al servicio recibido, se demuestra solo en ocasiones la cortesía, el profesionalismo se manifiesta solo en ocasiones y no hay capacidad de respuesta hacia las solicitudes, requerimientos o reclamos al usuario para el buen servicio.

Recomendaciones

A los fines de precisar aspectos necesarios que deben ser corregidos, y dándole respuesta a los objetivos planteados por el estudio referido en cuanto a determinar la calidad total en atención al usuario de Seguros Horizonte, Sociedad Anónima Agencia El Vigía, es imprescindible elaborar un conjunto de sugerencias que van orientadas en la dirección de mejorar la situación allí presentada.

Atendiendo a las conclusiones obtenidas por la autora, se sugiere la creación, a su vez actualización de políticas definidas en relación a los procesos de gestión y control de calidad. Reforzamiento de las competencias del talento humano evaluando a fondo el origen de las debilidades que existen en el ambiente laboral. Ejecutando acciones orientadas en el marco de la calidad. Creación y colocando en práctica un sistema de medición, análisis y mejora en base a la gestión y control de calidad. Implementando actividades de inspección de control de calidad para el producto o servicio que se ofrece. Se tomaran decisiones estratégicas en base a la calidad, con el fin de incrementar la eficiencia de entrega de productos y servicios con el motivo de lograr la satisfacción esperada por todos los involucrados.

Se recomienda, Integración, promoción y mejora de los factores indispensables para el logro de la calidad total como: el compromiso de la alta administración, el trabajo en equipo, la corrección de problemas, capacitación y educación, recompensa y reconocimiento, a fin alcanzar la calidad total a través de la mejora continua en las actividades diarias, para ser competitivos, estando a la vanguardia con los conocimientos necesarios.

Se sugiere, fortalecimiento de las habilidades técnicas y uso de herramientas tecnológicas, las habilidades interpersonales, el liderazgo, la

comunicación, la motivación, la eficiencia en la prestación del servicio, a fin de definir la calidad de prestación del servicio, mejorando la imagen de la empresa, la percepción de los usuarios en relación al servicio y preparando a la organización a los retos de los nuevos consumidores.

Se exhorta al establecimiento en la organización de componentes del buen servicio como la seguridad, accesibilidad, capacidad de respuesta y reforzar para una mejora continua la credibilidad, comprensión al cliente, cortesía y profesionalismo, a fin de generar un excelente servicio para la atención a los usuarios desde una visión hacia la calidad total con permanencia en el mercado.

www.bdigital.ula.ve

REFERENCIAS

- Arias F. (2006). El Proyecto de Investigación. Guía para su Elaboración. (7ª Ed.). Caracas: Episteme.
- Arocena, F. (2009). La Calidad de Servicio. Tomo III. Santa Fé de Bogotá: Mc Graw-Hill.
- Balestrini, M. (2007). Cómo se Elabora el Proyecto de Investigación. Caracas: BL Consultores Asociados. Servicio Editorial.
- Bembibre, C. (2012). Definición de Prestación. [Documento en línea]. Disponible: <https://www.definicionabc.com/general/prestacion.php>. (Consulta: Junio, 9).
- Berry, D. (2014). El Servicio Centrado en el Cliente (1ª ed.). Madrid: Díaz de Santos.
- Briones, M. (2002). Métodos y Técnicas de Investigación para las Ciencias Sociales. México: Trillas.
- Cantú, H. (2006). Desarrollo de una Cultura de Calidad. (2ª ed.). México: Mc Graw-Hill.
- Chandezon, G. (1999). Hacia la Calidad Total. Barcelona: Ediciones Granica, S.A.
- Clegg, B. (2000). Motivación al Instante. México: Ediciones Granica México, S.A. de C.V.
- Chiavenato, I. (2004). Introducción a la Teoría General de la Administración. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana.
- Código de Ética para Empleados de Seguros Horizonte, C.A. Unidad de Prevención y Control de Legitimación de Capitales y F/T. Caracas. Julio 13, 2011.
- Colbys, F. (2009). La Adaptación al Cambio en las Organizaciones Modernas: Metodología de la Identificación Institucional. México: Ediciones Pili.
- Colmenares, M. (2014) "Estrategias para optimizar el servicio de atención al cliente del Banco Bicentenario Banco Universal, C.A., agencia La Fría. Presentado como requisito Parcial para optar al título de Magister

Scientiarium en Administración de Negocios, en la Universidad Nacional Abierta en la ciudad de San Cristóbal Estado Táchira.

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 5.908, (Extraordinario), febrero 15, 2009.

Dalton, M. Hoyle, D. y Watts, M. (2007). Relaciones Humanas. México: International Thomson Editores, S.A. de C.V.

Deming, W.(1986). Más Allá de la Crisis. (6ª ed.). Barcelona: Prentice Hall Interamericana.

Evans, J. y Lindsay, W. (2008). Administración y control de calidad. (7ª ed.). México: Centage Learning Editores, S.A. de C.V.

Fred, D. (2008). Conceptos de Administración Estratégica. (10ª ed.). Pearson Educación: México.

Fitzgerald, J (2014). Modelo para el Control de Gestión. México: Prentice-Hall Hispanoamericana.

Fondonorma (2001). Norma Venezolana. ISO 9000:2000. Sistema de Gestión de la Calidad. Fundamentos y vocabulario.

Fondonorma (2014). Normas ISO: 9001. Sistemas de Gestión de la Calidad Directrices para la Mejora del Desempeño.

Fontalvo, T. y Vergara J. (2010). La Gestión de la Calidad en los Servicios. España: Eumed.

Gelves, K. (2017). Calidad en el servicio para la optimización de la atención al cliente. Contexto: Bancaribe, C.A., Agencia El Vigía. Trabajo especial de grado para optar al título de Licenciada en Administración mención Mercadeo en la Universidad Nacional Experimental "Simón Rodríguez". Mérida.

Gil, L. (2008) Sistemas y Tecnologías de la Información para la Gestión. Barcelona: Mc. Graw Hill.

Gutiérrez, H. (2011). Calidad Total y Productividad. (1ª ed.). México: McGraw-Hill Interamericana Editores.

Gutiérrez, M. (2004). Administrar para la Calidad. Conceptos Administrativos del control total de calidad. (2ª ed.). México: Editorial Limusa, S.A. de

C.V.

https://www.umc.edu.ve/pdf/calidad/normasISO/Norma_ISO_9000_2005.pdf.
Harrington, I. (2012). Como incrementar la calidad productiva. Madrid: ESIC.

Hernández, R. Fernández C. y Baptista P. (2006). Metodología de Investigación. (2ª Ed.) México: Mc Graw Hill Interamericana.

Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P., (2012). Metodología de la Investigación. Extraído el 01 de febrero 2017, disponible en: <https://www.Metodologia de la investigacion, 5ta Edicion Sampieri.pdf>

Horovitz, J. (2001). La Calidad del Servicio a la Conquista del Cliente. Buenos Aires: Mc Graw Hill.

Ishikawa, K. (1997). ¿Qué es el Control Total de Calidad? Colombia: Ediciones Versalles.

ISO 9000 (2000). Sistema de Gestión de la Calidad. Fundamentos y Vocabulario. ISO 9000. Ginebra.

ISO 9000 (2005). Sistemas de Gestión de Calidad. Fundamentos y vocabulario. ISO 9000. México.

ISO 9000 (2008). Sistemas de Gestión de Calidad. Requisitos. ISO 2008. Ginebra.

Kotler, P. (2001). Dirección de Marketing. México: Prentice Hall, S.A. Hispanoamericana, S.A. Edición del milenio.

Lefcovich, M. (2005). Los 30 factores claves para lograr la calidad total en la empresa. [Documento en línea]. Disponible: <https://www.gestipolis.com/los-30-factores-claves-para-lograr-la-calidad-total-en-la-empresa/>. (Consulta: 2017, Junio 3).

Ley Orgánica del Sistema Venezolano para la Calidad. (2002). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 37.555, Octubre 23, 2002.

Ley de la Actividad Aseguradora. (2016). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 6.220 (Extraordinario), Marzo 15, 2016.

López, C. (2001). Los 10 componentes básicos del buen servicio. [Documento en línea]. Disponible: <https://www.gestipolis.com/10-componentes-basicos-buen-servicio/> (Consulta: 2017, Junio 7).

Manual de Atención al Usuario y Usuaría Seguros Horizonte, S.A. Caracas.
Junio 13, 2013.

Manual de Trabajos de Grado, de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales. (2012). (4ªed.). Caracas: Editorial Fedeupel.

Mejías, K. (2015). Impacto de la Calidad del Servicio y la Gestión de las relaciones con el cliente sobre el abandono de la clientela en empresas de telefonía. Trabajo especial de grado para optar al título de Magister en Gerencia de Sistemas en la Universidad Metropolitana. Caracas.

Méndez, L. (2002). Bases Epistemológicas de la Investigación. Madrid: Ediciones Mundial.

Murillo, S. (2004). Relaciones Humanas. (2ª ed.). México: Editorial Limusa, S.A. DE C.V.

Normas para la Elaboración, Presentación y Evaluación de los Trabajos Especiales de Grado. (2001).Caracas. Venezuela.

Novelo, S. (2002). El mito de la ISO 9000:2000.¿Es esta norma un sistema de calidad total? México: Panorama Editorial, S.A. de C.V.

Pavlik, H. (2000). La Investigación en las Ciencias Administrativas. (1ª Ed.). México: Grupo Iberoamericana.

Parella, S. y Martins, F. (2006). Metodología de la Investigación Cuantitativa. (2ª ed.). Caracas: Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador.

Palomo, M. (2014). Atención al Cliente. España: Ediciones Paraninfo, S.A.

Petric, J y FURR, D.(2003). Calidad Total en la Dirección de Recursos Humanos. Barcelona: Ediciones Gestión 2000, S.A.

Pujol, B. (1999). Diccionario de Marketing. España: Ediciones Cultural, S.A.

Real Academia de la Lengua (2000). Diccionario. Barcelona: Nuevo Mundo.

Rodríguez, L. (2009). Gestión del Conocimiento y Competencias Laborales. México: Trillas.

Roncalli, M. (2011). La Calidad Total en Organizaciones y Entornos Complejos: Análisis en una Aerolínea de Bandera. Tesis Doctoral presentada para optar al título de Doctor en Ciencias Contables y Organización Empresarial en la Universidad Autónoma de Madrid.

- Rosander, C. (2012). La búsqueda en la calidad de los servicios. Bogotá: Díaz de Santos.
- Seguros Horizonte. (s.f.). [Página Web en línea]. Disponible: <http://www.seguroshorizonte.com/> [Consulta: 2016, Septiembre 08]
- Serna, P. (2006). Del servicio al cliente a la gestión de clientes. En Servicio al cliente (pp.29-39). Colombia: Panamericana editorial Ltda.
- Solórzano, G. y Aceves, J. (2013). Importancia de la calidad en el servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas. Revista digital El Buzón de Pacioli, número 82, año XIII. Sonora, México. Disponible: <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli>
- Stonner, y Spences, L. (2006). Administración y Gestión de Recursos Humanos. (6ª ed.) México: Prentice – Hall Hispanoamericana S.A.
- Tamayo y T. (2000). Proceso de la Investigación, Manual de Proyecto. (3ª ed.) México: Editorial Limusa.
- Torres, Z. (2014). Administración Estratégica. México: Grupo Editorial Patria, S.A. De C.V.
- Tracy, B. (2015). Liderazgo. La Biblioteca del Éxito. Estados Unidos de América: Grupo Nelson.
- Udaondo, M. (1992). Gestión de Calidad. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- Urbano, P. (2012). Propuesta de un Modelo Basado en la Planificación Estratégica para Mejorar la Competitividad del Capital Humano Mediante la Formación y Capacitación en C.V.G. Proforca, ubicada en el Sur del Estado Monagas. Trabajo presentado en la Universidad Bicentenario de Aragua para optar por el título de Licenciado en Administración de Empresas.
- Véliz, A. (2011). Proyectos comunitarios e investigación cuantitativa. Caracas: Editorial Texto.

ANEXOS
www.bdigital.ula.ve

ANEXO "A"

CUESTIONARIO

El cuestionario que a continuación le presentamos, tiene como finalidad recopilar la información necesaria para realizar la investigación orientada a Fomentar la calidad total para la atención al usuario en Seguros Horizonte Sociedad Anónima Agencia El Vigía.

Es importante destacar que los cuestionarios son completamente anónimos, razón por la cual toda la información por usted suministrada gozará de estricta confidencialidad; de antemano agradezco la disposición de su valioso tiempo, apoyo y colaboración.

Instrucciones:

- Lea cuidadosamente y marque con una equis (x) la respuesta que considere correcta marcando solo una opción de las tres categorías que se presentan.

www.bdigital.ula.ve

Ítem N° 01

En la empresa la responsabilidad de dirección define políticas en los procesos de gestión de calidad.

(1) Siempre ____ (2) En Ocasiones ____ (3) Nunca ____

Ítem N° 02

Cree usted, se desenvuelve el talento humano con capacidad y en el ambiente de trabajo favorable para una gestión de calidad.

1) Siempre ____ (2) En Ocasiones ____ (3) Nunca ____

Ítem N° 03

En la organización se aplica una gestión de calidad para hacer entrega del producto al usuario.

1) Siempre ____ (2) En Ocasiones ____ (3) Nunca ____

Ítem N° 04

En la gestión de calidad utilizan métodos que recopile información para medir el producto y servicio que satisfaga al usuario.

1) Siempre ____ (2) En Ocasiones ____ (3) Nunca ____

Ítem N° 05

La empresa realiza la inspección y control de calidad para el producto y servicio que se ofrece.

1) Siempre ____ (2) En Ocasiones ____ (3) Nunca ____

Ítem N° 06

Se toman acciones necesarias en el control de calidad que proporcionen confianza en el producto.

1) Siempre ____ (2) En Ocasiones ____ (3) Nunca ____

Ítem N° 07

La administración toma decisiones estratégicas alcanzando la competitividad de sus productos y servicios a través del control de calidad.

1) Siempre ____ (2) En Ocasiones ____ (3) Nunca ____

Ítem N° 08

La alta administración de la empresa se compromete para logra la calidad.

1) Siempre ____ (2) En Ocasiones ____ (3) Nunca ____

Ítem N° 09

El talento humano se integra con facilidad para realizar trabajo en equipo y alcanzar .objetivos.

1) Siempre ____ (2) En Ocasiones ____ (3) Nunca ____

Ítem N° 10

Son tomadas en consideración medidas preventivas a fin de minimizar errores y corregir a tiempo los problemas.

1) Siempre____ (2) En Ocasiones____ (3) Nunca____

Ítem N° 11

La empresa ofrece oportunidades de capacitación y desarrollo personal que involucren la calidad.

1) Siempre____ (2) En Ocasiones____ (3) Nunca____

Ítem N° 12

Utiliza la organización sistemas de recompensa y reconocimiento por logros alcanzados de manera global.

1) Siempre____ (2) En Ocasiones____ (3) Nunca____

Ítem N° 13

Según su criterio, el crecimiento de la empresa se relaciona con la calidad total.

1) Siempre____ (2) En Ocasiones____ (3) Nunca____

Ítem N° 14

El talento humano utiliza habilidades técnicas necesarias para la prestación del servicio con calidad.

1) Siempre____ (2) En Ocasiones____ (3) Nunca____

Ítem N° 15

El personal maneja de manera eficiente el intercambio de información al prestar el servicio.

1) Siempre____ (2) En Ocasiones____ (3) Nunca____

Ítem N° 16

Demuestra liderazgo el talento humano ante la prestación del servicio.

1) Siempre ____ (2) En Ocasiones ____ (3) Nunca ____

Ítem N° 17

El talento humano utiliza una comunicación efectiva al momento de prestar el servicio.

1) Siempre ____ (2) En Ocasiones ____ (3) Nunca ____

Ítem N° 18

Se encuentra el talento humano con la motivación necesaria para la prestación del servicio con calidad.

1) Siempre ____ (2) En Ocasiones ____ (3) Nunca ____

Ítem N° 19

El talento humano ejecuta con eficiencia la prestación del servicio con calidad.

1) Siempre ____ (2) En Ocasiones ____ (3) Nunca ____

Ítem N° 20

El personal al prestar el servicio obtiene la satisfacción del usuario.

1) Siempre ____ (2) En Ocasiones ____ (3) Nunca ____

Ítem N° 21

Al ofrecer la atención el talento humano genera seguridad al usuario.

1) Siempre ____ (2) En Ocasiones ____ (3) Nunca ____

Ítem N° 22

Cree usted, el personal transmite la credibilidad indispensable para ofrecer un buen servicio.

1) Siempre ____ (2) En Ocasiones ____ (3) Nunca ____

Ítem N° 23

Toma en cuenta el talento humano comprender al usuario a fin de brindar un buen servicio.

1) Siempre____ (2) En Ocasiones____ (3) Nunca____

Ítem N° 24

En el contacto con los usuarios se toman acciones de las fallas que ellos han detectado en el servicio.

1) Siempre____ (2) En Ocasiones____ (3) Nunca____

Ítem N° 25

Considera usted, se atienden con cortesía los usuarios por parte del personal al ofrecer el servicio.

1) Siempre____ (2) En Ocasiones____ (3) Nunca____

Ítem N° 26

El talento humano al brindar un buen servicio al usuario lo hace con profesionalismo.

1) Siempre____ (2) En Ocasiones____ (3) Nunca____

Ítem N° 27

El personal al ofrecer la atención demuestra capacidad de respuesta a las solicitudes, requerimientos o reclamos efectuados por el usuario.

1) Siempre____ (2) En Ocasiones____ (3) Nunca____

ANEXO “B”

FORMATOS PARA LA VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS VALIDACION DE EXPERTOS

Bueno = B Regular = R Deficiente = D

PREGUNTAS / ÍTEMS	PERTINENCIA			REDACCIÓN			ADECUACIÓN		
	B	R	D	B	R	D	B	R	D
1. En la empresa la responsabilidad de dirección define políticas en los procesos de gestión de calidad.									
2. Cree usted, se desenvuelve el talento humano con capacidad y en el ambiente de trabajo favorable para una gestión de calidad.									
3. En la organización se aplica una gestión de calidad para hacer entrega del producto al usuario.									
4. En la gestión de calidad utilizan métodos que recopile información para medir el producto y servicio que satisfaga al usuario.									
5. La empresa realiza la inspección y control de calidad para el producto y servicio que se ofrece.									
6. Se toman acciones necesarias en el control de calidad que proporcionen confianza en el producto.									
7. La administración toma decisiones estratégicas alcanzando la competitividad de sus productos y servicios a través del control de calidad.									
8. La alta administración de la empresa se compromete para logra la calidad.									

9. El talento humano se integra con facilidad para realizar trabajo en equipo y alcanzar objetivos.									
10. Son tomadas en consideración medidas preventivas a fin de minimizar errores y corregir a tiempo los problemas.									
11. La empresa ofrece oportunidades de capacitación y desarrollo personal que involucren la calidad.									
12. Utiliza la organización sistemas de recompensa y reconocimiento por logros alcanzados de manera global.									
13. Según su criterio, el crecimiento de la empresa se relaciona con la calidad total.									
14. El talento humano utiliza habilidades técnicas necesarias para la prestación del servicio con calidad.									
15. El personal maneja de manera eficiente el intercambio de información al prestar el servicio.									
16. Demuestra liderazgo el talento humano ante la prestación del servicio.									
17. El talento humano utiliza una comunicación efectiva al momento de prestar el servicio.									
18. Se encuentra el talento humano con la motivación necesaria para la prestación del servicio con calidad.									
19. El talento humano ejecuta con eficiencia la prestación del servicio con calidad.									

20. El personal al prestar el servicio obtiene la satisfacción del usuario.									
21. Al ofrecer la atención el talento humano genera seguridad al usuario.									
22. Cree usted, el personal transmite la credibilidad indispensable para ofrecer un buen servicio.									
23. Toma en cuenta el talento humano comprender al usuario a fin de brindar un buen servicio.									
24. En el contacto con los usuarios se toman acciones de la fallas que ellos han detectado en el servicio.									
25. Considera usted, se atienden con cortesía los usuarios por parte del personal al ofrecer el servicio.									
26. El talento humano al brindar un buen servicio al usuario lo hace con profesionalismo.									
27. El personal al ofrecer la atención demuestra capacidad de respuesta a las solicitudes, requerimientos o reclamos efectuados por el usuario.									
Observaciones y/o sugerencias									

Nombres y Apellidos: _____ Cédula: _____

Nivel Académico: _____

Cargo: _____

Fecha: _____ Hora: _____ Firma: _____

ANEXO "C"

COEFICIENTE DE PROPORCIÓN DE RANGO

Evaluación de los Jueces						
Jueces Nº. Ítems	J1	J2	J3	Σr_i	$\frac{\Sigma r_i}{N_r}$	$\frac{\Sigma r_i}{nr}$ Nº Jueces
1	3	3	3	9	3	1
2	3	3	3	9	3	1
3	3	3	3	9	3	1
4	3	3	3	9	3	1
5	3	3	3	9	3	1
6	3	3	3	9	3	1
7	3	3	3	9	3	1
8	3	3	3	9	3	1
9	3	3	3	9	3	1
10	3	3	3	9	3	1
11	3	3	3	9	3	1
12	3	3	3	9	3	1
13	3	3	3	9	3	1
14	3	3	3	9	3	1
15	3	3	3	9	3	1
16	3	3	3	9	3	1
17	3	3	3	9	3	1
18	3	3	3	9	3	1
19	3	3	3	9	3	1
20	3	3	3	9	3	1
21	3	3	3	9	3	1
22	3	3	3	9	3	1
23	3	3	3	9	3	1
24	3	3	3	9	3	1
25	3	3	3	9	3	1
26	3	3	3	9	3	1
27	3	3	3	9	3	1
						27

CPR= $\frac{(\Sigma r_i/nr)/J_i - P_e}{n}$

n

CPR= $\frac{27}{27} - 0,037$

CPR= $1 - 0,037 = 0,963 =$

CPR= 0,96

27

ANEXO "D"

COEFICIENTE DE ALFA CRONBACH

Índice de Cronbach aplicado a la prueba																
Sujetos																
Ítem	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Varp
1	1	2	3	3	1	3	2	3	1	3	3	3	3	3	3	0,65
2	1	2	1	3	1	3	2	3	1	2	3	1	2	3	3	0,38
3	1	2	1	3	1	3	2	3	1	2	3	1	2	3	3	0,73
4	2	3	1	3	3	3	2	3	1	2	3	1	2	3	3	0,62
5	2	3	1	3	1	3	3	3	1	2	3	1	3	1	3	0,83
6	2	3	1	3	1	3	3	3	1	3	3	1	2	1	1	0,86
7	1	3	1	3	1	3	3	3	1	2	1	1	3	1	1	0,92
8	1	2	1	3	1	3	3	3	1	2	3	3	3	3	3	0,76
9	2	3	1	1	1	3	3	3	1	3	3	3	3	1	3	0,86
10	1	2	3	1	1	2	2	3	1	2	3	3	2	1	1	0,65
11	1	2	1	2	2	2	2	3	1	2	3	2	2	3	3	0,46
12	1	2	1	3	1	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	0,62
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0,25
14	1	2	1	2	1	2	2	3	1	2	2	2	2	2	3	0,38
15	1	2	2	3	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	0,35
16	1	2	1	2	1	2	2	3	1	2	2	2	2	1	3	0,43
17	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	3	0,36
18	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	0,25
19	1	2	1	3	1	2	3	3	3	2	3	3	1	3	3	0,73
20	1	3	2	3	1	3	2	3	1	3	3	1	3	2	3	0,73
21	1	2	1	2	1	2	2	3	1	2	2	1	1	3	3	0,56
22	1	3	2	3	1	1	2	2	1	2	3	1	3	1	3	0,73
23	1	2	2	3	1	2	2	3	1	2	2	2	3	2	3	0,46
24	1	2	3	3	1	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	0,51
25	2	2	2	3	2	1	2	2	1	2	3	1	3	1	1	0,52
25	1	2	3	1	2	3	2	2	1	2	3	2	3	2	3	0,52
27	2	3	3	1	2	3	2	3	1	2	3	2	3	2	3	0,49
																14,74
S	34	61	44	65	34	63	60	73	34	58	70	51	63	54	70	130,64

$$\alpha = \frac{27}{27-1} \left(1 - \frac{14,74}{130,64} \right)$$

$$\alpha = \frac{27}{26} (1 - 0,11)$$

$$\alpha = 1,038461538 (0,89)$$

$$\alpha = 0,92$$