



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
LICENCIATURA EN SECRETARIADO GERENCIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la Obtención del Título de:

LICENCIADA EN SECRETARIADO GERENCIAL

TEMA

“PROPUESTA DE ESTRATEGIAS PARA GENERAR EFICIENCIA EN EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PROVINCIAL DE PASTAZA. PERÍODO 2015”

AUTORA

PAOLA KATHERINE GUAMÁN FUENTES

PUYO - ECUADOR

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certifico que la Tesis titulada Propuesta de Estrategias para Generar Eficiencia en el Servicio de Atención al Cliente en el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza. Período 2015, ha sido revisado en su totalidad, quedando autorizada su presentación.

Ing. Lilian Patricia Cáceres Ruiz
DIRECTOR DE TESIS

Ing. Diego Marcelo Almeida López
MIEMBRO DE TRIBUNAL

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD

Las ideas, opiniones, comentarios y resultados expuestos en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias son en su totalidad de absoluta responsabilidad de la autora.

Paola Katherine Guamán Fuentes

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi familia, en especial a mis padres quienes siempre me han dado todo el amor, apoyo y cuidado desde el momento en que decidí iniciar con mi formación profesional, me han enseñado a luchar y salir victoriosa ante las adversidades que se presentan en la vida.

A mi hija VYKTORIA PAZ, le dedico este trabajo porque ha sido la fuente de inspiración para salir adelante y alcanzar mi título profesional.

No me alcanzan las palabras para expresar el orgullo y lo bien que me siento por tener una familia tan maravillosa.

A ustedes les dedico este Trabajo de Titulación.

Paola Katherine Guamán Fuentes

AGRADECIMIENTO

A mis padres por darme la vida, su amor, cuidado y dedicación, por ser incondicionales y buen ejemplo a seguir por todo lo que significan para mí, muchas gracias.

A mí compañero de vida por toda su comprensión y apoyo, principalmente por todo el ánimo en los momentos más difíciles de mi vida estudiantil.

A mi amada hija por darle significado a nuestras vidas y ser parte importante en mi hogar.

A mi tutora Ing. Patricia Cáceres por haberme guiado en la elaboración de mi Trabajo de Titulación y permitiendo llegar con éxito a su término.

A mis amigas por todo su Amistad y apoyo a seguir en el camino y no dejarnos vencer,

Mil gracias a todos quienes han formado parte de este trabajo y de mi vida.

Paola Katherine Guamán Fuentes

RESUMEN EJECUTIVO

Este trabajo se fundamenta en el Servicio de atención al cliente que se oferta en el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza. Todos los atributos de servicios que aporte valor, satisfacción y preferencia implican una relación entre la institución y el cliente. Ante este requerimiento la institución ha visto la necesidad de contar con estrategias que permitan desempeñarse eficientemente a los funcionarios en la atención y servicio al cliente. El objetivo general en esta investigación es proponer estrategias para generar eficiencia en el servicio de atención al cliente; lo cual se logrará mediante el diagnóstico de la situación interna y externa de la institución. La metodología empleada para el estudio fue de tipo Descriptiva, Exploratoria y Bibliográfica Documental, los métodos utilizados fueron el Deductivo y el Inductivo, así como las técnicas de investigación aplicadas para la recolección de la información fueron el Test de autoevaluación y la Encuesta a través de sus respectivos cuestionarios. Una vez organizados, clasificados y tabulados los datos, se procedió al análisis e interpretación de los resultados, los cuales permitieron corroborar la existencia de insatisfacción de los clientes en los servicios recibidos por el personal que trabaja en la institución; por tanto se establece la necesidad de proponer estrategias que ayuden a mejorar la eficiencia en la atención al usuario por parte de los funcionarios del GAD Provincial de Pastaza. Se plantea un Plan de Capacitación como estrategia principal a ser considerada por las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza para llevarlo a la práctica y superar las falencias encontradas, otorgando a los funcionarios esta herramienta administrativa para lograr el desempeño esperado.

SUMMARY

ÍNDICE GENERAL

CARATULA	I
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL	ii
CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN EJECUTIVO	vi
SUMMARY	vii
ÍNDICE GENERAL	Viii
ÍNDICE DE CUADROS	Xi
ÍNDICE DE FIGURAS	Xi
ÍNDICE DE TABLAS	Xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	Xiii
ÍNDICE DE ANEXOS	Xiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.2 Formulación del Problema.	3
1.1.3 Delimitación del Problema.	4
1.2 OBJETIVOS	4
1.2.1 Objetivo General.	4
1.2.2 Objetivos Específicos.	4
1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	4
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	6
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	6
2.1.1 Antecedentes Históricos.	6
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	7
2.2.1 Atención al cliente.	7

2.2.2	Principios de la atención al cliente.	7
2.2.3	Servicio al cliente.	8
2.2.3.1	Elementos del servicio al cliente.	8
2.2.4	Tipos de Clientes.	9
2.2.5	Calidad en el servicio.	10
2.2.5.1	Gestión de la calidad del servicio.	11
2.2.5.2	Calidad en la atención al cliente.	11
2.2.6	Dimensiones del producto o servicio.	12
2.2.7	Teoría de Maslow.	12
2.2.8	Tipos de comunicación en atención al cliente.	13
2.2.8.1	El Arte de Escuchar.	14
2.2.9	Conceptos de Estrategia.	15
2.2.9.1	Clases de Estrategias	15
2.2.9.2	Estrategias del Servicio al cliente.	16
2.2.10	Aspectos a considerar en las herramientas del servicio al cliente.	17
2.2.10.1	La conducta: La escucha y las preguntas.	18
2.2.10.2	Actitudes positivas hacia los clientes: Acogida y Despedida	18
2.2.10.3	Cortesía.	19
2.2.10.4	Equidad.	19
2.2.10.5	Comunicación.	19
2.2.10.6	Relaciones Públicas.	20
2.2.10.7	Quejas y Reclamos.	20
2.2.11	Indicadores de la medición del servicio.	20
2.2.12	Indicadores de la Calidad	22
2.2.12.1	La definición de las 3 E y el término calidad.	24
2.3	MARCO CONCEPTUAL	25
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO		27
3.1	HIPÓTESIS	27
3.1.1	Hipótesis General.	27
3.1.2	Hipótesis Específicas.	27
3.2	VARIABLES DE ESTUDIO	27
3.2.1	Variable Independiente.	27

3.2.2	Variable Dependiente.	27
3.2.3	Operacionalización de Variables.	28
3.3	TIPO DE INVESTIGACIÓN	29
3.3.1	Tipo de Estudio de Investigación.	29
3.3.1.1	Investigación Descriptiva.	29
3.3.1.2	Investigación Exploratoria.	29
3.3.1.3	Investigación Bibliográfica-Documental.	29
3.3.2	Métodos, Técnicas e Instrumentos de Investigación.	29
3.3.2.1	Método Deductivo.	30
3.3.2.2	Método Inductivo.	30
3.3.2.3	Técnicas de la Encuesta.	30
3.3.2.4	Test de Autoevaluación	30
3.3.2.5	Instrumentos.	31
3.4	POBLACIÓN Y MUESTRA	31
3.4.1	Población.	31
3.4.2	La Muestra.	31
3.4.2.1	Muestreo del Cliente Interno.	32
3.4.2.2	Muestreo del Cliente Externo.	32
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS		34
4.1	METODOLOGÍA, GUÍA Y/O PROCEDIMIENTO DE IMPLEMENTACIÓN O DE PROPUESTA	34
4.1.1	Análisis de resultados de la encuesta aplicada a los usuarios del servicio	34
4.1.2	Análisis de resultados de la autoevaluación aplicada a los funcionarios	63
4.1.3	Análisis FODA	89
4.2	IMPLEMENTACION DE LA PROPUESTA	91
4.3	VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	109
CONCLUSIONES		112
RECOMENDACIONES		113
BIBLIOGRAFIA		114
NETGRAFÍA		115
ANEXOS		115

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1	Tipos de Clientes	10
Cuadro 2	Tipos de comunicación en atención al cliente	14
Cuadro 3	Clases de Estrategias	16
Cuadro 4	Matríz de Operacionalización de Variables	28
Cuadro 5	Universo a Investigar	31
Cuadro 6	Análisis FODA	90
Cuadro 7	Programa de Capacitación	91
Cuadro 8	Interrelación de Variables	109

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 01	La Pirámide de la Jerarquía de las necesidades de Maslow	13
-----------	--	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01	Contacto con el funcionario que le atiende	35
Tabla 02	La atención que recibe es personalizada	36
Tabla 03	Demuestran amabilidad al momento de brindarle el servicio	37
Tabla 04	Se siente satisfecho por el servicio recibido	38
Tabla 05	Los funcionarios en general entregan una atención de calidad	39
Tabla 06	Comunicación Clara y precisa del funcionario	40
Tabla 07	Información que solicita, satisface sus necesidades	41
Tabla 08	Considera que el funcionario da importancia a sus problemas	42
Tabla 09	Ha visitado la página web de la institución	43
Tabla 10	Se ha comunicado telefónicamente a la institución para solicitar información	44

Tabla 11	Ha sentido un trato diferenciado por parte del funcionario	45
Tabla 12	La capacitación ayuda a mejorar la relación funcionario-cliente	46
Tabla 13	Considera que el funcionario que lo atiende demuestra buena actitud	47
Tabla 14	Cuando usted acude a la institución lo atienden inmediatamente	48
Tabla 15	Considera necesario establecer entrega de turnos para ser atendido	49
Tabla 16	Alguna vez usted ha presentado un reclamo o sugerencia	50
Tabla 17	Reclamos considera se mejorará las deficiencias	51
Tabla 18	Presenta un espacio físico y ambiente agradable	52
Tabla 19	Brinda comodidad el espacio y mobiliario en la sala de espera	53
Tabla 20	Los computadores y tecnología ayudan en el trabajo	54
Tabla 21	La maquinaria solicitada para las obras es de fácil acceso	55
Tabla 22	El uso del uniforme crea un reconocimiento institucional	56
Tabla 23	El orden y aseo en el puesto de trabajo refleja respeto hacia el usuario	57
Tabla 24	Trato del cliente	63
Tabla 25	Acción correctiva y de mejora	64
Tabla 26	Herramientas para almacenar información	65
Tabla 27	Satisfacción en el servicio	66
Tabla 28	Los servicios cubren las necesidades del cliente	67
Tabla 29	Procesos y Estándares de calidad	68
Tabla 30	Manual de procesos a cumplir	69
Tabla 31	Procedimientos y Estándares de calidad	70
Tabla 32	Adecuada comunicación	71
Tabla 33	Comunicación de la filosofía empresarial	72
Tabla 34	Buzón de quejas	73
Tabla 35	Las quejas ayudan a mejorar el desempeño	74
Tabla 36	Las capacitaciones son un factor positivo	75
Tabla 37	Temas recibidos en 2014	76
Tabla 38	Temas de mayor interés en capacitación	77
Tabla 39	Desarrollo de destrezas permite atender satisfactoriamente	78
Tabla 40	Trabajo en equipo	79

Tabla 41	Apoyo departamental consolida la relación entre compañeros	80
Tabla 42	Delegación de responsabilidades	81
Tabla 43	Imagen corporativa institucional	82
Tabla 44	Incentivo al personal para mejorar los procesos	83
Tabla 45	Asistencia y cumplimiento	84

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 01	Contacto con el funcionario que le atiende	35
Gráfico 02	La atención que recibe es personalizada	36
Gráfico 03	Demuestran amabilidad al momento de brindarle el servicio	37
Gráfico 04	Se siente satisfecho por el servicio recibido	38
Gráfico 05	Los funcionarios en general entregan una atención de calidad	39
Gráfico 06	Comunicación Clara y precisa del funcionario	40
Gráfico 07	Información que solicita, satisface sus necesidades	41
Gráfico 08	Considera que el funcionario da importancia a sus problemas	42
Gráfico 09	Ha visitado la página web de la institución	43
Gráfico 10	Se ha comunicado telefónicamente a la institución para solicitar información	44
Gráfico 11	Ha sentido un trato diferenciado por parte del funcionario	45
Gráfico 12	La capacitación ayuda a mejorar la relación funcionario-cliente	46
Gráfico 13	Considera que el funcionario que lo atiende demuestra buena actitud	47
Gráfico 14	Cuándo usted acude a la institución lo atienden inmediatamente	48
Gráfico 15	Considera necesario establecer entrega de turnos para ser atendido	49
Gráfico 16	Alguna vez usted ha presentado un reclamo o sugerencia	50
Gráfico 17	Reclamos considera se mejorará las deficiencias	51
Gráfico 18	Presenta un espacio físico y ambiente agradable	52
Gráfico 19	Brinda comodidad el espacio y mobiliario en la sala de espera	53
Gráfico 20	Los computadores y tecnología ayudan en el trabajo	54

Gráfico 21	La maquinaria solicitada para las obras es de fácil acceso	55
Gráfico 22	El uso del uniforme crea un reconocimiento institucional	56
Gráfico 23	El orden y aseo en el puesto de trabajo refleja respeto hacia el usuario	57
Gráfico 24	Trato del cliente	63
Gráfico 25	Acción correctiva y de mejora	64
Gráfico 26	Herramientas para almacenar información	65
Gráfico 27	Satisfacción en el servicio	66
Gráfico 28	Los servicios cubren las necesidades del cliente	67
Gráfico 29	Procesos y Estándares de calidad	68
Gráfico 30	Manual de procesos a cumplir	69
Gráfico 31	Procedimientos y Estándares de calidad	70
Gráfico 32	Adecuada comunicación	71
Gráfico 33	Comunicación de la filosofía empresarial	72
Gráfico 34	Buzón de quejas	73
Gráfico 35	Las quejas ayudan a mejorar el desempeño	74
Gráfico 36	Las capacitaciones son un factor positivo	75
Gráfico 37	Temas recibidos en 2014	76
Gráfico 38	Temas de mayor interés en capacitación	77
Gráfico 39	Desarrollo de destrezas permite atender satisfactoriamente	78
Gráfico 40	Trabajo en equipo	79
Gráfico 41	Apoyo departamental consolida la relación entre compañeros	80
Gráfico 42	Delegación de responsabilidades	81
Gráfico 43	Imagen corporativa institucional	82
Gráfico 44	Incentivo al personal para mejorar los procesos	83
Gráfico 45	Asistencia y cumplimiento	84

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1	Encuesta	116
Anexo 2	Test de Evaluación	117

INTRODUCCIÓN

Para alcanzar éxito y lograr la eficiencia toda empresa debe tener claro que la orientación de sus estrategias, de sus acciones y objetivos debe de ir encaminada totalmente hacia el cliente, por ser su bien máspreciado, en función de que gracias a él pueden sobrevivir.

E muy visible que cualquier organización tiene éxito o fracasa según la demanda de sus clientes. Debemos de saber de antemano qué necesidades tienen, qué es lo que buscan, qué les satisface y luchar por alcanzar la excelencia, por ello la necesidad de disponer de personal adecuado para atender a sus clientes ya que esto garantizará su satisfacción y aumentará su confianza en la empresa.

El presente estudio presenta la problemática identificada, los objetivos generales y específicos, así como la fundamentación teórica científica que permite ampliar los conocimientos. El marco metodológico en el cual se plantea las hipótesis, las variables, Tipos y diseño de la investigación, la población y muestra de estudio, así como los métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos. Todo esto permite hacer el análisis de los datos para un correcto diagnóstico de la situación problemática detectada en el GAD Provincial de Pastaza y la elaborar las estrategias que permitan alcanzar la eficiencia en la atención al cliente anhelada por la institución.

Se espera que el diseño de estrategias aporte al mejor desempeño de los funcionarios de la institución, constituyéndose en un documento guía para el desarrollo y progreso institucional que aporte a las tareas e incremente a la eficiencia del personal así como también incremente el nivel de satisfacción, confianza y seguridad de los clientes o usuarios en la institución.

La puesta en marcha del plan de capacitación como estrategias a aplicar demanda del respaldo y compromiso de todos y cada uno de los directivos, funcionarios del GAD Provincial de Pastaza.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad se ha incrementado la importancia que tiene el cliente para toda institución sea esta pública o privada, de ahí la calidad en el servicio o productos ofrecidos al cliente provee un valor agregado a la empresa, en donde se debe invertir recursos para conocer las necesidades de sus clientes y así poder satisfacerlas. El servicio al cliente es parte intangible; su objetivo es el manejo de la satisfacción a través de producir percepciones positivas del servicio logrando un valor agregado hacia nuestra empresa.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza es una entidad que recibe, analiza, genera y ejecuta las problemáticas en los sectores urbano marginal y rural de los cantones de Pastaza, tales como Mera, Puyo, Santa Clara y Arajuno; siempre enmarcados en las competencias vigentes y legales que rigen a la Institución, motivo por el cual los usuarios se ven en la necesidad de acudir solicitando información en cada uno de los departamentos donde se intenta solucionar su necesidad.

Partiendo de este contexto, el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza promotor del desarrollo físico, económico, social y ambiental de la Provincia, reduciendo los índices de pobreza, reactivando la economía y logrando una vida decente para los ciudadanos, donde luego de un análisis en cada uno de los departamentos a los cuales acuden los moradores se ha observado los siguientes aspectos:

Un déficit en el trato de los funcionarios públicos a la colectividad debido a un desinterés en dar un servicio de calidad que satisfaga al cliente de la entidad, provocando insatisfacción en el trato recibido.

La falta de compromiso en los funcionarios al no dar la importancia suficiente a los clientes que acuden a la institución a exponer sus necesidades para el desarrollo

individual y colectivo; actitud que desencadena ineficiencia en el cumplimiento del trabajo.

La falta de una infraestructura adecuada en las áreas y departamentos de la institución, provoca mal estar en los servidores al no disponer de un ambiente agradable para cumplir con sus tareas a cabalidad.

La ejecución del trabajo por parte de los servidores, se limita a realizarlo estrictamente de acuerdo a lo que se les ha asignado, cumpliendo solo el trabajo que les compete, promoviendo pérdida de tiempo en los clientes.

La falta de importancia que dan los servidores en el cumplimiento al uso correcto del uniforme, induce a una pésima imagen institucional a criterio de los clientes.

La falta de cortesía y amabilidad hacia los clientes en la institución, intensifica mal estar e insatisfacción en el trato que esperan recibir de quien los está atendiendo.

Se ha observado también discriminación a los clientes de la zona rural, evidenciando la existencia de prejuicios sociales, situación que genera baja estima en este grupo de clientes.

En este contexto, el Gobierno actual ha venido adoptando medidas extraordinarias como la capacitación y evaluación permanente del personal, con la finalidad de cambiar la imagen y mejorar los servicios en el sector público, sin embargo todo esto no es suficiente para generar el cambio deseado en sus servidores.

Por lo expuesto anteriormente y con la finalidad de obtener una solución a la problemática detectada, se propone el diseño de estrategias que generen eficiencia en el servicio de atención al cliente externo e interno para mejorar y optimizar todos los aspectos que conforman la atención al cliente.

1.1.2 Formulación del Problema.

¿La elaboración de una propuesta de estrategias para generar eficiencia en el servicio de Atención al Cliente del Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza, mejorará el nivel de satisfacción de los usuarios de la institución?

1.1.3 Delimitación del Problema.

La presente investigación se realizará en la Provincia de Pastaza, en el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza, en sus diferentes Departamentos, en el período 2015.

Campo: Estrategias para generar eficiencia en el servicio de atención al cliente

Área: Atención al cliente

Aspecto: Generar eficiencia en el servicio de atención al cliente

Temporal: Período 2015

Espacial: Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General.

- Proponer estrategias para generar eficiencia en el servicio de atención al cliente en el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza, período 2015.

1.2.2 Objetivos Específicos.

- Realizar un diagnóstico situacional de la calidad de servicio al cliente interno y externo en el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza.
- Efectuar el levantamiento de información para identificar la calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los clientes internos y externos de la institución.
- Diseñar estrategias para generar eficiencia en el servicio de atención al cliente en el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza.

1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

El desarrollo de esta investigación se justifica al plantear una solución posible a la problemática detectada en la institución, por cuanto se considera única en su tipo al proponer el diseño de estrategias de mejora para entregar un eficiente servicio de atención a los clientes, esperando optimizar la relación entre los servidores y los clientes que requieren de atención.

La presente investigación es muy importante, su desarrollo permitirá satisfacer las necesidades de los clientes que demandan los servicios en esta institución, en cualquier época del año, lo cual contribuirá a mejorar y alcanzar la eficacia, eficiencia y efectividad administrativa, como también el cumplimiento de los objetivos que se determinan dentro de la misión y visión del Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza.

Esta investigación es factible por el hecho de contar con el sustento teórico - científico que permite a la investigadora enriquecer sus conocimientos a través de la revisión de textos, documentos, artículos relacionados con el tema propuesto en la investigación, para de esta forma establecer y diseñar estrategias solidas que sean de provecho y beneficio para la institución.

La puesta en marcha de esta propuesta, beneficiara directamente a los clientes o usuarios permanentes de la institución así como a los funcionarios y servidores que prestan sus servicios, toda vez que se cumplirá el objetivo de brindar un servicio eficiente a la colectividad.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

2.1.1 Antecedentes Históricos.

(Rodríguez, 2004) La tesis trata sobre la calidad en el servicio a clientes que debe cumplirse a satisfacción y se constituye en parte fundamental de la filosofía de negocios y enfoque central del plan estratégico de toda empresa ya que mejorar continuamente los productos y el servicio haciéndolos de calidad significa el elemento clave del éxito de las empresas. En donde la importancia de esta radica en abordar los temas principales para analizarlos y proponer las mejores estrategias para mejorar y superar el servicio en la atención a los clientes.

(Guerrero, 2012) El problema de investigación se fundamenta en el efecto de un programa integral de servicio al cliente a concesionarias automotrices en creación de una cultura organizacional hacia servicio cliente. Su objetivo general es describir las características de concesionarias orientadas hacia una cultura organizacional consecuencia del desarrollo de PISC, beneficiando con sus resultados a los clientes internos al recibir de sus compañeros de trabajo un servicio integral y por último la comunidad al tener empresas que dirijan sus esfuerzos al deleite total de cliente.

(Jiménez, 2010) El éxito de las instituciones radica en la calidad de la atención al cliente. Por diferentes medios se conoce que en las instituciones públicas no existe una buena atención a los clientes o usuarios. La presente investigación tiene como objetivo determinar las causas de la mala atención y sus posibles soluciones. Para lo cual se analiza la calidad y las formas de atención al cliente están relacionadas con los tipos de clientes, las estrategias de atención al cliente y los valores agregados, pretendiendo generar fidelidad mediante el cubrimiento de sus necesidades.

(Artieda Inga, 2006) La investigación trata sobre la aplicación de la calidad a través de las normas ISO para el control de la Unidad Operadora del Sistema Trolebús como

herramienta organizacional que facilite la identificación, el seguimiento y la mejora continua de los procesos, parte vital para la empresa. Al contar la empresa con las Normas de Gestión de Calidad ISO 9001:2000 se podrá bajo la seguridad de conocer a los clientes, definiendo específicamente los productos o servicios a entregar y sistematizando los métodos de trabajo para producir con eficiencia esta guía que ha sido implementada por miles de gerentes en el mundo.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 Atención al cliente.

(Paz R. , 2005) Expresa que la atención al cliente puede convertirse en una herramienta estratégica de marketing (Rodríguez, 2004) no solo para hacer que los errores sean mínimos y se pierdan el menor número de clientes posible, sino para establecer un sistema de mejora continua en la empresa. La atención al cliente está constituida por todas las acciones que realiza la empresa para aumentar el nivel de satisfacción de sus clientes.

2.2.2 Principios de la atención al cliente.

(Pérez V. , 2006) Manifiesta que los principios de la atención al cliente se establece que el cliente es el que valora la calidad en la atención que recibe. Cualquier sugerencia o consejo es fundamental para la mejora. Toda acción en la prestación del servicio debe estar dirigida a lograr la satisfacción en el cliente. Esta satisfacción debe garantizarse en cantidad, calidad, tiempo y precio. Las exigencias y expectativas del cliente orientan la estrategia de la empresa con respecto a la producción de bienes y servicios.

El diseño del servicio que se realiza debe satisfacer plenamente las necesidades de los clientes, además de garantizar la competitividad de la empresa de forma tal que pueda permanecer en el mercado. Las empresas deben reducir la diferencia entre la realidad de su oferta (productos o servicios) y las necesidades y preferencias del cliente.

El servicio se le brinda no a un cliente indistinto sino a una persona (o grupo) específico y como tal debe tratarse. Esto permite la personalización de la atención a los clientes que los hace sentirse especiales.

La política de atención al cliente va acompañada de una política de calidad. El cliente tiene derecho a conocer qué puede esperar del servicio brindado por la empresa.

2.2.3 Servicio al cliente.

El servicio al cliente es el verdadero valor de las organizaciones, por tal motivo las instituciones deben tomar en cuenta el servicio que sus empleados demuestren al colaborar con los clientes. Implica actividades orientadas a una tarea, que no sea la venta proactiva, que incluyen interacciones con los clientes en persona, por medio de telecomunicaciones o por correo. Esta función debe diseñar, desempeñar y comunicar teniendo en mente dos objetivos: la satisfacción del cliente y la eficiencia operacional.

El servicio al Cliente es “Un concepto de trabajo” y “una forma de hacer las cosas” que compete a toda la organización. (Lovelock, 2011)

2.2.3.1 Elementos del servicio al cliente.

Los autores como (Peel & Lovelock, 2003) han encaminado sus investigaciones hacia todo tipo de contacto o comunicación interpersonal entre las organizaciones y sus clientes, especialmente en las actitudes sociales como las sonrisas en el personal o el ofrecimiento de ayuda al cliente, el arte de hablar y escuchar, el respeto y otras; quienes se irán convirtiendo junto con el correo, la infraestructura y el uso del teléfono en herramientas del servicio, de acuerdo con la organización que los adopte.

(Paz, 2005) expone los siguientes elementos del servicio al cliente:

Contacto cara a cara: Es un elemento muy importante ya que el cliente siente que se le toma en cuenta y que se le respeta cuando otra persona le está atendiendo sobre todo si le recibe con un saludo, con una sonrisa, si le trata bien, o si le ayuda a solucionar un problema. El cliente se siente satisfecho y muy agradecido con cualquier empleado que le haya ayudado desinteresadamente o porque simplemente respetaron su derecho a ser tratado como igual ante otros clientes y no fueron víctimas del favoritismo.

Relación con el cliente: Se procura establecer una relación amigable en la que impera el respeto, la amabilidad y el buen trato, detalles que pueden ayudar o perjudicar a la empresa fácilmente pues si el cliente se siente satisfecho se creará un lazo o una relación cliente-empresa.

Correspondencia: Esta debe dirigirse a cada cliente de forma particular y no entregada como folletos o similares, esto le dará una atención personalizada.

Reclamos y cumplidos: El atender una queja, permitirá una mejor comunicación con el cliente interno y externo, es por ello que una queja o un cumplido del cliente debe ser considerado como un elemento de la estrategia de servicio.

Instalaciones: Cumple un papel importante en razón de que pueden hacer de la estadía del cliente en la empresa lo más placentero o desagradable posible.

2.2.4 Tipos de Clientes.

Es importante recurrir a la experiencia para interpretar determinadas características comunes que permitirá desarrollar una mejor atención a un determinado tipo de cliente, ya que no hay dos clientes iguales, por ello a continuación se enuncian varios de ellos; que nos pueden indicar como llevar acabo un mejor contacto. (Paz, 2005)

Cuadro 1
Tipos de Clientes

No.	Cliente	Características
1	Clientes Quejambrosos	Es la persona que se queja del servicio, producto hasta de la misma empresa; regaña a diestra y siniestra; se aferra en pequeños detalles para atacar de manera contraria es decir: "el cliente interno dice blanco ellos dicen negro".
2	Clientes Dominantes	Es el que le gusta imponer sus opiniones a obligar a los demás para que hagan lo el que él quiere, no acepta sugerencias de ninguna clase.
3	Clientes Simpáticos	Es la persona que quiere hacer gracioso y llamar la atención con sus comentarios; se puede llegar a extremos en propasarse siendo muy indelicado.
4	Clientes Inseguros	Persona insegura con poca confianza en sí mismo no suele saberlo que quiere o no es capaz comunicable.
5	Clientes Preguntones	Es el que tiene curiosidad y agilidad mental para hacer perder tiempo, quiere saberlo todo y exige muchas informaciones.
6	Clientes Ofensivos	Es el cliente con razón o sin ella pasa al campo de grosería, de los insultos e intento de humillación.
7	Clientes Callados	Parece ausente o preocupado, pero no expresa sus sentimientos cuesta saber cuál es su intención real.
8	Clientes Agresivos	Estos son los clientes que tienen un temperamento fuerte el cual se debe a algún comportamiento inadecuado por parte de alguna persona de la empresa.
<p>Fuente: http://manualdeatencion.galeon.com/aficiones2290254.html Elaborado por: Paola Guamán</p>		

2.2.5 Calidad en el servicio.

(Bolaños, 2005) Satisfacer, de conformidad con los requerimientos de cada cliente, las distintas necesidades que tienen y por la que se nos contrató. La calidad se logra a través de todo el proceso de compra, operación y evaluación de los servicios que entregamos. El grado de satisfacción que experimenta el cliente por todas las acciones en las que consiste el mantenimiento en sus diferentes niveles y alcances.

La mejor estrategia para conseguir la lealtad de los clientes se logra evitando sorpresas desagradables a los clientes por fallas en el servicio y sorprendiendo favorablemente a los clientes cuando una situación imprevista exija nuestra intervención para rebasar sus expectativas.

2.2.5.1 Gestión de la calidad del servicio.

(Ruiz, 2001) Plantea que las empresas para su efectividad operativa, requieren de un sistema que gestión de la calidad de los servicios. Donde es pertinente establecer el ciclo del servicio para identificar los momentos de verdad y conocer los niveles de desempeño en cada punto de contacto con el cliente.

La gestión de calidad se fundamenta en la retroalimentación al cliente sobre la satisfacción o frustración de los momentos de verdad propios del ciclo de servicio. En los casos de deficiencias en la calidad, son críticas las acciones para recuperar la confianza y resarcir los perjuicios ocasionados por los fallos.

El prestigio y la imagen de la empresa se mantendrán debido al correcto y eficaz seguimiento que se haga de los posibles fallos que se den en el servicio, hasta cerciorarse de la plena satisfacción del cliente afectado, inclusive debe intervenir forzosamente la dirección general para evitar cualquier suspicacia del cliente.

Esto inspirará confianza en los clientes y servirá de ejemplo a todo el personal para demostrar la importancia que tiene la calidad en todo lo que se hace.

2.2.5.2 Calidad en la atención al cliente.

Todo sistema de calidad en la atención al cliente se implanta para asegurar que se cumplan las políticas de calidad total de la organización y debe tener en cuenta al servicio que se va a suministrar al cliente y el proceso de entrega del servicio al cliente. Para cumplir estos dos objetivos se debe partir de un estudio de mercado en el que se conozcan cuáles son las necesidades actuales de los clientes y sus expectativas con respecto a la empresa.

A partir de estos datos se realiza el diseño del servicio que debería incluir la especificación de los requisitos de calidad y los procedimientos a seguir en su entrega. Para conseguir evaluar, controlar y mantener la calidad, es esencial que exista una continua retroalimentación para saber si se están cumpliendo los objetivos propuestos. (Orbea, 2004)

2.2.6 Dimensiones del producto o servicio.

(Paz C. R., 2010) En su libro *Atención al cliente. Guía práctica de técnicas y estrategias*, manifiesta que el autor (Levitt, T., 2005) afirma que todos los productos o servicios tienen cuatro dimensiones.

Genérica: El producto genérico está formado por las características comunes y mínimas.

Esperada: Añade a la dimensión genérica todos los servicios tradicionales que espera el cliente.

Aumentada: Esta añade a lo esperado una serie de beneficios que el cliente no espera, excede sus expectativas y por tanto puede producir muchas satisfacciones.

Potencial: Cuando los beneficios aumentados han perdido su poder de incrementar satisfacción, los proveedores deben centrarse en el producto potencial, que incluye todas las cosas que podrían hacerse para atraer y mantenerse a los clientes y en el futuro se pueden añadir al producto aumentado.

2.2.7 Teoría de Maslow.

Es una teoría psicológica propuesta por Abraham Maslow en su obra Una teoría sobre la motivación humana (en inglés, A Theory of Human Motivation) de 1943, que posteriormente amplió, obtuvo una importante notoriedad, no sólo en el campo de la psicología sino en el ámbito empresarial del marketing o la publicidad. Maslow formula en su teoría una jerarquía de necesidades humanas y defiende que conforme se satisfacen las necesidades más básicas (parte inferior de la pirámide), los seres humanos desarrollan necesidades y deseos más elevados (parte superior de la pirámide). (Boeree, 2003)

Figura 1
PIRÁMIDE DE LA JERARQUIA DE LAS NECESIDADES DE MASLOW



Fuente: <http://www.sinapsit.com/psicologia/piramide-de-maslow/>

Elaborado por: Paola Guamán

2.2.8 Tipos de comunicación en atención al cliente.

Los clientes son la parte más importante de la empresa, sin embargo un mal servicio ofrecido por parte de alguien del personal, provocará una pérdida irremediable para la misma.

Por esta razón primero debemos entender lo que es la comunicación, según (Carrasco, 2013) “La Comunicación es el medio por el cual transmitimos o recibimos información,

mensajes, ideas y sentimientos. Toda comunicación requiere de un emisor y un receptor, este receptor no tiene que estar enterado del tipo, medio o tiempo en que se hará la comunicación”

Al conocer sus dudas, emociones, frustraciones y deseos, así como sus necesidades, nacen mejores maneras de exponer tus conocimientos.

Cuadro 2		
Tipos de comunicación en atención al cliente		
Tipo	Características	Tipos de lenguaje
La Comunicación Visual (No Verbal)	Se desarrolla cuando decodificamos el mensaje transmitido por la expresión facial. El contacto de los ojos. La ropa, el acicalamiento. Los gestos, la postura, los movimientos, etc. En general, la comunicación visual se refiere a cómo se ve usted cuando se comunica.	Lenguaje Icónico, en este tipo de lenguaje encontramos: La Clave Morse, sirenas y lenguaje de sordo mudo en códigos universales y en los semi-universales encontramos el beso, el luto, abrazos etc. Lenguaje Corporal, en este encontramos, movimientos, gestos, tipos de olores, tipo de ropa, caminar, miradas, tono de voz etc.
La Comunicación Vocal (Oral)	Es cómo suena usted cuando habla incluye volumen, expresión, claridad y velocidad. La Comunicación Oral puede ser transmitida por medio de palabras, gritos, silbidos, risas etc.	El lenguaje articulado ha sido el lenguaje más evolucionado, este nos permite articular los sonidos por medio de oraciones, frases o silabas que nos permiten comunicarnos de forma coherente y estructurada.
La Comunicación Verbal	La Comunicación es el medio por el cual transmitimos o recibimos información, mensajes, ideas y sentimientos. Toda comunicación requiere de un emisor y un receptor, este receptor no tiene que estar enterado del tipo, medio o tiempo en que se hará la comunicación.	Intrapersonal: La Comunicación Intrapersonal te permite comunicarte contigo mismo, con tus pensamientos, ideas y gustos. Interpersonal: La Comunicación Interpersonal es la que te permite comunicarte con más personas o grupos de personas. Esta se puede transmitir escrita y oralmente.
Fuente: http://es.paperblog.com/tipos-de-comunicacion-que-te-permitiran-ofrecele-un-mejor-servicio-a-tus-clientes-1593676/ Elaborado por: Paola Guamán		

2.2.8.1 El Arte de Escuchar.

(Estrada, 2007) Manifiesta que la Comunicación no estaría completa si nos concentráramos sólo en la forma cómo emitimos un mensaje. También es necesario fortalecer nuestros hábitos de escucha, a través de por ejemplo la Técnica SIER (Sentir, Interpretar, Evaluar, Responder, tomado del arte de escuchar).

Sentir: Oír, percibir (parte física) y aplicarla selectividad al oír.

Interpretar: Es entender (altamente selectiva). Interpretamos desde nuestras creencias y suposiciones, que muchas veces no son compatibles con las de nuestro interlocutor. Por ello, aun cuando entendamos el idioma, no siempre nos comprenderemos. De ahí que resulte tan importante el FEED-BACK en la comunicación, para asegurarnos de la recepción y sobre todo de la comprensión del mensaje. Generalmente los malentendidos ocurren por descuido, por distorsión afectiva, por fatiga o por no escuchar.

Evaluar: Es valorar lo que escuchamos (decidir cómo emplearlo). Es un acto de apreciación de lo oído y entendido.

Responder: Es hacer conocer a la otra parte qué se ha comprendido de lo que ha sido transmitido.

2.2.9 Conceptos de Estrategia.

Estrategia es la movilización de todos los recursos de la empresa en el ámbito global tratando de alcanzar objetivos. (Chiavenato, 2000)

Estrategia es el proceso de decidir sobre los objetivos de la organización sobre los cambios de estos objetivos, sobre los recursos usados para obtener esos objetivos y políticas que debe gobernar la adquisición de esos recursos. (Cortez, 2003)

2.2.9.1 Clases de Estrategias.

A continuación se enuncian y describen las clases de estrategias en el siguiente cuadro.

Cuadro 3	
Clases de Estrategias	
Clases	Definición
Estrategias Deliberadas	Las estrategias deliberadas son las que bajo el método deductivo se considera que toda acción está precedida por un conjunto de ideas, es decir, estas son previstas o planificadas.
Estrategias Emergentes.	Las emergentes en cambio atienden al método inductivo, primero realiza la acción y posteriormente formula sus ideas. Estas se aplican de inmediato cuando ocurre la necesidad ó se presenta el problema y requiere la urgente toma de decisiones.
Estrategias de Servicio.	Teniendo los elementos más significativos del servicio al cliente y conscientes de que es necesario en su uso, es importante establecer un propósito para ser más competitivos y diferenciarse en la determinación de actividades dirigidas a la satisfacción del cliente.
Fuente: Mintzberg Henry (2000). Diseño de las organizaciones efectivas Elaborado por: Paola Guamán	

2.2.9.2 Estrategias del Servicio al cliente.

(Heskett, 1990) Ha formulado la "Cadena Servicio – Utilidad", a la que asigna valores "sólidos" a las medidas del servicio en una compañía, relacionando las "utilidades y la lealtad del cliente con el valor del servicio creado por empleados satisfechos". Analizando esta apreciación y apuntándola a la posición, encontramos en ella el comportamiento de la estrategia del servicio al cliente, es decir, "lo que pretendemos conseguir".

El liderazgo de la alta Gerencia es la base de la cadena: La calidad, además de ser definida por los clientes externos de la empresa, tiene que tomar en cuenta la propia visión empresarial que parte del seno mismo de la organización. Por ello es importante que el clima interno fluya de manera satisfactoria para todos.

La calidad interna impulsa la satisfacción de los empleados: Cómo pueden ser motivados los empleados, sino es con una entera satisfacción de sus propias

necesidades, por ello ciertos motivadores, además de su remuneración tienen que ser puestos en marcha para conseguir el compromiso del personal.

La satisfacción de los empleados impulsa su lealtad: Si un empleado se halla perfectamente motivado como para elevar su responsabilidad y eficiencia, también es posible que ayude a elevar su propia productividad.

La lealtad de los empleados impulsa su productividad: Quién sino el mismo empleado de la organización, puede brindarle mayor valor al servicio que presta a sus clientes, apoyándose en su responsabilidad, pulcritud y sobre todo en su propia motivación. Esta motivación será factible si el flujo de comunicación interna es dinámica y real dentro de la organización.

La productividad de los empleados impulsa el valor del servicio: El cliente se encontrará realmente satisfecho si el servicio que recibe tiene calidad y si puede ser considerado por él como el mejor.

El valor del servicio como tal se verá incrementado si el personal de la entidad que lo provea: Utiliza en sus actividades las herramientas adecuadas; estas son, como lo vimos: el contacto cara a cara, las relaciones con clientes difíciles; el contacto telefónico, el contacto por correo y las instalaciones.

El valor del servicio impulsa la satisfacción del cliente: Si un cliente se encuentra realmente satisfecho con las oportunidades o servicios que le ofrece una organización, destinados a satisfacer las necesidades básicas de mejor atención al usuario (y posible usuario) por supuesto, éstos volverán a buscarlos.

La satisfacción del cliente impulsa la lealtad del cliente: La lealtad del cliente impulsa las utilidades y la consecución de nuevos públicos.

La explicación de este procedimiento se brinda con el simple hecho de la existencia de la comunicación en el mercado, pero principalmente este eslabón se cumplirá con la creación de un flujo de comunicación adecuado con el mercado a través del uso de las herramientas racionales del servicio al cliente.

2.2.10 Aspectos a considerar en las herramientas del servicio al cliente.

(Paz, 2005) Manifiesta los diferentes aspectos que se deben considerar en las herramientas del servicio al cliente:

2.2.10.1 La conducta: La escucha y las preguntas.

En la comunicación no se da el hablar sin escuchar y es este el que da validez al hablar, dándole sentido a lo que decimos. El escuchar es el 50% de una conversación por ello es importante mantener una actitud receptiva que haga sentir al interlocutor que su conversación interesa y su mensaje es importante. Es importante tomarse el tiempo y escuchar lo que quiere el cliente; por lo que para una escucha eficaz se recomienda seguir los siguientes pasos:

1. Comenzar haciendo buenas preguntas y no interrumpir
2. Escuchar bien las respuestas y no terminar las frases del interlocutor
3. Relacionar el éxito de la conversación con el éxito mutuo.

En cuanto las preguntas que hacemos a los clientes son la manera de involucrarle e interesarle en la conversación, pueden ayudar a establecer hechos, descubrir actitudes y necesidades, conocer objeciones y resolverlas. Entre las preguntas que se pueden hacer, tenemos:

- Preguntas precisas para obtener información y no opiniones
- Las que permiten demostrar que está bien informado
- Las que confirman que se ha escuchado y entendió al cliente
- Las preguntas que no deben ofender nunca al cliente
- No se debe presionar para obtener información que violente al cliente.

2.2.10.2 Actitudes positivas hacia los clientes: Acogida y Despedida.

Por encima de todo, los clientes quieren tener la certeza de que la empresa cuida de ellos, a esto le llamamos atmosfera de confianza. No resulta agradable un trato

estandarizado ni un estilo planificado, el cliente desea sentir que es importante como persona, el objetivo central es transmitirle al cliente un sincero interés por servirle, dará como resultado visible su aspecto relajado, si se le llama por su nombre mejor.

2.2.10.3 Cortesía.

El cliente entiende el siguiente mensaje: porque me interesa usted intentare siempre tratarlo con respeto y cortesía.

- **Contacto visual:** Significa mirar a la persona, el mensaje es: “Le estoy viendo le conozco como persona”
- **Sonrisa:** Acompaña al contacto visual, debe ser una sonrisa sincera, el mensaje es: “tranquilo cualquiera que sea el problema lo solucionaremos “
- **Rapidez en atender:** no siempre es posible atender inmediatamente a todos los clientes. demostrar un signo de cortesía mediante una disculpa.
- **Muchas gracias,** son palabras eficaces en términos de motivación en el momento de la despedida.

2.2.10.4 Equidad.

Debemos comunicar porque usted es importante para mí, le tratare siempre con esmera profesionalidad sin prejuicios ni favoritismos, es decir el cliente espera ser tratado con imparcialidad y objetividad, así como no atrincherarse en normas y procedimientos que por supuesto son necesarias pero siempre debemos estar abiertos a satisfacer las necesidades del cliente y en ocasiones no debemos tener miedo a tomar una decisión que no se ajuste estrictamente a la pauta marcada.

2.2.10.5. Comunicación.

Trasmitimos el mensaje porque tengo interés por usted, escuchare siempre lo que tenga que decirme y le mantendré debidamente informado. La comunicación es el conjunto de acciones que producen un intercambio de significado, lo que es vital para transmitir interés por el cliente.

2.2.10.6 Relaciones Públicas.

Constituyen un trabajo permanente de información y comunicación, que está realizado por un grupo humano para dirigir a una multitud de sujetos. Condicionando el tipo de público su permanencia a la empresa en el mercado.

2.2.10.7 Quejas y Reclamos.

Ofrecer a los clientes una atención de calidad persigue como objetivo básico reducir sus inconvenientes y aumentar su satisfacción. En general los clientes no manifiestan su insatisfacción a la propia empresa:

- Tienen la creencia de que sus reclamaciones no cambiaran nada
- Porque una queja requiere de tiempo y esfuerzo
- El cliente no se siente bien expresando sus frustración
- No le gustan las situaciones de enfrentamiento

Lo que sabemos con certeza es que los clientes insatisfechos:

- Hacen más comentarios negativos
- Pueden abrir la puerta a la competencia
- Es menos costoso mantener a los clientes actuales que conseguir nuevos

2.2.11 Indicadores de la medición del servicio.

(Degerencia, 2012) El Servicio al Cliente debe concentrarse la construcción de los Indicadores de Clientes que permitan a la empresa tomar las decisiones con la mayor garantía de aumentar su satisfacción, mejorar la imagen de marca, facilitar las eficacia en la gestión de los vendedores, mejorar la eficacia de las campañas de publicidad, promoción y en general las de mercadeo.

Cada empresa definirá sus propios Indicadores de Clientes de acuerdo a su actividad, al sector económico en el que se desenvuelve, al tipo de parametrización de los contactos

que tenga definido, la disciplina y el método con que registren en el software de clientes los diferentes contactos, a la filosofía de Servicio que tenga definida, al nivel de profundidad en las estadísticas que genera y su seguimiento permanente.

En esta publicación se asume que se trata de una empresa de servicios y que se desea tener claridad sobre los indicadores de clientes a considerar, entre lo que citamos:

Indicador de calidad, medido como el porcentaje de interacciones con solución en un solo contacto sobre el volumen total de interacciones. Con este se medirá la cantidad de interacciones cerradas satisfactoriamente para el agente y puede ser ligeramente superior el indicador para la atención presencial sobre la telefónica; de todas maneras el indicador deberá ser superior al 85% para mostrar realmente que los agentes de cara al cliente tienen poder de decisión, la empresa tiene procedimientos claros, ágiles, y contruidos a partir de las necesidades de sus clientes; y además, ha generado unas instancias de solución tan ágiles, inmediatas en respuesta y creativas para garantizar que el agente de cara de cliente teniendo siempre soporte de algún funcionario al interior de la empresa para ayudarle a dar respuesta inmediata al cliente.

Indicador de satisfacción, que medirá el porcentaje de clientes que contactan la empresa manifestando alguna insatisfacción, queja o reclamo, contra el total de contactos atendidos. Este deberá ser un indicador decreciente; es decir, con una adecuada gestión de la Dirección de Servicio al Cliente, procedimientos contruidos con “cara de cliente” y actualizados de manera permanente, con acuerdos de servicio negociados con todas las áreas para garantizar que todas tengan al cliente como su prioridad y con un compromiso total de la Dirección hacia la excelencia operativa, las quejas, reclamos e insatisfacciones de los clientes deben disminuir permanentemente.

Indicador de retención de clientes, obtenido a partir de los clientes retenidos que solicitan retiro del servicio contra el total de clientes que lo solicitan. Como se sabe, la retención de clientes tiene que ser una responsabilidad de Servicio al Cliente ya que dicha área responde por las ganancias de las ventas.

Indicador de autosuficiencia, obtenido a partir del volumen de facturación que generan todos los canales de servicio contra el costo total del área. Up selling y cross

selling son responsabilidades que todos los agentes de servicio deben encarar como producto de una excelente gestión de los momentos de verdad. La generación de experiencias de cliente se estimulará en la medida que los agentes sientan que sus ingresos se pueden mejorar como producto de su excelente gestión.

Indicador de costos por atención, que permite medir lo que cuesta cada atención por canal de contacto y en él se deben incorporar los diferentes contactos por horarios, por agente, por canal. A través de este indicador deberá la empresa tomar acciones con respecto al tipo de canal que con menos costo le produzca a los clientes máxima satisfacción y para su cálculo es necesario incluir el costo total de la División de Servicio.

Indicador de rotación de personal, obtenido a partir de la cuantificación de agentes de atención en front, back office y atención telefónica en todos los outsourcing que la presten, que se retiran mensualmente contra el total de agentes utilizados. Siendo Servicio al Cliente un área que requiere capacitación intensiva permanente y ser la administradora directa de los momentos de verdad con los clientes y en consecuencia tendrá la responsabilidad de convertirlos en ingresos, el aumento en la rotación de personal además de resultar muy costosa puede mostrar a las claras que no existe suficiente motivación económica y humana para producir los resultados en satisfacción de cliente y excelencia en servicio.

2.2.12 Indicadores de la Calidad

(Gestión-calidad.com, 2010) Un indicador es la medición de una característica de un proceso. Asociar indicadores a un proceso sirve para:

- Analizar la situación actual del proceso en base a hechos y datos.
- Establecer objetivos y planes de futuro consistentes.
- Evaluar y reconocer, con objetividad, el trabajo de las personas y equipos de mejora implicados en el proceso.
- Gestionar con mayor eficacia los recursos que necesita el proceso.

Los indicadores en una organización deben ser fiables, esto significa que en idénticas situaciones deben proporcionar el mismo resultado, y válidos, es decir, medir aquello que se quiere medir. Además deben ser pocos para facilitar su seguimiento. Existen dos tipos de indicadores:

Indicadores de eficacia: Miden la manera en la que un proceso cumple sus objetivos. Ejemplos: Nivel de satisfacción del cliente, % de aumento de ventas, conocimiento de la marca.

Indicadores de eficiencia: Miden la cantidad de recursos que necesita el proceso para conseguir un determinado nivel de eficacia. Ejemplos: Minutos dedicados a cada paciente, Número de enfermeras en una unidad.

Para definir un indicador, es necesario tener en consideración los siguientes campos:

- Nombre del indicador: Descripción del indicador.
- Fórmula: Modo en que se realizará la medición concreta del mismo.
- Responsable de recogida: Quién se encargará de recoger los datos para el cálculo del indicador.
- Periodicidad de recogida: Cada cuánto tiempo se llevará a cabo la medición del indicador.
- Responsable de actuación: Es la persona que se encarga de tomar medidas en función de los valores que presente el indicador.
- Valor objetivo: Es el valor que se pretende que tome el indicador. Si no se consigue este valor, el responsable de actuación debe llevar a cabo acciones de mejora.

Se cita uno de los indicadores más usados en cualquier proceso productivo, OEE.

- Nombre del indicador: Quejas mensuales.
- Fórmula: Número total de quejas que se reciben durante un mes.
- Responsable de recogida: Atención al cliente.
- Periodicidad de recogida: Mensual.
- Responsable de actuación: Director de calidad.

- Valor objetivo: Menos de 260.

2.2.12.1 La definición de las 3 E y el término calidad.

(Pérez Q. A., 2013) Manifiesta la definición de las 3E y el término calidad en función al desempeño.

Eficiencia: En términos generales, la palabra eficiencia hace referencia a los recursos empleados y los resultados obtenidos. Por ello, es una capacidad o cualidad muy apreciada por empresas u organizaciones debido a que en la práctica todo lo que éstas hacen tiene como propósito alcanzar metas u objetivos, con recursos (humanos, financieros, tecnológicos, físicos, de conocimientos, etc.) limitados y (en muchos casos) en situaciones complejas y muy competitivas. La eficiencia en el servicio, es saber utilizar de la mejor manera todo recurso que tengamos para obtener el mejor de los resultados.

Eficacia: En términos de calidad la Eficacia es el grado en que el producto o servicio satisface las necesidades reales y potenciales o expectativas de los clientes o destinatarios.

Efectividad: Es el grado de cumplimiento de los objetivos planificados o sea es el resultado o el producto de dividir el Real/Plan o lo que es lo mismo: los resultados obtenidos entre las metas fijadas o predeterminadas. Es el grado de cumplimiento de la entrega del producto o servicio en la fecha y momento en que el cliente realmente lo necesita.

Calidad: De forma básica, se refiere al conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas. Por otro lado, la calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Definiciones tomadas del Taller de servicio al cliente publicado en la web <http://tallerservicioalcliente.blogspot.com/p/glosario.html>. Recuperado el 29/04/2015.

Asertividad.- es la capacidad de solucionar problemas estratégicos y poder diferenciar la agresividad y pasividad, debemos ser consistentes tener las ideas claras, equilibradas para poder llegar a ser asertivos dando a conocer nuestro punto de vista.

Atención al Cliente.- Es el conjunto de prestaciones que el cliente espera como consecuencia de la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que recibe.

Cliente.- es la persona que adquiere nuestros productos o servicios, con la finalidad de suplir una necesidad que para él es básica e impórtate en ese momento. Ellos son los más importantes de nuestra empresa gracias a ellos es la productividad.

Cliente Externo.- Es aquel que forma parte de la empresa como empleado o proveedor y que no por estar en ella, deja de requerir de la prestación del servicio por parte de los demás empleados.

Cliente Interno.- Es aquella persona que no pertenece a la empresa sin embargo es a quien la empresa dirige su atención, ofreciéndole sus productos y/o servicios. Es el que paga las facturas que la empresa emite.

Encuesta.- son un tipo de preguntas verbal o escrita que se relaciona a un grupo de personas determinado para obtener información sobre un tema específico para investigación, cuando es de forma escrita se usa entrevista y de forma escrita se realiza por medio de cuestionario.

Estrategia.- es la técnica que tiene una organización para desarrollar ciertas actividades que mejoren el proceso de servicio con un objetivo fijo la satisfacción del cliente.

Ética.- ser correcto y actuar bajo una normas o principios individuales y sociales que cada uno de nosotros vamos creando porque en el ambiente interno y externo de la organización de va creando.

Gestión.- es la dirección o administración de un negocio, que lo guía hacia un mismo camino lo cual lo puede llevar a la excelencia.

Insatisfacción.- Es cuando un cliente no se siente satisfecho con el servicio o producto que le están brindando la empresa, ya sea por su mala atención o el desempeño del producto no alcanza a sus expectativas frente a su necesidad.

Satisfacción.- Está íntimamente ligada con la fidelización de los clientes, ya que ésta incide en los beneficios y a mayores beneficios, más posibilidades han de aumentar los sueldos a los empleados; el empleado más satisfecho, mejora la presentación del servicio y esto induce en la satisfacción continua del cliente y su posterior fidelización.

Servicio.- es la combinación de varias cualidades (intangibles) como desempeño, esfuerzo, atención y otros tangibles como un trato amable, un obsequio, los muebles de la sala de recibo entre otros.

Servicio Público.- Servicio público es el conjunto de prestaciones reservadas en cada Estado a la órbita de las administraciones públicas y que tienen como finalidad ayudar a las personas que lo necesiten. Suelen tener un carácter gratuito, que corre a cargo del Estado, son propios de los países con un Estado de bienestar.

Valor agregado.- son las características que le dan a un producto o servicio que lo hace ser diferente a la competencia, esto hace darle un mayor valor que le brinda a la empresa o negocio diferenciarse en el mercado.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 HIPÓTESIS

3.1.1 Hipótesis General.

- ¿Al proponer estrategias para generar eficiencia en el servicio de atención al cliente se espera mejorar el nivel de satisfacción de los clientes del Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza?

3.1.2 Hipótesis Específicas.

- Al realizar el diagnóstico situacional de la institución sobre la calidad de servicio al cliente en el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza, se podrá detectar las causas y efectos de la problemática principal?
- Con el levantamiento de información se podrá identificar la calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los clientes internos y externos?
- Al diseñar estrategias para generar eficiencia en el servicio de atención al cliente se espera mejorar la imagen institucional en el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza?

3.2 VARIABLES DE ESTUDIO

3.2.1 Variable Independiente.

- Estrategias de servicio

3.2.2 Variable Dependiente.

- Nivel de satisfacción

3.2.3 Operacionalización de Variables.

Para realizar la operacionalización de variables, se debe identificar tanto a la variable independiente como a la variable dependiente, determinando los parámetros de medición a partir de los cuales se establecerá la relación de variables enunciadas por la hipótesis o idea a defender.

Cuadro 4			
Matriz de Operacionalización de Variables			
VARIABLE	OBJETIVOS	INDICADORES	TECNICAS
Variable Independiente Estrategias de servicio de atención al usuario en el GADPPz. (Causa)	Plantear estrategias que generen un mayor nivel de eficiencia en la prestación de servicios a los usuarios.	Leyes y Reglamentos Manual de Funciones Planificación Registros Buzón de quejas Denuncias Amonestaciones	*Entrevista *Evidencia física de la propuesta
Variable Dependiente Nivel de satisfacción de los usuarios que acuden al GADPPz (Efecto)	Identificar el nivel de satisfacción de los usuarios con respecto a los servicios prestados por el GADPPz. Diseñar estrategias que mejoren los procesos de atención al cliente y la relación funcionario - usuario	Control de desempeño Seguimiento al buzón de quejas y sugerencias Indicadores del nivel de satisfacción	*Encuesta *Evidencias (cuestionarios, fotos, archivos) *Análisis de documentación *Observación de los procesos
Elaborado por: Paola Guamán			

3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para la presente investigación se utilizaron los siguientes tipos de investigación.

3.3.1 Tipo de Estudio de Investigación.

3.3.1.1 Investigación Descriptiva.

El tipo de investigación que se ejecutará será descriptiva ya que ayudara a describir de forma minuciosa y detallada todo el proceso en el área de atención al cliente en el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza, se analizara la información encontrada la cual admitirá establecer y diseñar estrategias que refuercen la eficiencia en el servicio de atención al cliente.

3.3.1.2 Investigación Exploratoria.

La presente investigación será de tipo exploratoria porque permitirá abordar el problema, conocer las causas y efectos de los inconvenientes dentro de la Institución, para posteriormente describir e interpretar los diferentes elementos del problema pues comprende la participación de los servidores y clientes dentro de la investigación.

3.3.1.3 Investigación Bibliográfica-Documental.

Se aplicara este tipo de investigación en razón de que se revisara libros, revistas, folletos, tesis, documentos en la web como fuente de consulta y que tengan relación con el tema propuesto en este estudio, con el fin de ampliar los conocimientos y establecer juicios de valor para contribuir a la mejora en la problemática detectada en la institución. Es importante exponer que se aplica para la elaboración de esta investigación las Normas APA sexta edición.

3.3.2 Métodos, Técnicas e Instrumentos de Investigación.

En la presente investigación se aplicara el método Cualitativo - Cuantitativo, en razón de que se realizara un análisis de las cualidades que se oferta en el servicio así como una

cuantificación de los resultados obtenidos en la investigación de campo, la misma que será organizada, clasificada, tabulada y analizada para la toma de decisiones en el diseño de las estrategias a crear, para alcanzar la eficiencia en la atención de servicio a los usuarios en el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza.

3.3.2.1 Método Deductivo.

Este método contribuirá en la revisión de los diferentes departamentos que integran la institución, a través de la observación objetiva y crítica de todas las generalidades detectadas de las actividades desarrolladas para, llevarlo a la revisión específica en el área de atención al cliente del Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza, con toda la información obtenida se espera realizar conclusiones preliminares.

3.3.2.2 Método Inductivo.

Con base en un proceso analítico y sistemático, el estudio de este método partirá del área de atención al cliente, en donde se recopilara toda la información suficiente para analizarla particularmente y luego se complementara con el análisis de los demás departamentos para llegar a descubrir de manera global lo que aqueja a la institución.

3.3.2.3 Técnicas de la Encuesta.

Se emplea la técnica de la encuesta estructurada aplicable al cliente externo del GAD Provincial de Pastaza para conocer la percepción que tiene sobre la atención brindada al usuario.

3.3.2.4 Test de Autoevaluación.

La autoevaluación es un método que consiste en valorar uno mismo la propia capacidad que se dispone para tal o cual tarea o actividad, así como también la calidad del trabajo que se lleva a cabo, especialmente en el ámbito pedagógico. Para ello se diseñó un cuestionario a ser contestado por los clientes internos y conocer su apreciación acerca de los aspectos más importantes para el desarrollo del trabajo en la institución.

3.3.2.5 Instrumentos.

Los instrumentos que se emplearan para la recolección de información son:

Los cuestionarios estructurados con preguntas a ser respondidas por los encuestados y entrevistados. Para lo cual en su diseño se aplicara la Escala de Likert, la cual nos ayudara a medir las variables.

La escala tipo Likert la cual “consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se pide reacción de los sujetos” (Llauradó, 2014)

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1 Población.

El universo de investigación lo integran los clientes internos y externos de la institución.

Cuadro 5			
Universo a Investigar			
CATEGORÍA	TÉCNICA A APLICAR	CARGO	TOTAL
Autoridades	Entrevista	Jefes Departamentales	10
Clientes Internos	Encuesta	Secretarias del GADPPz.	30
Clientes Externos	Encuesta	Público de la Provincia que acuden a recibir un servicio	6000
Fuente: GADPPz			
Elaborado por: Paola Guamán			

3.4.2 La Muestra.

Para el cálculo de la muestra se ha considerado a los dos segmentos de investigación.

3.4.2.1 Muestreo del Cliente Interno.

No se aplica fórmula para la muestra, debido a que el universo comprende 30 clientes internos y se consideró importante conocer su nivel de satisfacción con el servicio prestado.

3.4.2.2 Muestreo del Cliente Externo.

En este universo se ha considerado a los 6000 usuarios que reciben anualmente atención en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Pastaza, se aplica una fórmula para definir el tamaño de la muestra.

Para el cálculo del tamaño de la Muestra se utiliza un nivel de confianza de 1.96, con una probabilidad del 0.5, una no probabilidad 0.5 y un margen de error del 0.05, para lo cual se utiliza la siguiente fórmula:

Fórmula:

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

Dónde:

Datos:

n = Tamaño de la muestra

n =?

Z^2 = Nivel de confianza deseado

Z^2 = 1.96 (95%)

N = Tamaño de la población

N = 6000

p = Proporción real estimada de éxito

p = 0.50

q = Proporción real estimada de fracaso

q = 0.50

e^2 = Error muestral

e^2 = 0.05 (0.0025)

Calculo:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 (N - 1) + Z^2 * p * q}$$
$$n = \frac{1.96 * 6000 * 0.5 * 0.5}{0.0025 (6000 - 1) + 1.96 * 0.5 * 0.5}$$
$$n = \frac{2.940}{15.4875} = 189.83$$

n = 190 encuestas

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 MÉTODOLOGÍA, GUÍA Y/O PROCEDIMIENTO DE IMPLEMENTACION DE LA PROPUESTA

La metodología que se empleó para la elaboración de la tesis titulada: PROPUESTA DE ESTRATEGIAS PARA GENERAR EFICIENCIA EN EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PROVINCIAL DE PASTAZA. PERÍODO 2013, se establece desde el planteamiento de la situación problemática hasta el análisis de los resultados, con lo cual se procede a desarrollar las estrategias más apropiadas a las necesidades de la institución.

4.1.1 Análisis de resultados de la encuesta aplicada a los usuarios del servicio

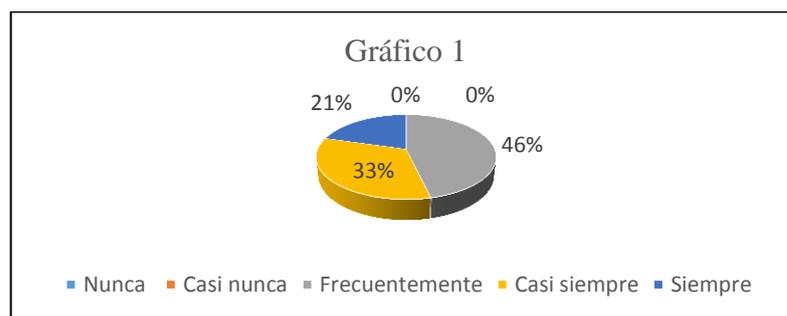
1.- ¿Al estar en contacto con el funcionario que le atiende, existe contacto visual?

Tabla 1: Contacto con el funcionario que le atiende

Calificación	f	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
Frecuentemente	88	46%
Casi siempre	63	33%
Siempre	39	21%
Total	190	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

La respuesta que expresaron los usuarios con respecto al estar en contacto visual existente con el funcionario que le atiende, respondieron el 46% frecuentemente, el 33% casi siempre y el 21% siempre.

Se puede observar de acuerdo a los resultados obtenidos que en su mayoría los encuestados opinan que si existe un contacto visual por tanto puede generarse un grado de confianza en el funcionario al tenerlo cara a cara.

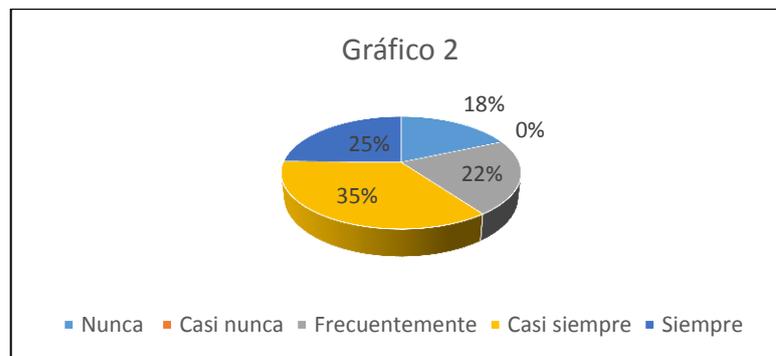
2.- ¿Considera que la atención que recibe es personalizada?

Tabla 2: La atención que recibe es personalizada

Calificación	f	%
Nunca	35	18%
Casi nunca	0	0%
Frecuentemente	41	22%
Casi siempre	67	35%
Siempre	47	25%
Total	190	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Los encuestados con respecto a la pregunta considera que la atención que recibe es personalizada, expresaron en un 35% casi siempre y el 18% nunca.

Los encuestados respondieron en su mayoría que si reciben una atención personalizada, lo cual debe mantenerse o mejorarse con el fin de aumentar mayor satisfacción en los usuarios al momento de acudir a la institución.

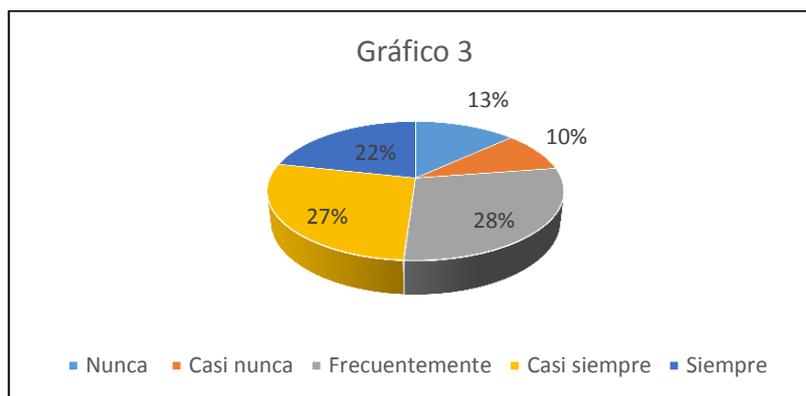
3.- Los funcionarios demuestran amabilidad al momento de brindarle el servicio?

Tabla 3: Demuestran amabilidad al momento de brindarle el servicio

Calificación	f	%
Nunca	25	14%
Casi nunca	18	9%
Frecuentemente	54	28%
Casi siempre	52	27%
Siempre	41	22%
Total	190	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

En la pregunta referente a que si los funcionarios demuestran amabilidad al momento de brindarle el servicio, los encuestados respondieron en un 28% frecuentemente y en un 10% casi nunca.

Esto significa que los encuestados en su mayoría consideran que debe mejorarse en normas de cortesía para atender a los usuarios y que estos se sientan conformes con el servicio brindado.

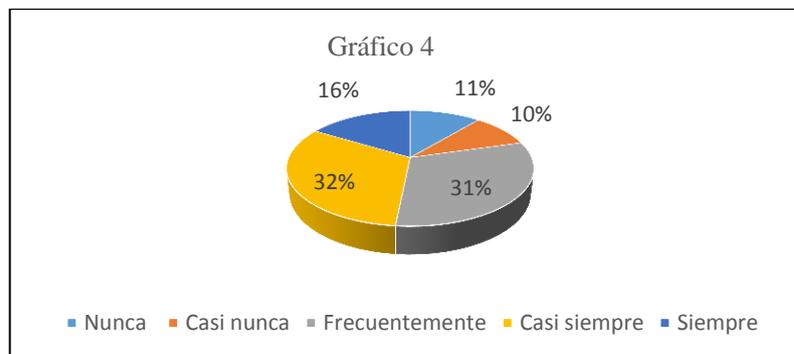
4.- ¿Se siente satisfecho por el servicio recibido en atención al cliente?

Tabla 4: Se siente satisfecho por el servicio recibido

Calificación	f	%
Nunca	21	11%
Casi nunca	18	10%
Frecuentemente	59	31%
Casi siempre	61	32%
Siempre	31	16%
Total	190	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Al preguntar sobre si se siente satisfecho por el servicio recibido en atención al cliente, los encuestados respondieron en un 32% casi siempre y en un 10% nunca.

Se puede interpretar en las respuestas emitidas por los usuarios, expresan que no existe mayor satisfacción en el servicio recibido, por tanto es necesario que se verifique la atención que brindan los funcionarios lo cual permitirá identificar las deficiencias y tomar acciones para eliminar cualquier desfase ocasionado.

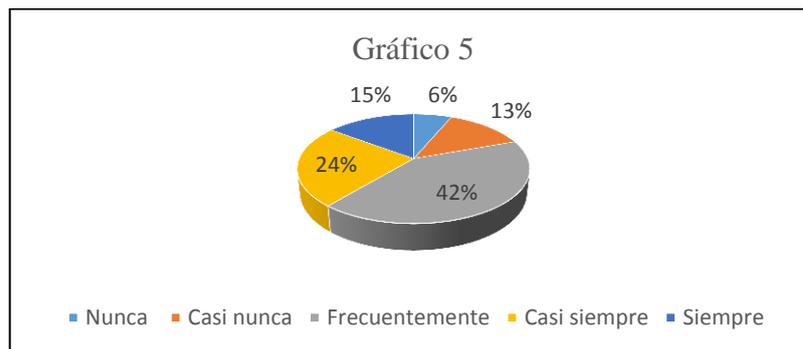
5.- ¿Opina Usted que los funcionarios en general entregan una atención de calidad?

Tabla 5: Los funcionarios en general entregan una atención de calidad

Calificación	f	%
Nunca	12	6%
Casi nunca	25	13%
Frecuentemente	79	42%
Casi siempre	46	24%
Siempre	28	15%
Total	190	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Los usuarios respondieron a la pregunta referente a si los funcionarios en general entregan una atención de calidad, con el 42% frecuentemente y el 6% nunca.

Es importante considerar que los usuarios evaluaron la atención en base a lo que ellos observaron y percibieron, por tanto es necesario que los funcionarios canalicen mejor sus esfuerzos en la atención al cliente, con ello logran desempeñarse mejor y alcanzar calidad en la atención para una mayor satisfacción en los usuarios.

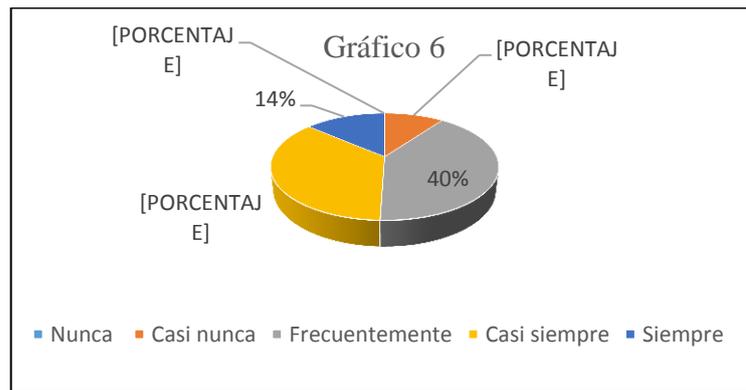
6.- Existe una comunicación clara y precisa del funcionario?

Tabla 6: Comunicación Clara y precisa del funcionario

Calificación	f	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	19	10%
Frecuentemente	77	40%
Casi siempre	68	36%
Siempre	26	14%
Total	190	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

La respuesta a la interrogante que dieron los encuestados fue del 40% frecuentemente existe una comunicación clara y precisa del funcionario, el 10% casi siempre.

Es importante resaltar el sentir de los usuarios ya que están demostrando insatisfacción con la comunicación existente de parte del funcionario en la institución, posiblemente porque no se ha entrenado o capacitado a los funcionarios para que realicen su trabajo con efectividad.

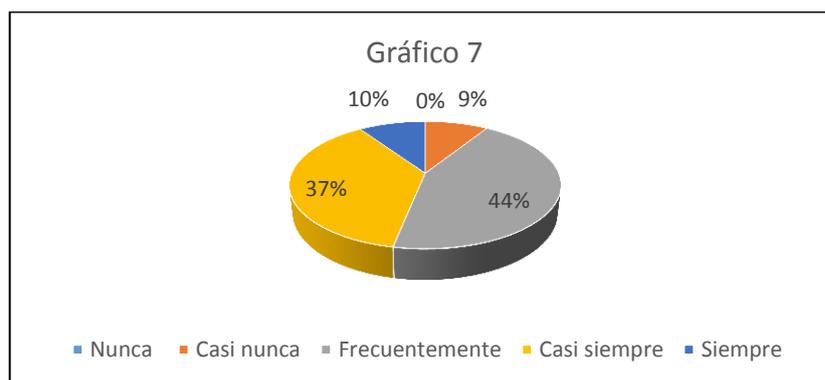
7.- ¿La información que usted solicita, satisface sus necesidades?

Tabla 7: Información que solicita, satisface sus necesidades

Calificación	f	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	17	9%
Frecuentemente	84	44%
Casi siempre	71	38%
Siempre	18	9%
Total	190	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Los encuestados respondieron en un 44% frecuentemente, el 9% casi nunca en la satisfacción a la información solicitada.

Se puede visualizar las respuestas de los encuestados interpretando las mismas con un nivel de insatisfacción, por tanto los funcionarios que laboran deben contar con la información suficiente y necesaria para poder responder a las inquietudes de los usuarios y aclarar las dudas a los mismos.

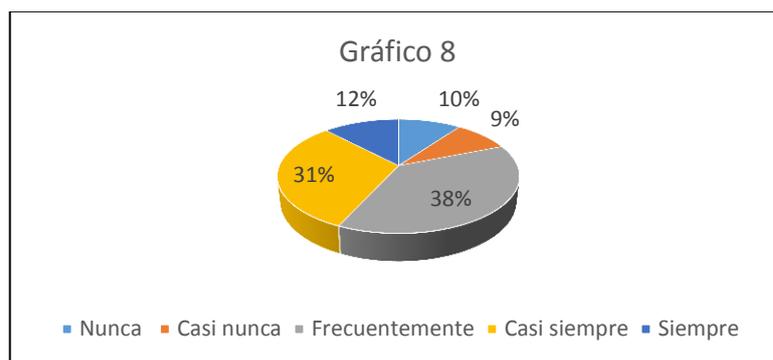
8.- ¿Considera que el funcionario da importancia a sus problemas?

Tabla 8: Considera que el funcionario da importancia a sus problemas

Calificación	f	%
Nunca	19	10%
Casi nunca	17	9%
Frecuentemente	72	38%
Casi siempre	59	31%
Siempre	23	12%
Total	190	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

La respuesta a la interrogante sobre si el funcionario da importancia a sus problemas, los encuestados respondieron el 38% frecuentemente y el 9% casi nunca.

Se resalta el sentir de los usuarios ya que están diciendo que no observan del funcionario dar importancia a sus problemas, por tanto es necesario concientizar al personal que labora en la institución para tenga empatía con los usuarios y pueda entenderlos de mejor manera.

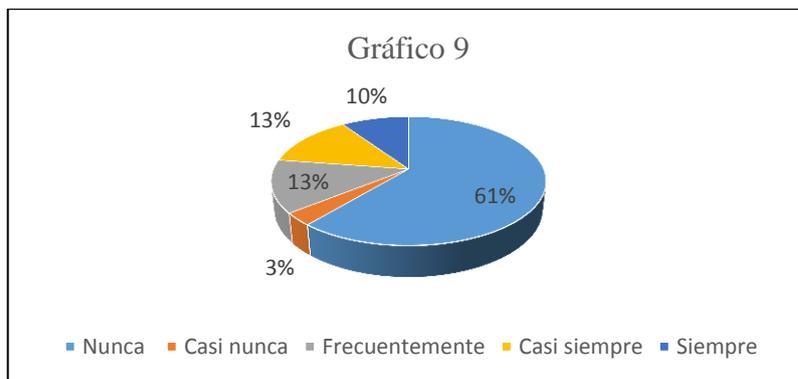
9.- ¿Ha visitado la página web de la institución para obtener información?

Tabla 9: Ha visitado la página web de la institución

Calificación	f	%
Nunca	116	61%
Casi nunca	6	3%
Frecuentemente	25	13%
Casi siempre	25	13%
Siempre	18	10%
Total	190	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

La respuesta a la pregunta referente a si ha visitado la página web de la institución para obtener información, los usuarios respondieron en un 61% nunca, en tanto que el 3% casi nunca.

Esto quiere decir que los usuarios no tienen mayor necesidad en visitar el sitio web institucional posiblemente porque les queda cerca el traslado a la institución.

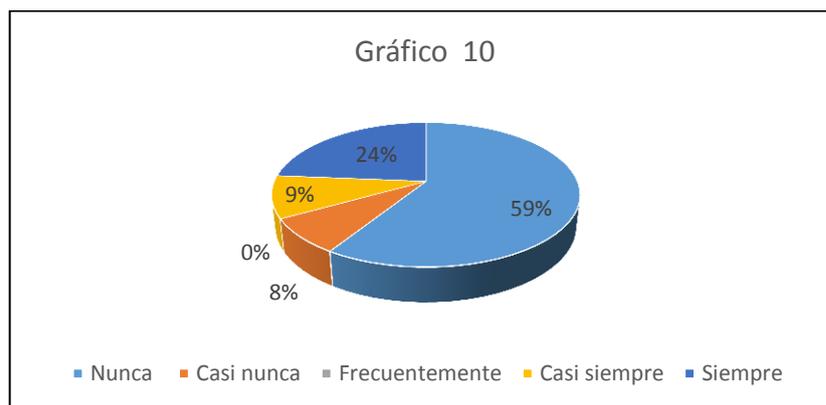
10.- ¿Usted se ha comunicado telefónicamente a la institución para solicitar información?

Tabla 10: Se ha comunicado telefónicamente a la institución para solicitar información

Calificación	f	%
Nunca	112	59%
Casi nunca	15	8%
Frecuentemente	0	9%
Casi siempre	18	0%
Siempre	45	24%
Total	190	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Los usuarios respondieron en un 59% que nunca y en un 9% casi nunca se han comunicado telefónicamente con la institución.

Esto se puede interpretar que los usuarios no tienen mayor necesidad en comunicarse por teléfono, porque la institución se encuentra cerca y se puede llegar fácilmente, sin inconvenientes.

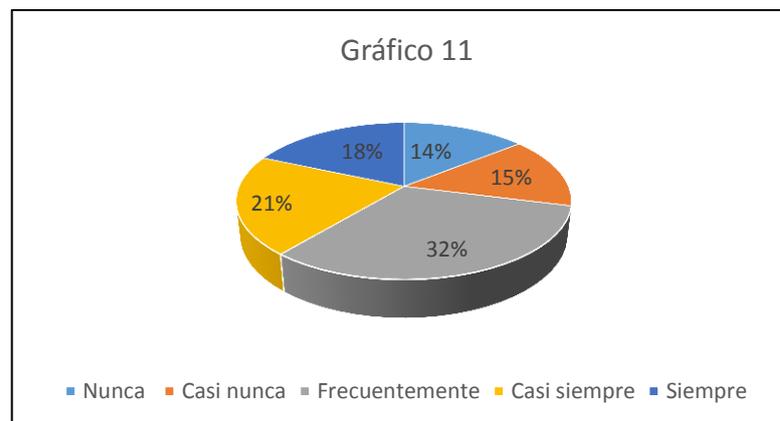
11.- ¿Ha sentido un trato diferenciado por parte del funcionario al dirigirse a usted?

Tabla 11: Ha sentido un trato diferenciado por parte del funcionario

Calificación	f	%
Nunca	27	14%
Casi nunca	28	15%
Frecuentemente	61	32%
Casi siempre	39	21%
Siempre	35	18%
Total	190	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Con relación a la diferenciación en trato de parte del funcionario al usuario, respondieron el 32% frecuentemente y el 14% nunca.

Esto significa que los usuarios expresan en su mayoría sentir cierta diferenciación en el trato por parte de los funcionarios, lo cual debería analizarse para eliminar estas diferencias y entregar un trato igual para todos los usuarios.

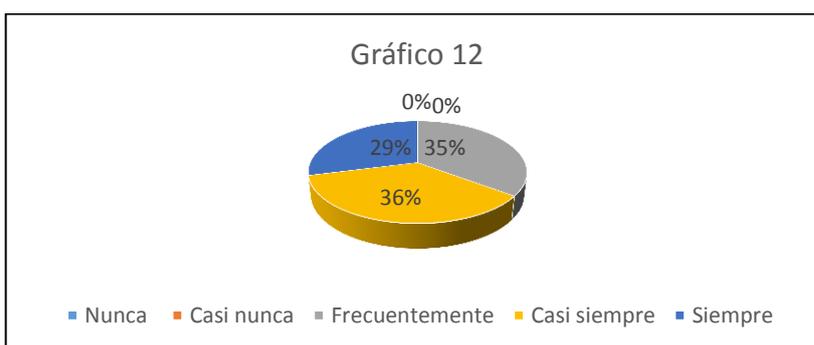
12.- ¿La capacitación ayuda a mejorar la relación funcionario-cliente?

Tabla 12: La capacitación ayuda a mejorar la relación funcionario-cliente

Calificación	f	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
Frecuentemente	67	35%
Casi siempre	68	36%
Siempre	55	29%
Total	190	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Con relación a la pregunta referente a si la capacitación ayuda a mejorar la relación funcionario-cliente los usuarios respondieron en un 36% frecuentemente y el 29% siempre.

Esto significa que los usuarios expresaron en su mayoría que la capacitación es necesario y siempre ayuda al funcionario para realizar de forma eficiente sus actividades, por tanto se debería considerar realizar cursos o talleres de capacitación con mayor frecuencia.

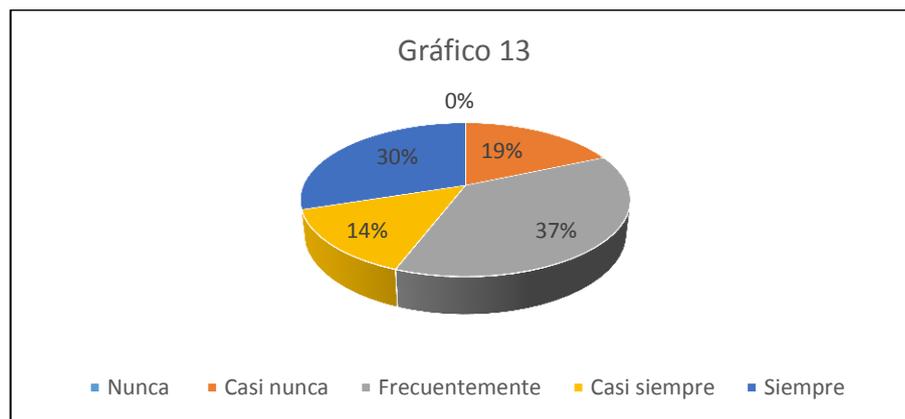
13.- ¿Considera que el funcionario que lo atiende demuestra buena actitud?

Tabla 13: Considera que el funcionario que lo atiende demuestra buena actitud

Calificación	f	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	35	19%
Frecuentemente	71	37%
Casi siempre	27	14%
Siempre	57	30%
Total	190	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

La buena actitud demostrada por el funcionario que lo atiende, respondieron los entrevistados en un 37% frecuentemente y en un 14% casi siempre.

Se interpreta a la respuesta dada por los usuarios que en su mayoría no están de acuerdo con la actitud entregada por los funcionarios, por tanto debe mejorarse para lograr la excelencia a través de entrenamiento sobre relaciones humanas.

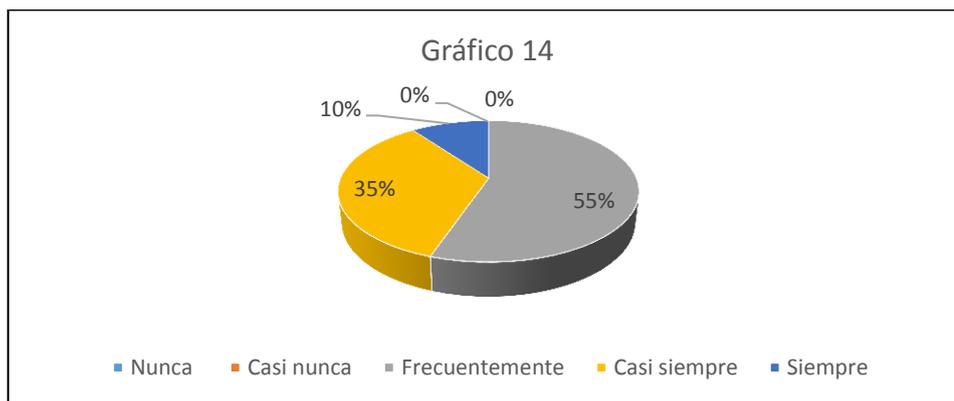
14.- ¿Cuándo usted acude a la institución lo atienden inmediatamente?

Tabla 14: Cuándo usted acude a la institución lo atienden inmediatamente

Calificación	f	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
Frecuentemente	105	55%
Casi siempre	66	35%
Siempre	19	10%
Total	190	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

La respuesta a esta interrogante fue del 55% de encuestados frecuentemente y el 10% siempre.

Esto significa que el tiempo en espera de atención para ser atendido no es muy apropiado, por tanto debería analizarse y proponer alternativas que ayuden a minimizar el tiempo en la atención.

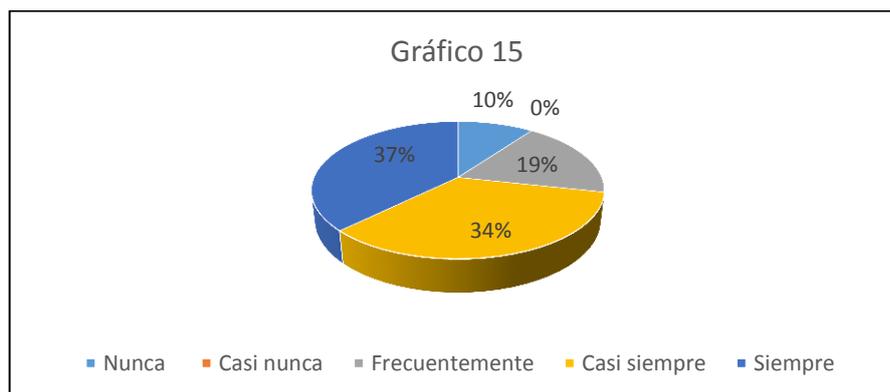
15.- ¿Considera necesario establecer entrega de turnos para ser atendido?

Tabla 15: Considera necesario establecer entrega de turnos para ser atendido

Calificación	f	%
Nunca	19	10%
Casi nunca	0	0%
Frecuentemente	35	19%
Casi siempre	65	34%
Siempre	71	37%
Total	190	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Los usuarios respondieron a esta pregunta en un 34% casi siempre y en un 10% nunca.

Se puede establecer que los usuarios están de acuerdo en su mayoría que la institución establezca la entrega de turnos para ser atendido, posiblemente porque consideran que esto permitirá reducir el tiempo en espera a ser atendidos.

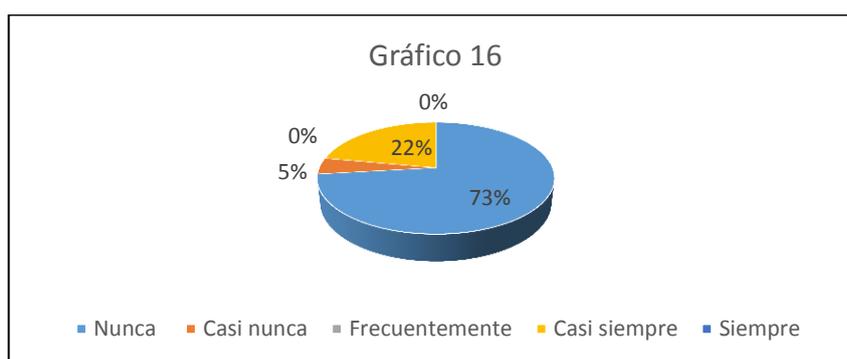
16.- ¿Alguna vez usted ha presentado un reclamo o sugerencia?

Tabla 16: Alguna vez usted ha presentado un reclamo o sugerencia

Calificación	f	%
Nunca	139	73%
Casi nunca	9	5%
Frecuentemente	0	0%
Casi siempre	42	22%
Siempre	0	0%
Total	190	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

En respuesta a la pregunta acerca de si alguna vez usted ha presentado un reclamo o sugerencia, los encuestados respondieron en un 73% nunca y en un 3% casi nunca.

Es evidente observar en esta pregunta las respuestas que dan los usuarios en su mayoría es que nunca han presentado quejas, posiblemente porque consideran innecesario, pudiendo generar pérdida de tiempo para no tener ninguna respuesta a la queja presentada.

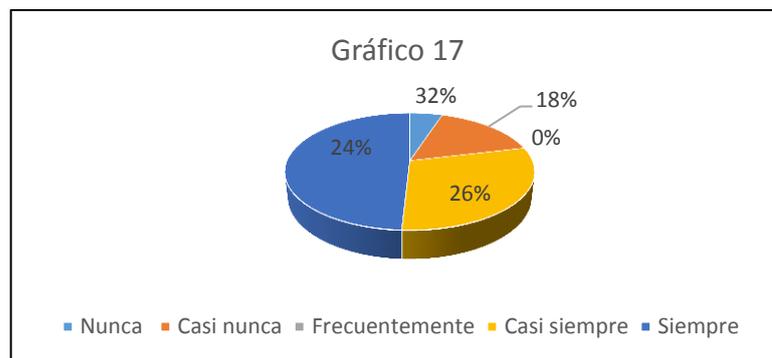
17.- Al conocer de los reclamos considera se mejorará las deficiencias presentadas?

Tabla 17: Reclamos considera se mejorará las deficiencias

Calificación	f	%
Nunca	61	32%
Casi nunca	33	18%
Frecuentemente	0	0%
Casi siempre	50	26%
Siempre	46	24%
Total	190	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

En respuesta a la pregunta acerca de si al conocer de los reclamos considera se mejorará las deficiencias presentadas en la institución, respondiendo en un 32% nunca y en un 18% casi nunca.

Se puede entender que los usuarios en su mayoría opinan que nunca se dará mejora a las deficiencias presentadas, posiblemente porque no existe un buzón quejas en la institución para poderlas presentar.

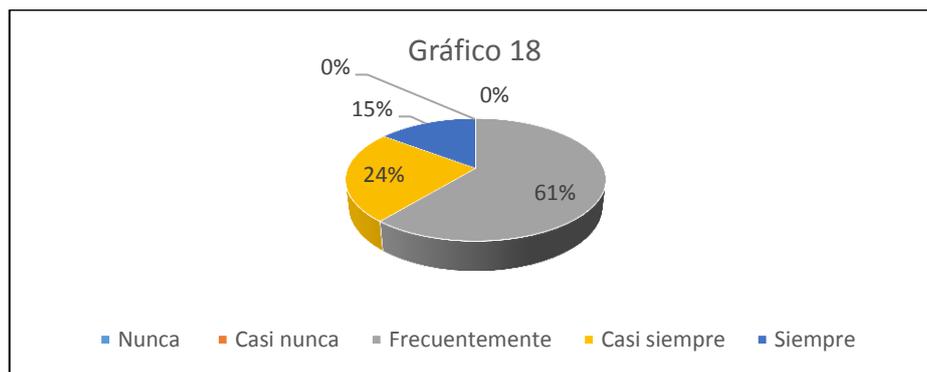
18.- La institución presenta un espacio físico y ambiente agradable a su vista?

Tabla 18: Presenta un espacio físico y ambiente agradable

Calificación	f	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
Frecuentemente	116	61%
Casi siempre	46	24%
Siempre	28	15%
Total	190	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Los encuestados respondieron a la pregunta referente al espacio físico y ambiente agradable a la vista del usuario, en un 61% frecuentemente y en un 15% siempre.

La institución presenta un espacio físico y ambiente agradable a lo que los usuarios en su mayoría no están de acuerdo con la infraestructura y ambiente de la institución por tanto debería mejorarse.

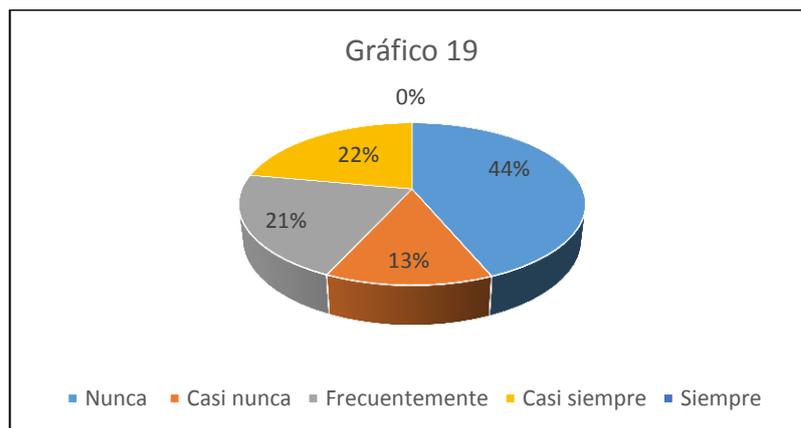
19.- Brinda comodidad el espacio y mobiliario en la sala de espera?

Tabla 19: Brinda comodidad el espacio y mobiliario en la sala de espera

Calificación	f	%
Nunca	83	44%
Casi nunca	25	13%
Frecuentemente	40	21%
Casi siempre	42	22%
Siempre	0	0%
Total	190	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Los encuestados respondieron a la pregunta referente a la comodidad del espacio y mobiliario en la sala de espera, en un 44% siempre y en un 13% casi nunca.

Los usuarios en su mayoría consideran estar de acuerdo con la comodidad el espacio y mobiliario en la sala de espera en la institución, porque se sienten a gusto con estos recursos que proyecta.

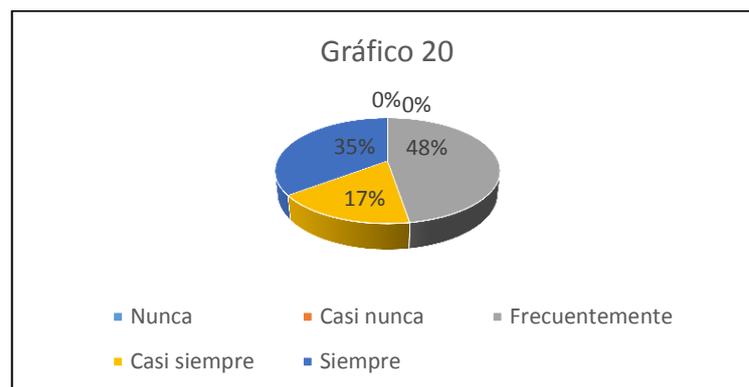
20.- ¿Los computadores y tecnología ayudan en el trabajo de los funcionarios?

Tabla 20: Los computadores y tecnología ayudan en el trabajo

Calificación	f	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
Frecuentemente	90	48%
Casi siempre	33	17%
Siempre	67	35%
Total	190	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Los encuestados respondieron a la pregunta referente la tecnología en donde respondieron en un 48% frecuentemente y en un 17% casi siempre.

Los usuarios en su mayoría consideran estar de acuerdo con los recursos que utiliza la institución para ofrecer el servicio a sus usuarios por tanto el Concejo Provincial debe mantener actualizado tanto los equipos como los softwares que se utilizan para realizar las actividades diarias los funcionarios.

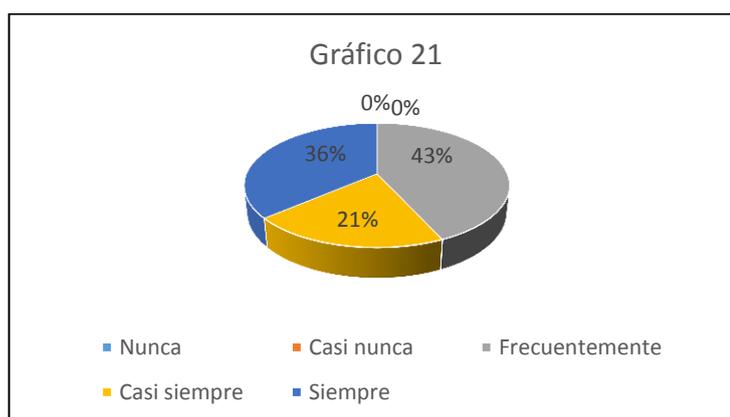
21.- La maquinaria solicitada por UD., para las obras es de fácil acceso?

Tabla 21: La maquinaria solicitada para las obras es de fácil acceso

Calificación	f	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
Frecuentemente	82	43%
Casi siempre	39	21%
Siempre	69	36%
Total	190	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Los usuarios respondieron en un 43% frecuentemente y en un 21% casi siempre en relación a la pregunta sobre si la maquinaria solicitada por UD., para las obras es de fácil acceso.

Los usuarios no están de acuerdo en su mayoría que la institución facilita la maquinaria para la realización de obras de la comunidad sin mayor problema. Por tanto es necesario que la misma siempre este en óptimas condiciones para no tener inconvenientes.

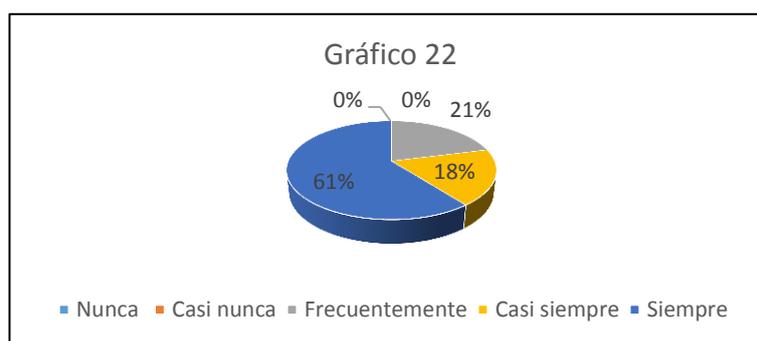
22.- El uso del uniforme crea un reconocimiento institucional?

Tabla 22: El uso del uniforme crea un reconocimiento institucional

Calificación	f	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
Frecuentemente	40	21%
Casi siempre	35	18%
Siempre	115	61%
Total	190	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

La respuesta a esta pregunta sobre el uso del uniforme crea un reconocimiento institucional, los usuarios respondieron en un 61% siempre y en un 18% casi siempre.

Se interpreta las respuestas emitidas por los usuarios estar de acuerdo en su mayoría que el uso del uniforme crea identidad corporativa, por tal motivo se debe dar un buen uso y cuidado a esta prenda como elemento importante del funcionario.

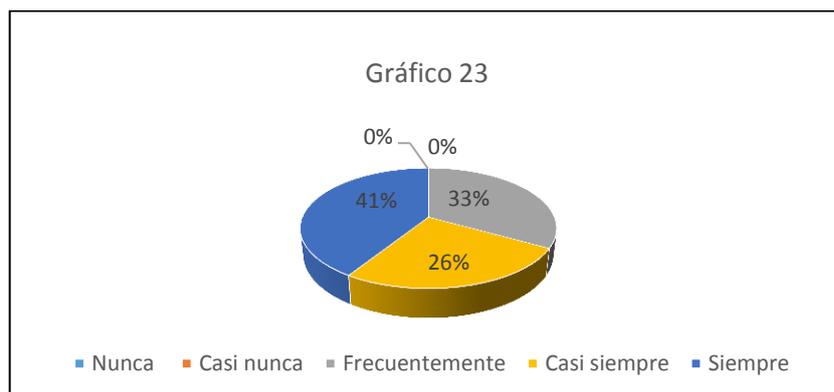
23.- El orden y aseo en el puesto de trabajo refleja respeto hacia el usuario?

Tabla 23: El orden y aseo en el puesto de trabajo refleja respeto hacia el usuario

Calificación	f	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
Frecuentemente	63	33%
Casi siempre	49	26%
Siempre	78	41%
Total	190	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

La pregunta sobre el orden y aseo en el puesto de trabajo refleja respeto hacia el usuario, los encuestados respondieron en un 41% siempre y en un 26% casi siempre.

Esto evidencia que está de acuerdo y da gran importancia al orden y aseo en el puesto de trabajo del funcionario, por tanto es fundamental conservar sus áreas de trabajo aseadas y ordenadas generando buena imagen personal e institucional.

HALLAZGOS ENCONTRADOS EN LA ENCUESTA APLICADA A LOS USUARIOS DEL CONSEJO PROVINCIAL DE PASTAZA

1.- ¿Al estar en contacto con el funcionario que le atiende, existe contacto visual?

Se observa que los usuarios respondieron en un 46% frecuentemente, es decir que si existe un contacto visual por tanto puede generarse un grado de confianza en el funcionario al tenerlo cara a cara.

2.- ¿Considera que la atención que recibe es personalizada?

Los encuestados respondieron en un 35% casi siempre, es decir los usuarios consideran haber recibido una atención personalizada, lo cual debe mantenerse o mejorarse con el fin de aumentar mayor satisfacción en los usuarios al momento de acudir a la institución.

3.- Los funcionarios demuestran amabilidad al momento de brindarle el servicio?

28% de usuarios manifiesta que frecuentemente, es decir que los usuarios no están satisfechos con el trato ofrecido por los funcionarios, por tanto debe mejorarse la atención empleando normas de cortesía para atender a los usuarios y que estos se sientan conformes con el servicio brindado.

4.- ¿Se siente satisfecho por el servicio recibido en atención al cliente?

Se expresó el sentir de los usuarios con respecto a la existencia de mayor satisfacción en el servicio recibido en un 32% con casi siempre, situación que necesariamente deberá verificarse para identificar las deficiencias y tomar acciones que ayuden a eliminar cualquier desfase ocasionado.

5.- ¿Opina usted que los funcionarios en general entregan una atención de calidad?

Los usuarios respondieron con el 42% frecuentemente, es decir evaluaron la atención en base a lo que ellos observaron y percibieron, por tanto es necesario que los funcionarios canalicen mejor sus esfuerzos en la atención al cliente, con ello logran desempeñarse mejor y obtener calidad en la atención para una mayor satisfacción en los usuarios.

6.- Existe una comunicación clara y precisa del funcionario?

Los encuestados respondieron en un 40% frecuentemente, es decir que están demostrando insatisfacción con la comunicación existente de parte del funcionario en la institución, posiblemente porque no se ha entrenado o capacitado a los funcionarios para que realicen su trabajo con efectividad.

7.- ¿La información que usted solicita, satisface sus necesidades?

Los encuestados respondieron en un 44% frecuentemente, respuesta que revela un nivel de insatisfacción, por tanto los funcionarios que laboran deben contar con la información suficiente y necesaria para poder responder a las inquietudes de los usuarios y aclarar las dudas a los mismos.

8.- ¿Considera que el funcionario da importancia a sus problemas?

Los encuestados respondieron el 38% frecuentemente, respuesta que resalta el sentir de los usuarios ya que están diciendo que no observan del funcionario dar importancia a sus problemas, por tanto es necesario concientizar al personal que labora en la institución para tenga empatía con los usuarios y pueda entenderlos de mejor manera.

9.- ¿Ha visitado la página web de la institución para obtener información?

Los usuarios respondieron en un 61% nunca, esto quiere decir que los usuarios no tienen mayor necesidad en visitar el sitio web institucional posiblemente porque les queda cerca el traslado a la institución.

10.- ¿Usted se ha comunicado telefónicamente a la institución para solicitar información?

Los usuarios respondieron en un 59% que nunca, lo cual se puede interpretar que los usuarios no tienen mayor necesidad en comunicarse por teléfono, porque la institución se encuentra cerca y se puede llegar fácilmente, sin inconvenientes.

11.- ¿Ha sentido un trato diferenciado por parte del funcionario al dirigirse a usted?

Los usuarios respondieron en un 32% frecuentemente, expresando su sentir hacia cierta diferenciación en el trato por parte de los funcionarios, lo cual debería analizarse para eliminar estas diferencias y entregar un trato igual para todos los usuarios.

12.- ¿La capacitación ayuda a mejorar la relación funcionario-cliente?

Los usuarios respondieron en un 36% frecuentemente, esto significa que los usuarios expresaron que la capacitación es necesaria y siempre ayuda al funcionario para realizar de forma eficiente sus actividades, por tanto se debería considerar realizar cursos o talleres de capacitación con mayor frecuencia.

13.- ¿Considera que el funcionario que lo atiende demuestra buena actitud?

Los encuestados respondieron en un 37% frecuentemente, interpretándose que los usuarios no están de acuerdo con la actitud entregada por los funcionarios, por tanto debe mejorarse para lograr la excelencia a través de entrenamiento sobre relaciones humanas.

14.- ¿Cuándo usted acude a la institución lo atienden inmediatamente?

El 55% de encuestados respondieron con frecuentemente, esto significa que el tiempo en espera de atención para ser atendido no es muy apropiado, por tanto debería analizarse y proponer alternativas que ayuden a minimizar el tiempo en la atención.

15.- ¿Considera necesario establecer entrega de turnos para ser atendido?

Los usuarios respondieron en un 34% casi siempre por tanto se puede establecer que los usuarios están de acuerdo que la institución establezca la entrega de turnos para ser atendido, posiblemente porque consideran que esto permitirá reducir el tiempo en espera a ser atendidos.

16.- ¿Alguna vez usted ha presentado un reclamo o sugerencia?

Los encuestados respondieron en un 73% nunca, evidenciado los usuarios nunca han presentado quejas, posiblemente porque consideran innecesario, pudiendo generar pérdida de tiempo para no tener ninguna respuesta a la queja presentada.

17.- Al conocer de los reclamos considera se mejorará las deficiencias presentadas?

Los usuarios respondieron en un 32% nunca, entendiéndose que los usuarios opinan que nunca se dará mejora a las deficiencias presentadas, posiblemente porque no existe un buzón quejas en la institución para poderlas presentar.

18.- La institución presenta un espacio físico y ambiente agradable a su vista?

Los encuestados respondieron en un 61% frecuentemente, evidenciando que los usuarios en su mayoría no están de acuerdo con la infraestructura y ambiente de la institución, por tanto debería mejorarse.

19.- Brinda comodidad el espacio y mobiliario en la sala de espera?

Los encuestados respondieron en un 44% siempre, lo que significa que los usuarios consideran estar de acuerdo con la comodidad el espacio y mobiliario en la sala de espera en la institución, porque se sienten a gusto con estos recursos que proyecta.

20.- ¿Los computadores y tecnología ayudan en el trabajo de los funcionarios?

Los encuestados respondieron en un 48% frecuentemente, situación que refleja el sentir de los usuarios consideran estar de acuerdo con los recursos que utiliza la institución para ofrecer el servicio a sus usuarios por tanto el Concejo Provincial debe mantener actualizado tanto los equipos como los softwares que se utilizan para realizar las actividades diarias los funcionarios.

21.- La maquinaria solicitada por UD., para las obras es de fácil acceso?

Los usuarios respondieron en un 43% frecuentemente, evidenciando estar en desacuerdo a la facilidad que la institución presta para prestar la maquinaria para la realización de obras de la comunidad, por tanto es necesario que la misma siempre este en óptimas condiciones para no tener inconvenientes.

22.- El uso del uniforme crea un reconocimiento institucional?

Los usuarios respondieron en un 61% siempre, interpretándose que los usuarios están de acuerdo en su mayoría que el uso del uniforme crea identidad corporativa, por tal motivo se debe dar un buen uso y cuidado a esta prenda como elemento importante del funcionario.

23.- El orden y aseo en el puesto de trabajo refleja respeto hacia el usuario?

Los encuestados respondieron en un 41% siempre, evidenciando que los usuarios están de acuerdo en que el orden y aseo en el puesto de trabajo del funcionario, refleja respeto hacia el usuario, por tanto es fundamental conservar sus áreas de trabajo aseadas y ordenas generando buen imagen personal e institucional.

4.1.2 Análisis de resultados de la autoevaluación aplicada a los funcionarios

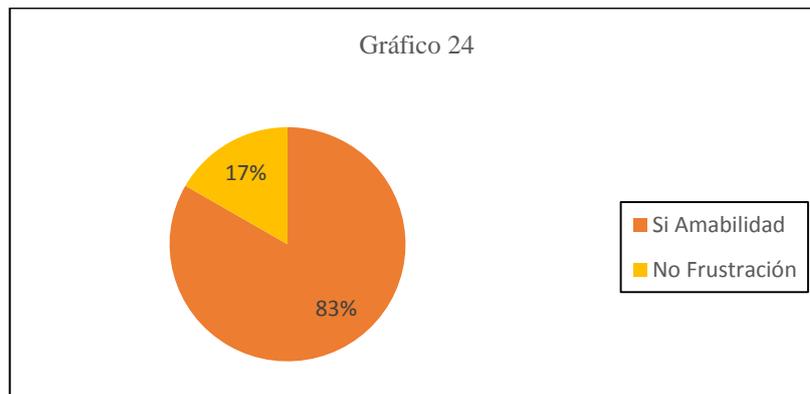
24.- El trato del cliente hacia usted es adecuado?

Tabla 24: Trato del cliente

Respuesta	Razones	F	%
Si	Amabilidad	25	83
No	Frustración	5	17
Total		30	100

Fuente: Funcionarios del GADPPzz

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Los encuestados respondieron en un 83% existe trato con amabilidad del cliente en tanto que el 17% respondió que no.

Entendiéndose que los usuarios en su mayoría tienen un trato amable hacia los funcionarios, en tanto que en una minoría no, posiblemente porque existe frustración en ellos.

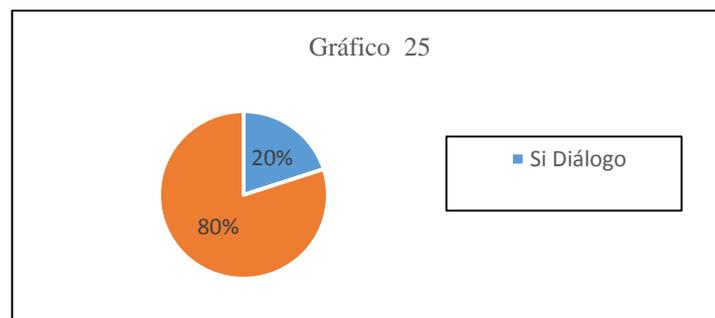
25.- Toma alguna acción correctiva y de mejora cuando existe algún contratiempo con el cliente?

Tabla 25: Acción correctiva y de mejora

Respuesta	Razones	f	%
Si	Diálogo	6	20%
No	Se va sin escuchar	24	80%
Total		30	100%

Fuente: Funcionarios del GADPPzz

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Los encuestados respondieron en un 80% Si, en tanto que el 20% respondió que no.

Entendiéndose que los funcionarios si toman acciones correctivas y de mejora cuando existe algún contratiempo con el cliente, en su mayoría; en tanto que el resto de encuestados respondió, posiblemente porque los usuarios no les permiten tomar acción para calmar los ánimos.

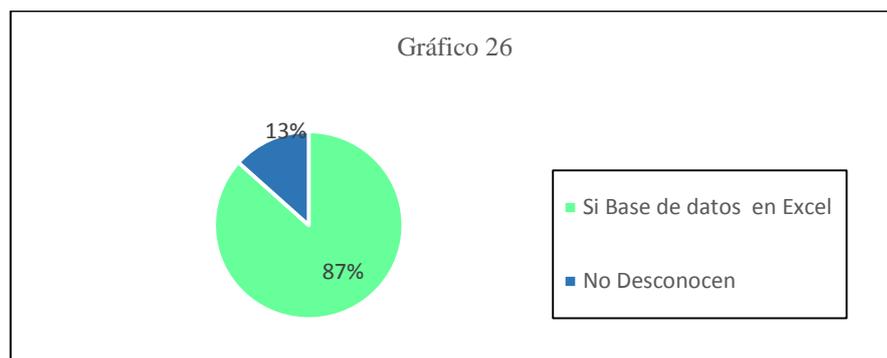
26.- Cuenta la institución con alguna herramienta que permita almacenar la información de los clientes?

Tabla 26: Herramientas para almacenar información

Respuesta	Razones	f	%
Si	Base de datos en Excel	26	87%
No	Desconocen	4	13%
Total		30	100

Fuente: Funcionarios del GADPPzz

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Los encuestados respondieron en un 87% si, en tanto que el 13% respondió que no.

Entendiéndose que los funcionarios en su mayoría respondió que si poseen herramientas para almacenar información, por tanto ellos cuentan con la información actualizada en el momento que lo necesiten, en tal razón pueden solventar las necesidades de información tanto para los usuarios como para sus compañeros de trabajo.

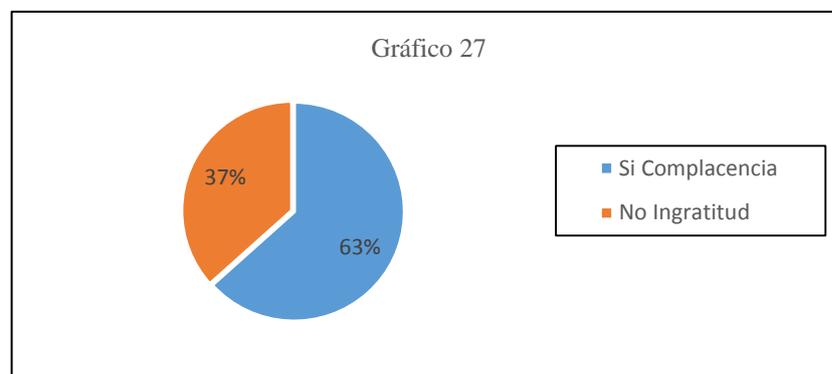
27.- ¿Al entregar el servicio al cliente este demuestra satisfacción?

Tabla 27: Satisfacción en el servicio

Respuesta	Razones	f	%
Si	Complacencia	19	63%
No	Ingratitud	11	37%
Total		30	100%

Fuente: Funcionarios del GADPPzz

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

El 63% de la población encuestada respondió que si, en tanto que el 37% no, a la satisfacción en el servicio entregado al cliente.

Esto significa que los funcionarios brindan el servicio y en su mayoría los clientes demuestran satisfacción, en tanto que en un 37% no se evidencia eso. Posiblemente porque los clientes esperan recibir más por tanto se debe analizar qué es lo que genera insatisfacción en los usuarios.

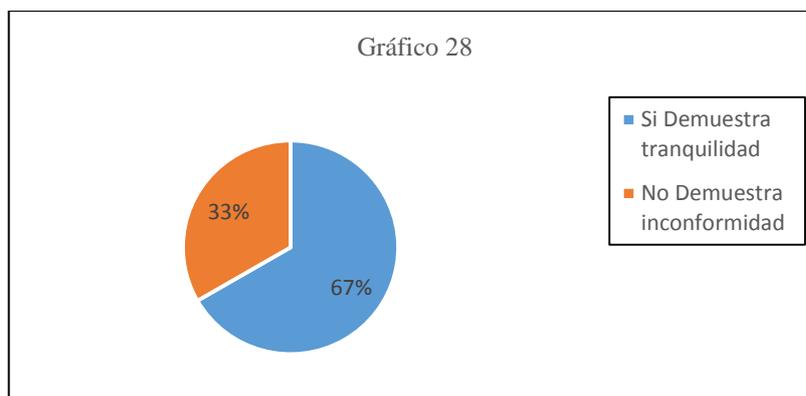
28.- Los servicios que se ofrecen cubren las necesidades de los clientes?

Tabla 28: Los servicios cubren las necesidades del cliente

Respuesta	Razones	f	%
Si	Demuestra tranquilidad	20	67%
No	Demuestra inconformidad	10	33%
Total		30	100

Fuente: Funcionarios del GADPPzz

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Los encuestados respondieron en un 67% si y en un 33% no a la pregunta sobre si los servicios que se ofrecen cubren las necesidades de los clientes.

Los funcionarios consideran en su mayoría que si están cubriendo las necesidades de los usuarios, porque demuestran tranquilidad al momento de terminar con la atención, en tanto que los demás funcionarios manifiestan que se observa intranquilidad en los usuarios.

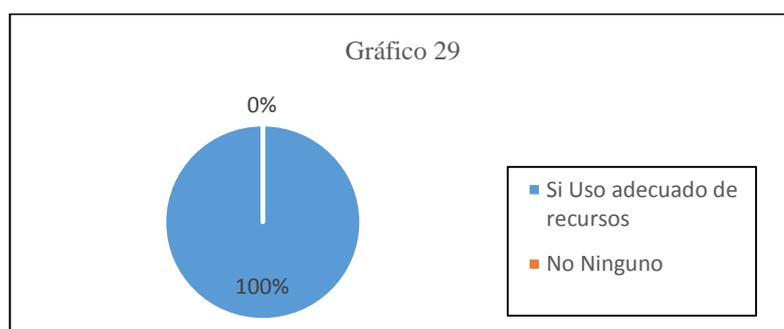
29.-Los procesos y estándares de calidad en los servicios que brinda, contribuyen al crecimiento institucional?

Tabla 29: Procesos y Estándares de calidad

Respuesta	Razones	f	%
Si	Uso adecuado de recursos	30	100%
No	Ninguno	0	0%
Total		30	100%

Fuente: Funcionarios del GADPPzz

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Los encuestados en su mayoría consideran si cumplir en un 100%.

Es importante conocer que los funcionarios se apeguen al uso adecuado de los recursos por tanto están cumpliendo con las normativas vigentes institucionales e internacionales.

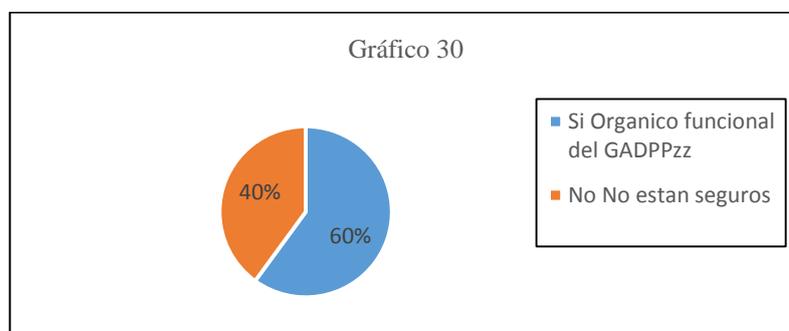
30.- La institución cuenta con algún manual que detalle los procesos a cumplir?

Tabla 30: Manual de procesos a cumplir

Respuesta	Razones	f	%
Si	Orgánico funcional del GADPPzz	18	60%
No	No están seguros	12	40%
Total		30	100%

Fuente: Funcionarios del GADPPz

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Los encuestados en su mayoría que es el 60% consideran que Si cuenta la institución con un manual en tanto que en un 40% no está seguro.

Es importante conocer la institución cuenta con algún manual que detalle los procesos a cumplir lo cual permite a los funcionarios ejecutar sus actividades de acuerdo a los parámetros establecidos en el documento, sin embargo una minoría de funcionarios no están seguros o conocen de la existencia del manual lo cual les dificulta la práctica eficiente de su trabajo.

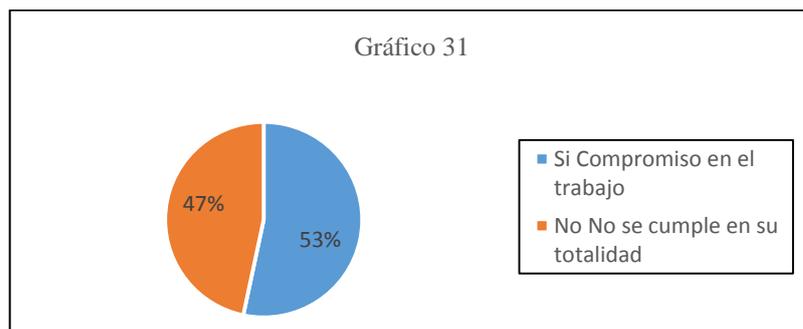
31.- Los procedimientos y estándares de calidad son aplicados por el personal en la ejecución del trabajo?

Tabla 31: Procedimientos y Estándares de calidad

Respuesta	Razones	f	%
Si	Compromiso en el trabajo	16	53%
No	No se cumple en su totalidad	14	47%
Total		30	100%

Fuente: Funcionarios del GADPPz

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Los encuestados respondieron en un 53% si, en tanto que el 47% respondió que no

Los procedimientos y estándares de calidad si son aplicados por el personal en la ejecución del trabajo en un 53% de acuerdo a lo que expresaron, en tanto que el 47% expreso que no, por tanto se debe capacitar a los funcionarios para que conozcan mejor los procedimientos y estándares de calidad y se desempeñen eficientemente en su trabajo.

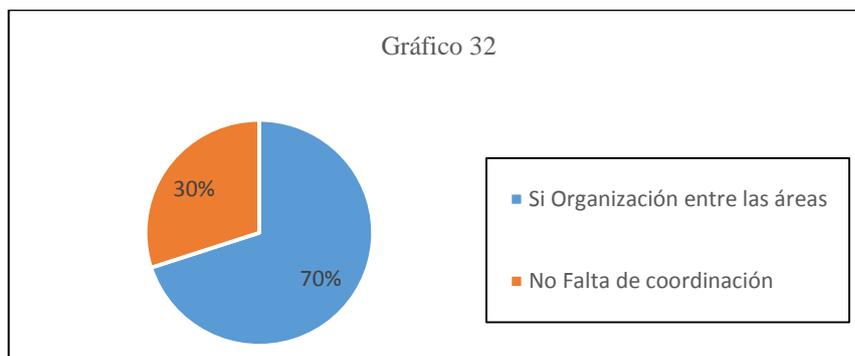
32.- Existe una adecuada y fluida comunicación entre los diferentes departamento de la institución?

Tabla 32: Adecuada comunicación

Respuesta	Razones	f	%
Si	Organización entre las áreas	21	70%
No	Falta de coordinación	9	30%
Total		30	100

Fuente: Funcionarios del GADPPz

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Los encuestados respondieron en un 70% si y en un 30% a la pregunta referente a si existe una adecuada y fluida comunicación entre los diferentes departamento de la institución.

Los encuestados responden en su mayoría que existe organización entre las áreas, por tanto es una fortaleza para la institución, sin embargo en minoría un grupo de funcionarios manifiesta que falta coordinación, por tanto se debe realizar actividades de involucren a todos los funcionarios y pueden conocerse y mejorar la actividad de trabajo de mejor forma.

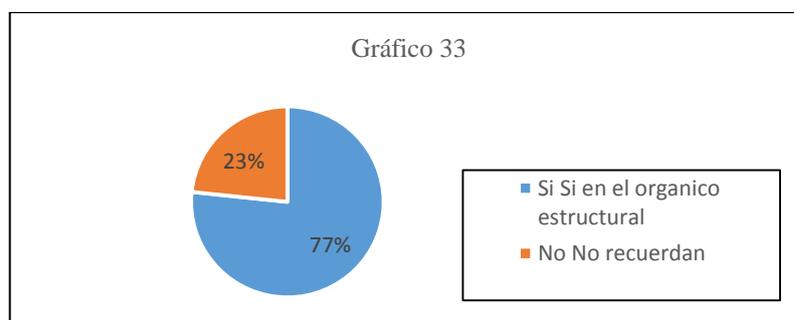
33.- Se ha comunicado eficientemente la filosofía institucional a los funcionarios?

Tabla 33: Comunicación de la filosofía empresarial

Respuesta	Razones	f	%
Si	Si en el orgánico estructural	23	73%
No	No recuerdan	7	23%
Total		30	100%

Fuente: Funcionarios del GADPPz

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Los encuestados respondieron en un 77% si, en tanto que el 23% no.

Se observa que si se ha comunicado eficientemente la filosofía institucional a los funcionarios evidencian en su mayoría ratificarlo, en tanto que un grupo de funcionarios no lo recuerdan por tanto se debe socializar la filosofía institucional para que todos conozcan que es lo que la institución aspira de sus funcionarios para la comunidad.

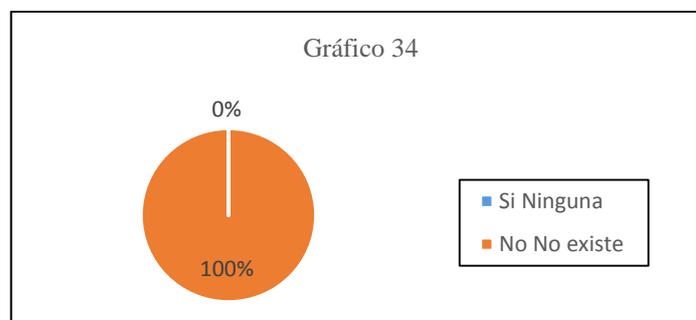
34.- El GADPPzz cuenta con un buzón de quejas y sugerencias?

Tabla 34: Buzón de quejas

Respuesta	Razones	f	%
Si	Ninguna	0	0%
No	No existe	30	100%
Total		30	100%

Fuente: Funcionarios del GADPPz

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

En un 100% responden que si.

Se evidencia que el GADPPz no cuenta con un buzón de quejas y sugerencias a lo que los funcionarios responden si en su total, posiblemente esto provoca que los usuarios no hagan uso de esta herramienta. Por tanto debería la institución considerar el colocarlo para conocer la opinión de los usuarios sobre los diferentes servicios y temas relacionados a la institución.

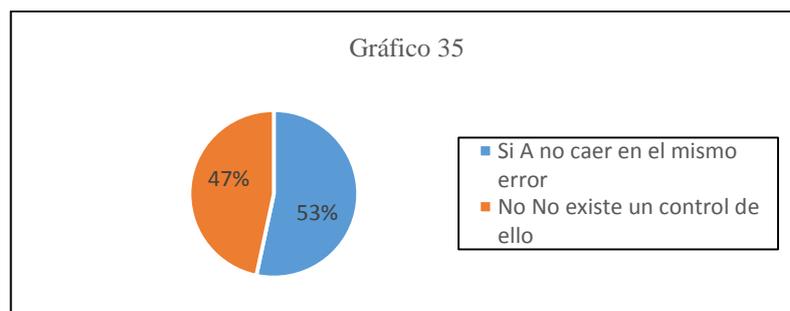
35.- Las quejas presentadas por los usuarios ayudan a mejorar el desempeño del funcionario?

Tabla 35: Las quejas ayudan a mejorar el desempeño

Respuesta	Razones	f	%
Si	A no caer en el mismo error	16	53%
No	No existe un control de ello	14	47%
Total		30	100%

Fuente: Funcionarios del GADPPz

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Los encuestados respondieron en un 53% si, en tanto que el 47% no.

Se observa que los encuestados respondieron en su mayoría que si ayudan a las quejas a mejorar sin embargo esto no se aplica en la institución al no poseer un buzón de quejas para hacerlas saber. Por lo tanto sería conveniente contar con esta herramienta para que los clientes presenten sus quejas, sugerencia o felicitaciones.

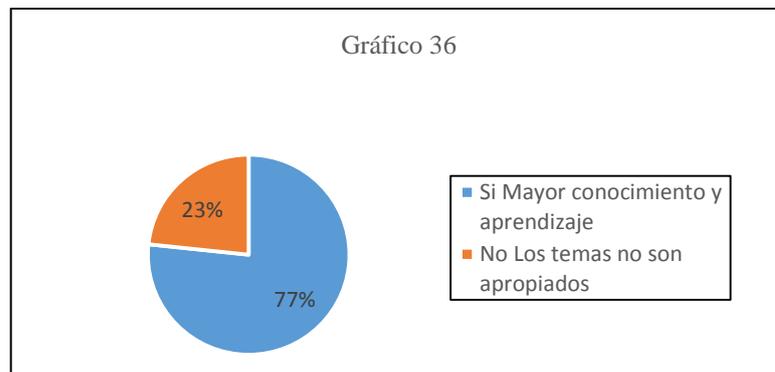
36.- Considera las capacitaciones un factor positivo en la mejora de sus conocimientos

Tabla 36: Las capacitaciones son un factor positivo

Respuesta	Razones	f	%
Si	Mayor conocimiento y aprendizaje	23	77%
No	Los temas no son apropiados	7	23%
Total		30	100%

Fuente: Funcionarios del GADPPz

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Los encuestados respondieron en un 77% si, en tanto que el 23% no.

Se observa que la mayoría de encuestados considera que las capacitaciones aportaran con mayor conocimiento y aprendizaje a los funcionarios, en tanto que el 23% no lo considera así. Por tanto la institución debe programar estos eventos que ayuden al crecimiento profesional de sus funcionarios para un desempeño eficiente en sus áreas de trabajo.

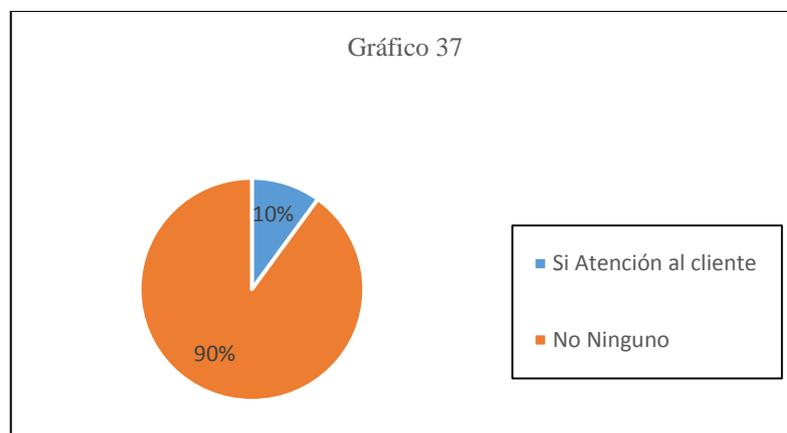
37.- Que cursos de capacitación en atención al cliente recibió en el 2014?

Tabla 37: Temas recibidos en 2014

Respuesta	Razones	f	%
Si	Atención al cliente	3	10%
No	Ninguno	27	90%
Total		30	100%

Fuente: Funcionarios del GADPPz

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Los encuestados respondieron en un 90% no, en tanto que el 10% si.

Se observa que los encuestados responden en un 90% que no se han recibido cursos de capacitación en el año 2014, por tanto la mayoría de ellos posiblemente desconoce de los conocimientos a poner en práctica en sus puestos de trabajo.

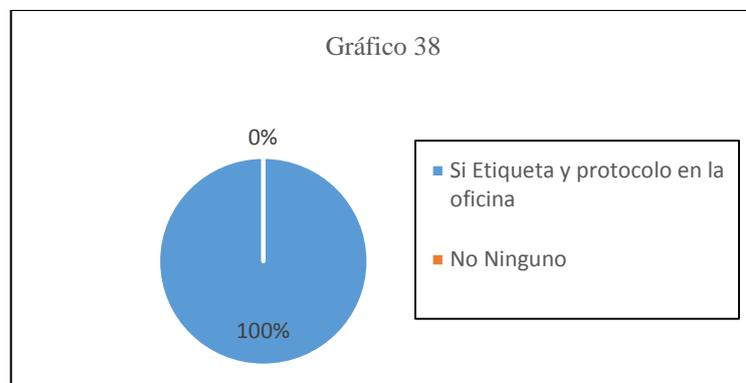
38.- Cuales son los temas de mayor interés que deberían considerarse?

Tabla 38 :Temas de mayor interés en capacitación

Respuesta	Razones	f	%
Si	Etiqueta y protocolo en la oficina	30	100%
No	Ninguno	0	0%
Total		30	100%

Fuente: Funcionarios del GADPPz

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Los encuestados respondieron en un 100% si.

Se observa que el interés de los funcionarios en los temas de capacitación es el de etiqueta y protocolo, por tanto las autoridades deben contemplar en la planificación anual el presupuesto para la realización de cursos de capacitación.

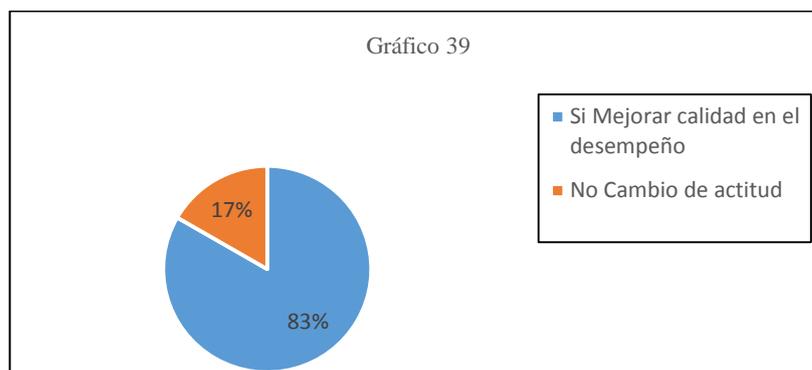
39.- El estar capacitado le permite desarrollar destrezas para atender satisfactoriamente al cliente?

Tabla 39: Desarrollo de destrezas permite atender satisfactoriamente

Respuesta	Razones	f	%
Si	Mejorar calidad en el desempeño	25	83%
No	Cambio de actitud	5	17%
Total		30	100%

Fuente: Funcionarios del GADPPz

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Los encuestados respondieron en un 83% si, en tanto que el 17% no.

En su mayoría de encuestados consideran que si existe desarrollo de destrezas para atender mejor a sus usuarios, por tanto se debe ir mejorando mediante la aplicación de los conocimientos y aplicación de lo aprendido para desempeñarse de mejor manera en las áreas de atención al cliente.

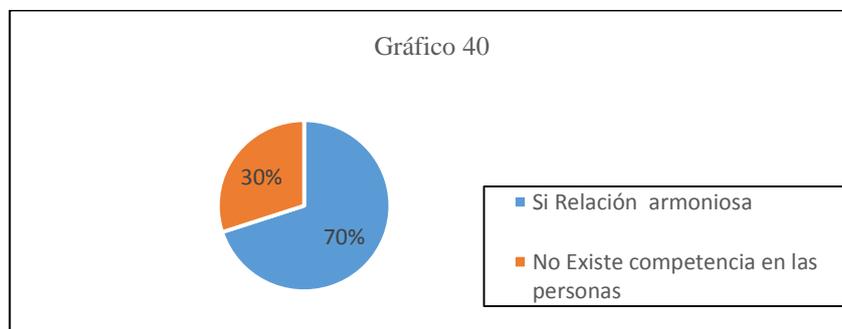
40.- El trabajo en equipo fortalece la convivencia institucional?

Tabla 40: Trabajo en equipo

Respuesta	Razones	f	%
Si	Relación armoniosa	21	70%
No	Existe competencia en las personas	9	30%
Total		30	100%

Fuente: Funcionarios del GADPPz

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Los encuestados respondieron en un 70% si, en tanto que el 30% no.

Se observa las respuestas en su mayoría consideran que si se fortalece el trabajo en equipo, por tanto existe una relación armoniosa, en tanto que en una minoría expresa que no se da esto porque existe competencia entre compañeros.

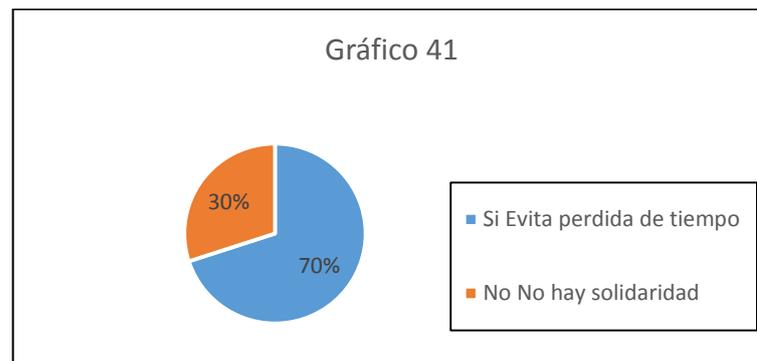
41.- El apoyo que brinda cada departamento consolida la relación entre compañeros de trabajo

Tabla 41: Apoyo departamental consolida la relación entre compañeros

Respuesta	Razones	f	%
Si	Evita pérdida de tiempo	21	70%
No	No hay solidaridad	9	30%
Total		30	100%

Fuente: Funcionarios del GADPPz

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Los encuestados respondieron en un 70% si, en tanto que el 30% no.

Los funcionarios en su mayoría consideran que el apoyo que brinda cada departamento consolida la relación entre compañeros y evita así pérdida de tiempo del trabajo a cumplir.

42.- El GADPPz fomenta la delegación de responsabilidades entre los diferentes niveles de la organización?

Tabla 42: Delegación de responsabilidades

Respuesta	Razones	f	%
Si	Está establecido en la ley	30	100%
No	Ninguno	0	0%
Total		30	100%

Fuente: Funcionarios del GADPPz

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Los encuestados respondieron en un 100% si.

Se observa que los funcionarios consideran en su totalidad que el GADPPz fomenta la delegación de responsabilidades entre los diferentes niveles de la organización ya que está establecido en la ley, por tanto es ineludible cumplir con esta disposición.

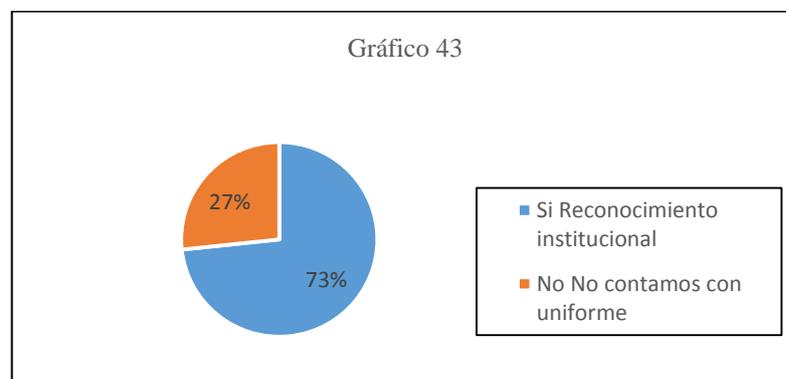
43.- El uniforme que utiliza resalta la imagen corporativa de la institución?

Tabla 43: Imagen corporativa institucional

Respuesta	Razones	f	%
Si	Reconocimiento institucional	22	73%
No	No contamos con uniforme	8	27%
Total		30	100%

Fuente: Funcionarios del GADPPz

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Los encuestados respondieron en un 73% si, en tanto que el 27% no.

Se observa que los funcionarios si consideran que el uso del uniforme resalta la imagen corporativa de la institución, por tanto debe ser usado adecuadamente porque cada funcionario representa a la institución y refleja todo lo se dicen de ella. Además debe contemplarse la normativa en el reglamento interno del Consejo Provincial.

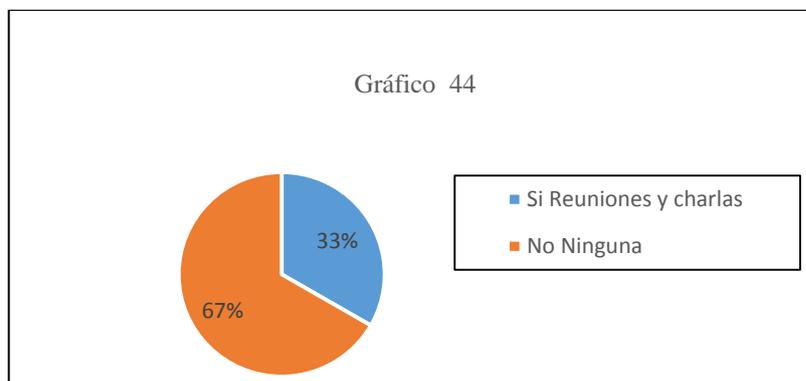
44.- El GADPPz incentiva al personal para que mejoren los procesos en los que están involucrados?

Tabla 44: Incentivo al personal para mejorar los procesos

Respuesta	Razones	f	%
Si	Reuniones y charlas	10	33%
No	Ninguna	20	67%
Total		30	100%

Fuente: Funcionarios del GADPPz

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Los encuestados respondieron en un 67% si, en tanto que el 33% no.

Se observa que en su mayoría los funcionarios consideran que la institución si incentiva a su personal para que mejoren en los procesos que están involucrados, por tanto esto se lo hace a través de reuniones o charlas.

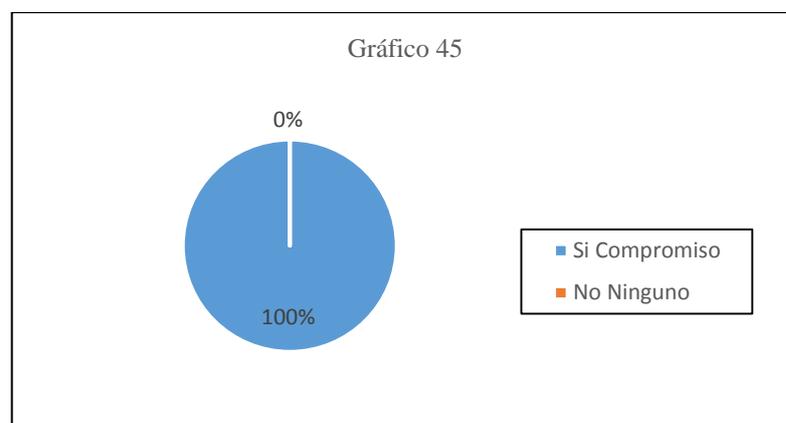
45.- La asistencia y cumplimiento reflejan responsabilidad en su trabajo?

Tabla 45: Asistencia y cumplimiento

Respuesta	Razones	f	%
Si	Compromiso	30	100%
No	Ninguno	0	0%
Total		30	100%

Fuente: Funcionarios del GADPPz

Elaborado por: Paola Guamán



Análisis e interpretación

Los encuestados respondieron en un 100% sí.

Se observa que los funcionarios en su totalidad cumplen con la puntualidad y asistencia a su trabajo, lo cual permite desempeñarse adecuadamente cumpliendo con las normas establecidas en el reglamento interno institucional.

HALLAZGOS ENCONTRADOS EN LA AUTOEVALUACIÓN DE LOS FUNCIONARIOS DEL GAD PROVINCIAL DE PASTAZA

24.- El trato del cliente hacia usted es adecuado?

Los encuestados respondieron en un 83% con Si, es decir la existencia de trato con amabilidad del cliente, por tanto están de acuerdo con el trato recibido de parte del usuario.

25.- Toma alguna acción correctiva y de mejora cuando existe algún contratiempo con el cliente?

Los encuestados respondieron en un 80% con Si, esto significa que los funcionarios toman acciones correctivas y de mejora cuando existen contratiempos con el cliente, en su mayoría.

26.- Cuenta la institución con alguna herramienta que permita almacenar la información de los clientes?

Los encuestados respondieron en un 87% con Si, entendiéndose que los funcionarios poseen herramientas para almacenar información, por tanto ellos cuentan con la información actualizada en el momento que lo necesiten, en tal razón pueden solventar las necesidades de información tanto para los usuarios como para sus compañeros de trabajo.

27.- ¿Al entregar el servicio al cliente este demuestra satisfacción?

El 63% de encuestados respondió con Si, lo que significa que los funcionarios brindan el servicio a los clientes y estos demuestran satisfacción.

28.- Los servicios que se ofrecen cubren las necesidades de los clientes?

Los encuestados respondieron en un 67% con Si, es decir los funcionarios consideran que si están cubriendo las necesidades de los usuarios, porque demuestran tranquilidad al momento de terminar con la atención.

29.- Los procesos y estándares de calidad en los servicios que brinda, contribuyen al crecimiento institucional?

Los encuestados consideran cumplir en un 100%, por tanto se apegan al uso adecuado de los recursos por tanto están cumpliendo con las normativas vigentes institucionales e internacionales.

30.- La institución cuenta con algún manual que detalle los procesos a cumplir?

Los encuestados respondieron en un 60% con Si, es decir que los funcionarios cuentan con un documento que guía el accionar y desarrollo de sus tareas en el puesto de trabajo.

31.- Los procedimientos y estándares de calidad son aplicados por el personal en la ejecución del trabajo?

Los encuestados respondieron en un 53% con Si, asegurando que los funcionarios si aplican los procedimientos y estándares de calidad en la ejecución del trabajo.

32.- Existe una adecuada y fluida comunicación entre los diferentes departamentos de la institución?

Los encuestados respondieron en un 70% con Si, revelando que existe organización entre las áreas de la institución constituyéndose en una fortaleza para la institución.

33.- Se ha comunicado eficientemente la filosofía institucional a los funcionarios?

Los encuestados respondieron en un 77% con Si, manifestando conformidad al reconocer que la institución ha comunicado eficientemente la filosofía institucional a los funcionarios.

34.- El GADPPzz cuenta con un buzón de quejas y sugerencias?

Los funcionarios en un 100% responden con Sí, ratificando que en el GADPPzz no se cuenta con un buzón de quejas y sugerencias posiblemente esto ha provocado en los usuarios el no dar mayor importancia al uso de esta herramienta.

35.- Las quejas presentadas por los usuarios ayudan a mejorar el desempeño del funcionario?

Los encuestados respondieron en un 53% con Si, observándose que los funcionarios están de acuerdo con el conocimiento de quejas para mejorar su desempeño, sin embargo esto no se aplica en la institución al no poseer un buzón de quejas para hacerlas saber.

36.- Considera las capacitaciones un factor positivo en la mejora de sus conocimientos

Los encuestados respondieron en un 77% con Si, lo que significa que los funcionarios desean capacitarse para desempeñar mejor sus actividades en el área de trabajo. Por tanto la institución debería programar estos eventos que ayuden al crecimiento profesional de sus funcionarios para un desempeño eficiente.

37.- Que cursos de capacitación en atención al cliente recibió en el 2014?

Los encuestados respondieron en un 90% con no, demostrando insatisfacción al recibir cursos de capacitación en el año 2014.

38.- Cuales son los temas de mayor interés que deberían considerarse?

Los encuestados respondieron en un 100% con Si, a los temas de mayor interés como el de etiqueta y protocolo, por tanto las autoridades deben contemplar en la planificación anual el presupuesto para la realización de cursos de capacitación.

39.- El estar capacitado le permite desarrollar destrezas para atender satisfactoriamente al cliente?

Los encuestados respondieron en un 83% con Si, evidenciando que la capacitación es importante para el desarrollo de destrezas y mejorar el desempeño de los funcionarios para atender mejor a sus usuarios.

40.- El trabajo en equipo fortalece la convivencia institucional?

Los encuestados respondieron en un 70% con Si, respuesta que si permite consolidar el trabajo en equipo, existiendo una relación armoniosa en la institución.

41.- El apoyo que brinda cada departamento consolida la relación entre compañeros de trabajo

Los encuestados respondieron en un 70% con Si, expresando en su mayoría que el apoyo que brinda cada departamento consolida la relación entre compañeros y evita así pérdida de tiempo del trabajo a cumplir.

42.- El GADPPz fomenta la delegación de responsabilidades entre los diferentes niveles de la organización?

Los encuestados respondieron en un 100% con Si, es decir los funcionarios consideran en su totalidad que el GADPPz fomenta la delegación de responsabilidades entre los diferentes niveles de la organización ya que está establecido en la ley , por tanto es ineludible cumplir con esta disposición.

43.- El uniforme que utiliza resalta la imagen corporativa de la institución?

Los encuestados respondieron en un 73% con Si, esto significa que los funcionarios piensan que el uso del uniforme resalta la imagen corporativa de la institución, por tanto debe ser usado adecuadamente porque cada funcionario representa a la institución y refleja todo lo se dicen de ella.

44.- El GADPPz incentiva al personal para que mejoren los procesos en los que están involucrados?

Los encuestados respondieron en un 67% con Si, observándose que los funcionarios consideran que la institución Si incentiva a su personal a mejorar en los procesos que están involucrados.

45.- La asistencia y cumplimiento reflejan responsabilidad en su trabajo?

Los encuestados respondieron en un 100% con Sí, lo que significa que los funcionarios en su totalidad cumplen con la puntualidad y asistencia a su trabajo, permitiéndoles desempeñarse adecuadamente cumpliendo con las normas establecidas en el reglamento interno institucional.

4.1.3 Diagnóstico y Análisis Situacional.

Con toda la información obtenida en la encuesta y autoevaluación, los análisis e interpretación de resultados se establece la solución al problema detectado en la institución.

Así mismo se realiza el análisis situacional de la institución mediante el FODA el cual nos permitió hacer el análisis interno e identificar las Fortalezas y Debilidades, así como el análisis externo donde se determinó las Oportunidades y Amenazas.

Cuadro 6: Análisis FODA	
Fortalezas	Oportunidades
Apoyo Institucional Presupuesto asignado	Mejorar las capacidades y habilidades del personal Incrementar satisfacción en el cliente o usuario
Debilidades	Amenazas
Funcionarios Desmotivados Deficiente calidad en los servicios Falta de Capacitación	Insatisfacción del cliente o usuario Mala imagen institucional
Elaborado por: Paola Guamán	

Con todo lo expuesto se procede a diseñar El Plan de Capacitación de Atención al Cliente, como estrategia para generar eficiencia en el servicio de atención al cliente en el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza.

Este plan debe plantearse a corto, mediano y largo plazo, considerando para su diseño los principios de la calidad tales como: Servicio al Cliente, Motivación, Liderazgo, Logística, Relaciones Humanas, Ética en el trabajo, etc.

En este plan se establece mecanismos de gestión orientados a identificar las fortalezas, superar o eliminar en lo posible las debilidades, los problemas y causas que limitan ofrecer una excelente calidad de servicio al cliente en la institución.

Cuadro 7: Programa de Capacitación		
SITUACIÓN ACTUAL	Plan de capacitación de atención al Cliente	SITUACIÓN FUTURA
Fortalezas		Fortalezas sostenidas
Debilidades		Debilidades superadas
Problemas y causas		Problemas y causas superadas
Personal desmotivado		Personal Motivado
Deficiente calidad en los servicios		Servicios de calidad
Falta de capacitación		Mejora de los niveles de eficiencia
Insatisfacción del cliente o usuario		Satisfacción del cliente o usuario
Elaborado por: Paola Guamán		

4.2 IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA

PLAN DE CAPACITACIÓN DE ATENCIÓN AL CLIENTE



Para el GAD Provincial de Pastaza la atención al usuario se constituye en la base fundamental para el desarrollo de sus actividades. La atención y servicio a los usuarios debe entenderse como el elemento diferenciador el cual genere en el usuario seguridad y satisfacción por la atención recibida, esto provocara que el usuario divulgue de manera positiva la satisfacción obtenida al momento de acudir a la institución.

El lograr la eficiencia en el servicio de atención al cliente en el GAD Provincial de Pastaza es uno de los fines propuestos dentro de los objetivos institucionales, en razón de que el servicio al cliente, hoy por hoy, es identificado como una fuente de respuestas a las necesidades del mercado y las empresas; debe contemplar una estrategia más dinámica; mas ahora cuando así lo exige el ambiente, por ello instituciones de servicio

sobre todo, las Gobernaciones y Municipalidades, deben emprender estos retos, para elevar el nivel de su competitividad en el ámbito nacional.

Se propone el diseño de estrategias en atención al cliente, a través de un plan de capacitación como aporte a la mejora en todos los campos de la institución para alcanzar lo anhelado por esta.

Objetivo de la Propuesta

- Mejorar los procesos de servicio y atención al cliente mediante un plan de capacitación a los funcionarios en el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza.

Localización de la Propuesta.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza esta domiciliado en la Calle Francisco de Orellana y 27 de Febrero, en la ciudad del Puyo, provincia de Pastaza.

Los teléfonos de referencia de la institución:

Teléfono: (03) 2884-881

Fax: (03) 2886-179

En el sitio web.

E-mail: antoniokubes@hotmail.com

Sitio web: <http://www.pastaza.gob.ec>

Descripción de la Propuesta

El plan de capacitación está dirigido al personal del GAD Provincial de Pastaza, el cual contiene estrategias para mejorar la eficiencia en la atención al usuario, todo ello con el fin de llevarlo a la práctica y posteriormente realizar el control y evaluación de los resultados obtenidos.

Estrategias para generar eficiencia en el servicio de atención al cliente del GADPPz.

El cliente al considerarse como el principio y fin de la gestión institucional en el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza, establece en el ente estratégico de servicio a la colectividad capacidad, honestidad y eficiencia, para lo cual debemos encaminar nuestros esfuerzos en brindar servicios de calidad con indagación permanente de excelencia en el servicio.

La estrategia principal sugerida es la Capacitación a los funcionarios de la institución

Acciones estratégicas a ser implementadas en el plan de capacitación de atención al cliente.

- Plan anual de Capacitación para todos los funcionarios, contando para su elaboración con la identificación de las necesidades de capacitación.
- Plan de incentivos para el personal de la institución
- Plan del Departamento de Talento Humanos para determinar competencias, evaluación de puestos y la rotación de los funcionarios de acuerdo a los roles que le correspondan.
- Reglamento Interno que norme las acciones del personal de la institución.
- Implementación de un sistema de evaluación y control.

Beneficios esperados con el Plan de capacitación

- Crear mejor imagen de la empresa.
- Mejorar la relación jefe subordinado.
- Elevar la moral de la fuerza de trabajo.
- Incrementar la productividad y la calidad en el trabajo.
- Elimina los temores de incompetencia
- Sube el nivel de satisfacción con el puesto
- Desarrolla un sentido de progreso

Contenidos

- 1.- Seminario “Etiqueta y Protocolo Empresarial”
- 2.- Seminario “Servicio de Atención y Satisfacción al Cliente”
- 3.- Seminario “Relaciones Humanas”
- 4.- Charla “Liderazgo”
- 5.- Conferencia “Motivación Personal”

Población Objetivo

La población a la cual se dirige la capacitación es a todo el personal de la Dirección Provincial de Pastaza, que tienen relación directa con atención y servicio al cliente, integrado por 30 personas.

Recursos

Recursos humanos: Capacitador

Recursos Tecnológicos: Computador, audiovisuales, pantalla, etc.

Recursos Materiales: Útiles de oficina, videos, audios, etc.

Estrategias Metodológicas para la capacitación

- Charla
- Conferencia
- Seminario

Lugar para la capacitación

Instalaciones de la Dirección Provincial de Pastaza

Tiempo para la capacitación

Inicio: Septiembre del 2015

Finaliza: Enero del 2016

Horario

Se propone realizar las capacitaciones en horarios fuera del cumplimiento del trabajo, de lunes a viernes de 1700 a 20 h00.

Presupuesto

El presupuesto que se ha calculado para la formulación de las estrategias planteadas se detalla en la siguiente tabla:

Presupuesto			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	Valor/ Hora	VALOR TOTAL
Capacitación			
1	Capacitador Seminario Etiqueta y protocolo empresarial	\$150.00	\$1.500.00
1	Equipos para evento de capacitación	150.00	150.00
30	Servicio de refrigerio	3.00	90.00
30	Material guía para el seminario	2.00	60.00
	SUBTOTAL		\$ 1.800.00
1	Capacitador Seminario Atención al cliente	170.00	\$ 2.040.00
1	Equipos para evento de capacitación	150.00	150.00
30	Servicio de refrigerio	1.50	45.00
30	Material guía para el seminario	2.00	60.00
	SUBTOTAL		\$ 2.295.00
1	Capacitador Seminario Relaciones Humanas	150.00	3.000.00
1	Equipos para evento de capacitación	150.00	150.00
30	Servicio de refrigerio	2.50	75.00
30	Material guía para el seminario	3.00	90.00
	SUBTOTAL		\$ 3.315.00
1	Capacitador Conferencia sobre Motivación Personal	350.00	\$ 350.00
	SUBTOTAL		\$ 350.00
1	Capacitador Charla Liderazgo	100.00	\$ 100.00
	SUBTOTAL		\$ 100.00
Elaborado por: Paola Guamán		Total o Parcial	\$ 7.860.00
		12% IVA	\$ 943.20
		TOTAL	\$ 8.803.20

Control y evaluación

Es importante considerar después de realizado el plan de capacitación realizar un seguimiento para establecer los cambios producidos en el personal y en los usuarios, para ello se puede utilizar encuestas de satisfacción.

DESARROLLO DEL PLAN DE CAPACITACIÓN

1.- SEMINARIO “ETIQUETA Y PROTOCOLO EMPRESARIAL”

Objetivo General

- Dotar al personal de las reglas básicas para mejorar el comportamiento y accionar dentro y fuera de la institución.

Objetivos Específicos

- Ampliar el conocimiento sobre la importancia que tiene el saber comportarnos ante los demás, demostrando la cultura y educación.
- Resaltar el papel de la etiqueta en el desarrollo pleno del individuo.
- Recordar el papel que tiene el protocolo en la sociedad y en vivir cotidiano.
- Realzar la motivación de los participantes a través de la conducción de normas de etiqueta y protocolo.
- Analizar las formas de conducirnos en una reunión de cualquier índole.

Beneficios: Al terminar el seminario los participantes habrá:

- Establecido cuán importante es conocer el manejo de etiqueta y protocolo en la institución.
- Entendido el papel que desempeña la etiqueta en la vida de los seres humanos como miembros de una sociedad.
- Comprendido cómo dirigirnos hacia los demás con una comunicación efectiva y aplicando las reglas de protocolo.
- Elevado su motivación para desempeñarse dentro del ámbito personal y laboral con éxito.
- Conocido la forma de cómo debemos comportarnos en cualquier ambiente, siendo los mejores en lo que nos proponamos.

- Visto las ventajas del cambio de actitud en el crecimiento personal y la adquisición de la confianza de los demás.

Beneficiados

- Personal del GAD Provincial de Pastaza
- Clientes o usuarios de la provincia de Pastaza

Contenido de la temática a tratar

Sesión I

ETIQUETA SOCIAL

- Amabilidad
- Modales

ETIQUETA EJECUTIVA

- La vestimenta
- La buena educación
- El buen comportamiento
- Las convenciones sociales
- La ética profesional
- Prescripciones oficiales.

Sesión II

PROTOCOLO EMPRESARIAL

- Tipos e actos protocolarios
- Reuniones de trabajo con buffet
- Reuniones de trabajo con acompañante
- Reuniones profesionales
- Reuniones virtuales

IMAGEN EJECUTIVA

- El cabello
- La sonrisa
- La imagen de sus manos
- El uso de los perfumes y desodorantes
- El maquillaje

RELACIONES INTERPERSONALES

- Los saludos y despedidas

Recursos

- Video
- Audiovisuales
- Proyector
- Equipo de video
- Televisión
- Computador

Responsable

- Capacitador

Fecha

Inicio: Septiembre 2015

Fin: Septiembre 2015

Duración: 40 Horas.

2.- SEMINARIO “RELACIONES HUMANAS”

Objetivo General

- Identificar el papel que desempeñan las habilidades sociales en el adecuado manejo de las relaciones humanas dentro del contexto laboral y proporcionar elementos que permitan el manejo positivo de estas.

Objetivos Específicos

- Mostrar el significado y relevancia de la inteligencia emocional en el manejo adecuado de las relaciones humanas.
- Ampliar la perspectiva sobre la importancia que tiene en un mundo complejo el saber manejar las relaciones interpersonales.
- Resaltar el papel de la comunicación en el desarrollo pleno del individuo.
- Recordar el papel que tiene la comunicación no verbal en el lenguaje cotidiano.
- Elevar la motivación de los participantes para hacer un trabajo de calidad y así ayudar a alcanzar los objetivos y metas fijados por la Institución.
- Comprender las ventajas que para el individuo representa tener una autoestima adecuada.
- Analizar varias formas para mejorar la autoestima.

Beneficios: Al terminar el seminario los participantes habrá:

- Conocido la relevancia de la inteligencia emocional en el desarrollo armónico de las relaciones humanas.
- Analizado lo importante que resulta llevarse bien con los que nos rodean.
- Entendido el papel que desempeña la comunicación en la vida de los seres humanos.
- Comprendido cómo realizar una comunicación para la acción.
- Visto el uso del lenguaje no verbal.
- Analizado que los seres humanos responden de acuerdo a distintas necesidades.
- Elevado su motivación para desempeñar su trabajo con éxito.
- Conocido las diferentes formas que existen para motivarse a sí mismos así como a los que les rodean en el trabajo.
- Sido motivados a querer ser los mejores en todo, particularmente en su trabajo.
- Comprendido la importancia que la autoestima tiene para alcanzar el éxito en el trabajo y en la vida.
- Visto las ventajas del cambio de actitud en el crecimiento personal y la adquisición de la confianza de los demás.

Beneficiados

- Personal del GAD Provincial de Pastaza
- Clientes o usuarios de la provincia de Pastaza

Contenido de la temática a tratar

Tema1: Construyendo relaciones humanas positivas

- Inteligencia emocional y las relaciones humanas.
- Importancia de las relaciones interpersonales.
- Manejo de la comunicación eficaz.
- Cómo motivar a los demás.
- Cómo mejorar la autoestima.
- Cambio de actitud.
- Ambiente de trabajo, productividad y salud.

Tema 2: Clases de las Relaciones Humanas

- Relaciones Humanas estructuradas
- Relaciones Humanas no Estructuradas
- Relaciones Humanas con los compañeros de trabajo y supervisores
- Relaciones Humanas con los clientes

Tema 3: Factores que intervienen en las Relaciones Humanas

- Respeto
- Comunicación
- Cooperación
- Cortesía
- Comprensión

Tema 4: Construyendo relaciones humanas positivas

- Ambiente de trabajo, productividad y salud.
- Origen de mis necesidades emocionales y sociales.
- Mi forma de relacionarme con los demás.
- Obstáculos en las relaciones humanas.
- Facilitadores de las relaciones humanas.
- Integración con los compañeros de trabajo.
- Desarrollo de actitudes positivas.
- Planes de mejora personal.

Recursos

- Video
- Audiovisuales
- Proyector
- Equipo de video
- Televisión
- Computador

Responsable

- Capacitador

Fecha

Inicio: Octubre 2015

Fin: Octubre 2015

Duración: 35 Horas.

3.-SEMINARIO “SERVICIO DE ATENCIÓN Y SATISFACCIÓN AL CLIENTE”

Objetivo General

- Conocer las características fundamentales del cliente lo cual permitirá a la institución lograr la satisfacción de sus clientes, a través de una completa orientación al cliente y manejo de los factores de insatisfacción.

Objetivos Específicos

- Identificar los conceptos y fundamentos que permiten consolidar la atención al Cliente.
- Entender las variables que potencian la atención y satisfacción al cliente.
- Comprender cómo identificar y solucionar la insatisfacción del cliente.
- Conocer técnicas de negociación y solución de conflictos, que permitan no perder la relación comercial con los clientes.

Beneficiados

- Personal del GAD Provincial de Pastaza
- Clientes o usuarios de la provincia de Pastaza

Temario del curso

SESIÓN I: PROPORCIONANDO VALOR AL CLIENTE

- Introducción.
- El Cliente.
- ¿Qué es el valor para el cliente?
- ¿Qué es la satisfacción del cliente?
- ¿Cómo entregar valor y satisfacción al cliente?
- El producto y/o servicio como satisfactor y su diferencia con respecto a la competencia
- Definición del cliente según la cultura organizacional de la empresa.
- Dimensión del producto y/o servicio con respecto a la orientación al cliente.

SESIÓN II: SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

- Establecimiento de la buena relación con el cliente.
- Comunicación clave para atender los requerimientos del cliente.
- La comunicación para destacar los atributos del producto.
- La transformación de las quejas en oportunidades.
- Claves de retención de clientes.
- Requisitos personales y organizacionales para satisfacer los requerimientos de los clientes.

SESIÓN III: GESTIÓN DE LA INSATISFACCIÓN DEL CLIENTE

- ¿Cuándo existe insatisfacción del cliente?
- Quejas más comunes de los clientes.]
- Percepción equívoca de la insatisfacción de los clientes.
- Valoración adecuada del cliente.
- Consecuencia de la pérdida de clientes.
- Causas de insatisfacción y pérdida de clientes.
- Variables solucionables que están al alcance de la organización para atender la insatisfacción de clientes.
- Técnicas de Ishikawa de análisis y definición de problemas de atención de clientes.

SESIÓN IV: TÉCNICAS DE SOLUCIÓN Y NEGOCIACIÓN DE CONFLICTOS

- Razones de por qué los clientes son difíciles.
- Técnicas de negociación por interés, transmitiendo una actitud positiva.
- Evitando la descalificación, las posiciones y escudriñando los intereses de la parte:
Empresa – Cliente
- Resolviendo los conflictos de acuerdo a la creación y desarrollo de intereses de beneficio mutuo de las partes, a través de la satisfacción del cliente.
- Cómo negociar con clientes difíciles.
- Estrategias de negociación de los clientes hacia las empresas.

Recursos

- Video
- Audiovisuales
- Proyector
- Equipo de video
- Televisión
- Computador

Responsable

- Capacitador

Fecha

Inicio: Noviembre 2015

Fin: Noviembre 2015

Duración: El seminario tendrá una duración de 30 horas.

4.- CHARLA “LIDERAZGO”

Objetivo General

Que el participante identifique su estilo de interacción humana en el trabajo, así como las consecuencias que dicho estilo tiene sobre la conducta de sus participantes y las consecuencias que dicho estilo tiene sobre la calidad, los resultados y el ambiente laboral de su área de trabajo.

Beneficiados

- Personal del GAD Provincial de Pastaza

Recursos

- Video
- Audiovisuales
- Proyector
- Computador

Responsable

- Capacitador

Fecha

Inicio: Diciembre 2015

Fin: Diciembre 2015

Duración: 1 hora 30 minutos

5.- CONFERENCIA “MOTIVACION PERSONAL”**Objetivo**

Conseguir que el participante cambie su manera de pensar y comportarse dentro de la institución; logrando que él sea una persona verdaderamente productiva, eficaz, y sobre todo con amor a la institución.

Beneficiados

- Personal del GAD Provincial de Pastaza

Recursos

- Video
- Audiovisuales
- Proyector
- Computador

Responsable

- Capacitador

Fecha

Inicio: Enero 2016

Fin: Enero 2016

Duración: 3 horas

CRONOGRAMA GENERAL DE ACTIVIDADES								
Actividades	Responsables	Recursos	Cronograma 2015					
			Agt.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic	Ene.
Reunión con las Autoridades del GAD Provincial de Pastaza para presentar la propuesta de trabajo	Paola Guamán	Carpetas con materiales	X					
Seminario 1 Etiqueta Social Etiqueta Ejecutiva Protocolo Empresarial Imagen Ejecutiva Relaciones Interpersonales	Paola Guamán	Video Audiovisuales Proyector Telón de proyección. Equipo de video Televisión		X				
Seminario 2 Estrategias para Mejorar la Calidad de Atención al Cliente. Proporcionando valor al cliente -Servicio de atención al cliente. Gestión de la insatisfacción del cliente. Técnicas de solución y negociación de conflictos	Paola Guamán	Video Audiovisuales Proyector Telón de proyección. Equipo de video Televisión			X			
Seminario 3 Construyendo relaciones humanas positivas Clases de las relaciones humanas Factores que intervienen en las relaciones humanas -Construyendo relaciones humanas positivas	Paola Guamán	Video, Proyector Audiovisuales Telón de proyección. Equipo de video Televisión				X		
Charla 1 Introducción al tema Tipos de liderazgo Funciones administrativas del liderazgo	Paola Guamán	Video, Proyector Audiovisuales Equipo de video					X	
Conferencia 1 Introducción al tema Tipos de Motivación Laboral Funciones administrativas del liderazgo	Paola Guamán	Video, Proyector Audiovisuales Equipo de video						X

4.3 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Para el presente estudio se plantearon dos tipos de hipótesis, la general y las específicas, aplicando una relación de medición de escalas nominales donde se clasificaron las variables en categorías cualitativas, para el primer caso que es la Encuesta a los usuarios se ha asignado una puntuación de 1 a 5 puntos en donde la relación de las variables se interrelacionan. En el segundo caso que es la auto evaluación de los funcionarios existen dos respuestas Si y No en donde también se las relaciona.

Se presenta en el siguiente cuadro la interrelación de variables:

Cuadro 8			
Interrelación de variables			
CATEGORÍAS	INTERPRETACIÓN	CATEGORÍAS	INTERPRETACIÓN
Si	Acuerdo (satisfacción)	Siempre	Acuerdo (satisfacción)
		Casi siempre	
No	Desacuerdo (insatisfacción)	Frecuentemente	Desacuerdo (insatisfacción)
		Casi nunca	
		Nunca	

Elaborado por: Paola Guamán

La hipótesis General se refiere a:

- ¿Al proponer estrategias para generar eficiencia en el servicio de atención al cliente se espera mejorar el nivel de satisfacción de los clientes del Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza?

Se procede a verificar las hipótesis específicas:

Hipótesis 1

- Al realizar el diagnóstico situacional de la institución sobre la calidad de servicio al cliente en el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza, se podrá detectar las causas y efectos de la problemática principal?

Se evidencia en los hallazgos registrados de la encuesta ejecutada a los usuarios, los siguientes resultados:

En base a las preguntas: 1:45% frecuentemente, 6:40% frecuentemente, 7:44% frecuentemente, 8:38% frecuentemente, 11:32% frecuentemente, 12:36% frecuentemente, 13:37% frecuentemente, 16:73% nunca y 21:43% frecuentemente. Lo cual genera un promedio del 43,11% de desacuerdo o insatisfacción.

La auto evaluación realizada a los funcionarios se recopiló la siguiente información: las preguntas 27:37% No, 28:33% No, 30: 40% No, generando un promedio del 37% de desacuerdo o insatisfacción.

Se concluye que al realizar el diagnóstico situacional de la institución sobre la calidad de servicio al cliente se establecieron que la falta de capacitación en atención al usuario así como la carencia de compromiso del personal de la institución provoca deficiente atención y servicio, restringido manejo de información, bajo desempeño de los funcionarios, por todo lo expuesto queda demostrada la hipótesis 1.

Hipótesis 2

Con el levantamiento de información se podrá identificar la calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los clientes internos y externos?

Los hallazgos registrados de la encuesta ejecutada a los usuarios y la autoevaluación de los funcionarios se puede establecer las siguientes respuestas: 2, 35% casi siempre, 3;

28% frecuentemente, 4; 32% casi siempre, 5: 42% frecuentemente., 14: 55% frecuentemente; generando un promedio del 43% de desacuerdo o insatisfacción.

Los funcionarios responden a las preguntas 31:47% No 32:30% No, generando un promedio del 39% en desacuerdo o insatisfacción.

Al realizar el levantamiento de información se pudo identificar la calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los clientes internos y externos no satisfacen completamente a los usuarios situación que deberá conocer las autoridades de la institución y establecer mecanismos de mejora en la ejecución del trabajo y alcanzar los estándares de calidad establecidos en los objetivos institucionales, demostrando la hipótesis 2.

Hipótesis 3

Al diseñar estrategias para generar eficiencia en el servicio de atención al cliente se espera mejorar la imagen institucional en el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza?

Los funcionarios respondieron 34:100% No, 35:53% Si; 36:77% Si. Se establece un 65% de satisfacción al generar estrategias que permitirán mejorar el desempeño de las actividades y funciones del personal de la institución. Quedando demostrada la hipótesis 3.

Una vez demostradas las hipótesis específicas se puede decir que está demostrada la hipótesis general la misma que se refiere a la propuesta de estrategias que ayudaran a la eficiencia en el servicio de atención al cliente y por ende a mejorar el nivel de satisfacción de los clientes del Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza, lo cual se propone en el siguiente capítulo de esta investigación.

CONCLUSIONES

- Mediante la recolección y análisis de la información sobre la atención y servicio al cliente o usuario se pudo conocer más a fondo sobre todos los factores que se relacionan a este tema, permitiendo identificar los puntos fuertes y débiles que se manejan en la atención al cliente, tipos de clientes, manejo de estrategias, servicios, etc. evidenciando la importancia de tener una fundamentación teórica amplia para fortalecer los conocimientos sobre los temas que comprenden este estudio por tanto se ha podido identificar y abordar la problemática que aqueja a la institución.
- El diseño del Plan de capacitación como estrategia para generar eficiencia en el servicio de atención al cliente en el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza se lo realiza en base a los hallazgos encontrados y analizados, propuesta que se espera apoye al mejoramiento de la eficiencia en las acciones entregadas por los funcionarios en la institución. Por tanto se propone considerar dentro de la planificación institucional el plan de capacitación a ser llevado a cabo en el mes de septiembre del 2015.
- El diseño del Plan de capacitación como estrategia para generar eficiencia en el servicio de atención al cliente en el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza se lo realiza en base a los hallazgos encontrados y analizados, propuesta que se espera apoye al mejoramiento de la eficiencia en las acciones entregadas por los funcionarios en la institución. Por tanto se propone considerar dentro de la planificación institucional el plan de capacitación a ser llevado a cabo en el mes de septiembre del 2015.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda al Señor Prefecto considerar esta estrategia de mejora como alternativa para restablecer el desempeño eficiente de los funcionarios y fortalecer la imagen institucional que está ligeramente afectada por la insatisfacción de sus usuarios.
- Se recomienda a los funcionarios de la institución fortalecer sus conocimientos sobre el cliente y la forma como debe ser atendido, con esto se lograra ampliar sus competencias y lograr eficiencia en sus actividades diarias.
- Se recomienda considera este plan de capacitación dentro del presupuesto anual, lo cual permitirá la viabilidad del mismo, instrumento que aportara de positivamente al mejoramiento institucional y personal.
- Se recomienda llevarlo a la práctica el plan de capacitación y una vez ejecutado realizar la evaluación y monitoreo para establecer si se ha alcanzado los objetivos planteados en el documento para el progreso de la institución o si se requiere de mayor compromiso de todos los involucrados en esta acción.

BIBLIOGRAFIA

- Boeree, George. (2003). *Teorías de la personalidad*, de Abraham Maslow. México. McGraw Hill.
- Carrasco, Fernández. Soledad. (2013). *Comunicación y atención al cliente en hostelería y turismo*. Mexico: S.A. Ediciones Paraninfo.
- Chiavenato, Idalberto. (2000). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. España. McGraw Hill
- Cortez, Raúl. (2003). *Gestión de procesos productivos empresariales*. www.starbucks.com
- Estrada, Williams. (2007). *Servicio y atención al cliente. Proyecto de mejoramiento de los servicios de justicia*. Perú.
- Heskett, L. James. (1990). *Avances en el servicio*. Canadá. Collier Macmillan.
- Lovelock, Christopher. (2011). *Eficiencia en el servicio*.
- Orbea, Celaya. T. (2004). *El uso combinado de la ISO 9004 y modelos de la excelencia*. Congreso nacional de la calidad, jornada sobre evaluación y mejora del sistema de gestión de la calidad. España: Asociación Española para el control de la calidad.
- Paz, Couso. Renata. (2010). *Atención al cliente. Guía práctica de técnicas y estrategias*. Primera Edición. España. : Editorial Vigo.
- Paz, Renata. (2005). *La comunicación y a calidad del servicio en la atención al cliente*. España: Ideas propia Editorial.
- Peel, M., & Lovelock, C. (2003). *La atención y eficiencia en el servicio*. España. Ediciones Deusto, S.A. Bilbao.
- Pérez, Vanesa. (2006). *Calidad total en la atención al cliente. Pautas para garantizar la excelencia en el servicio*. 1ª edición. España: Ideas propias Editorial. .
- Ruiz, Olalla. M. (2001). *Gestión de la Calidad del Servicio a través de Indicadores Externos*. Madrid.: AECA.

NETGRAFÍA

- Artieda Inga, X. R. (2006). repositorio.ute.edu.ec. Obtenido de repositorio.ute.edu.ec:
<http://repositorio.ute.edu.ec>
- Bolaños, B. R. (2005). Pequeñas y medianas empresas, PyME. . Obtenido de gestiopolis.com:
<http://www.gestiopolis.com/canales5/emp/pymecommx/35.htm>
- Degerencia. (2012). Meltom Technologies. Obtenido de Meltom Technologies:
<http://www.degerencia.com>
- Gestión-calidad.com. (2010). Gestión. Obtenido de Getion-calidad.com: <http://www.gestion-calidad.com>
- Guerrero, V. T. (2012). dspace.ups. Obtenido de dspace.ups.edu.ec/bitstream:
<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream>
- Jiménez, C. L. (2010). dspace.utpl.edu.ec/. Obtenido de dspace.utpl.edu.ec/:
<http://dspace.utpl.edu.ec/>
- Llauradó, O. (2014). Blog de Netquest. Obtenido de Blog de Netquest:
<http://www.netquest.com/blog/es/la-escala-de-likert-que-es-y-como-utilizarla/>
- Pérez, Q. A. (2013). Gestiopolis.com. Obtenido de Gestiopolis.com:
<http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/eficiencia-eficacia-y-efectividad-en-la-calidad-empresarial.htm/>
- Rodríguez, Álvarez. Mario. (2004). *Investigación comunicativa*. Obtenido de Wikispaces:
<http://investigacioncomunicativa.wikispaces.com>
- Evaluación y Monitoreo recuperado de <http://www.endvawnow.org/es/articles/330-cual-es-el-monitoreo-y-la-evaluacion.html>,k el 22 de junio del 2015.

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO							
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS							
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA							
LICENCIATURA EN SECRETARIADO GERENCIAL							
ENCUESTA							
Objetivo: Conocer el nivel de satisfacción que tienen los clientes con respecto al servicio de atención en el GADPPPz							
CUESTIONARIO							
V.	N.	PREGUNTAS	RESPUESTAS				
			1	2	3	4	5
ATENCIÓN	1	Al estar en contacto con el funcionario que le atiende, existe contacto visual?					
	2	Considera que la atención que recibe es personalizada?					
	3	Los funcionarios demuestran amabilidad al momento de brindarle el servicio?					
	4	¿Se siente satisfecho por el servicio recibido en atención al cliente?					
	5	¿Opina usted que los funcionarios en general entregan una atención de calidad?					
COMUNICACIÓN	6	¿Existe una comunicación clara y precisa del funcionario?					
	7	¿La información que usted solicita, satisface sus necesidades?					
	8	¿Considera que el funcionario da importancia a sus problemas?					
	9	¿Ha visitado la página web de la institución para obtener información?					
RELACIÓN CON EL CLIENTE	10	¿Usted se ha comunicado telefónicamente a la institución para solicitar información?					
	11	¿Ha sentido un trato diferenciado por parte del funcionario al dirigirse a usted?					
	12	¿La capacitación ayuda a mejorar la relación funcionario-cliente?					
TIEMPO	13	¿Considera que el funcionario que lo atiende demuestra buena actitud?					
	14	¿Cuándo usted acude a la institución lo atienden inmediatamente?					
RECLAMOS Y SUGERENCIAS	15	¿Considera necesario establecer entrega de turnos para ser atendido?					
	16	¿Alguna vez usted ha presentado un reclamo o sugerencia?					
INSTALACIONES , EQUIPOS Y MAQUINARIA	17	Al conocer de los reclamos considera se mejorará las deficiencias presentadas?					
	18	La institución presenta un espacio físico y ambiente agradable a su vista?					
	19	Brinda comodidad el espacio y mobiliario en la sala de espera?					
	20	¿Los computadores y tecnología ayudan en el trabajo de los funcionarios?					
IMAGEN PERSONAL	21	La maquinaria solicitada por UD., para las obras es de fácil acceso?					
	22	El uso del uniforme crea un reconocimiento institucional?					
	23	El orden y aseo en el puesto de trabajo refleja respeto hacia el usuario?					
Fuente: GADPP							
Elaborado por : Paola Guamán							
Calificación: 1= Nunca; 2= Casi nunca; 3 = Frecuentemente; 4 = Casi siempre; 5 = Siempre							

Anexo 2: Autoevaluación

ES CUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO						
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS						
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA						
LICENCIATURA EN SECRETARIADO GERENCIAL						
AUTOEVALUACIÓN FUNCIONARIOS DEL GADPP						
Objetivo: Conocer los diferentes aspectos de la institución y el nivel de satisfacción del cliente interno.						
CUESTIONARIO						
VARIABLES	No.	PREGUNTAS	Respuesta			OBSERVACIÓN
RELACIÓN CON EL CLIENTE	1	El trato del cliente hacia usted es adecuado?	No	Si	Porque:	
	2	Toma alguna acción correctiva y de mejora cuando existe algun contratiempo con el cliente?	No	Si	Cual:	
	3	Cuenta la institución con alguna herramienta que permita almacenar la información de los clientes?	No	Si	Como:	
	4	Al entregar el servicio al cliente este demuestra satisfacción?	No	Si	Porque:	
SERVICIO Y MEJORA	5	Los servicios que se ofrecen cubren las necesidades de los clientes?	No	Si	Porque:	
	6	Los procesos y estándares de calidad en los servicios que brinda, contribuyen al crecimiento institucional?	No	Si	Como:	
	7	La institución cuenta con algun manual que detalle los procesos a cumplir?	No	Si	Cual:	
	8	Los procedimientos y estándares de calidad son aplicados por el personal en la ejecución del trabajo?	No	Si	Cual:	
COMUNICACIÓN	9	Existe una adecuada y fluida comunicación entre los diferentes departamento de la institución?	No	Si	Porque:	
	10	Se ha comunicado eficientemente la filosofía institucional a los funcionarios?	No	Si	Porque:	
	11	El GADPP cuenta con un buzón de quejas y sugerencias?	No	Si	Porque:	
	12	Las quejas presentadas por los usuarios ayudan a mejorar el desempeño del funcionario?	No	Si	Porque:	
CAPACITACIÓN	13	Considera las capacitaciones un factor positivo en la mejora de sus conocimientos	No	Si	Cuales:	
	14	Que cursos de capacitación en atención al cliente recibió en el 2014?	No	Si	Porque:	
	15	Cuales son los temas de mayor interes que deberían considerarse?	No	Si	Cuales:	
	16	El estar capacitado le permite desarrollar destrezas para atender satisfactoriamente al cliente?	No	Si	Porque:	
TRABAJO EN EQUIPO	17	El trabajo en equipo fortalece la convivencia institucional ?	No	Si	Porque:	
	18	El apoyo que brinda cada departamento consolida la relación entre compañeros de trabajo	No	Si	Porque:	
	19	El GADPP fomenta la delegación de responsabilidades entre los diferentes niveles de la organización?	No	Si	Porque:	
PERSONAL	20	El uniforme que utiliza resalta la imagen corporativa de la institución?	No	Si	Porque:	
	21	El GADPP incentiva al personal para que mejoren los procesos en los que están involucrados?	No	Si	Porque:	
	22	La asistencia y cumplimiento reflejan responsabilidad en su trabajo?	No	Si	Porque:	

Fuente: GADPP
Elaborado : Paola Guamán