



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:

“DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE SERVICIO AL USUARIO INTERNO Y EXTERNO EN LA FISCALIA PROVINCIAL DE BOLIVAR, PERIODO 2016”

AUTORA:

DELIA PAULINA SAMANIEGO QUIGUIRI

AMBATO – ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por la Sra. Delia Paulina Samaniego Quiguiri, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Jorge Eduardo Herrera Cabezas

DIRECTOR

Ing. Edwin Olmedo Valle Guerrero

MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Delia Paulina Samaniego Quiguiri, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría, y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 01 de julio de 2016.

Delia Paulina Samaniego Quiguiri

0603736216

DEDICATORIA

El afecto y el cariño de mis hijos son los detonantes de mi felicidad, de mi esfuerzo, de mis ganas de buscar lo mejor para ellos, aún a su corta edad me han enseñado y me seguirán enseñando muchas cosas de la vida. Les agradezco, por ayudarme a encontrar el lado dulce y no amargo de la vida, mi príncipe Tommy y mi princesa Mariapaula han sido mi motivación más grande para concluir este logro académico.

Con amor su madre

Paulina

AGRADECIMIENTO

Quiero en primer lugar agradecer a Dios por haberme dado la oportunidad de haber alcanzado mi felicidad, a mis padres Tomás y María quienes con su apoyo incondicional me han inculcado a ser bien las cosas y ello se ve reflejado en lo que soy ahora, a mis hermanos Nicolás, José , Edison y Francisca que han sido mis amigos y mis guías en todo momento, a Marcelo mi esposo que me ha enseñado que es posible alcanzar lo que uno se propone con esfuerzo y sacrificio y que los sueños se cumplen siempre que hacemos bien las cosas, gracias por estar conmigo en las buenas y malas.

Por ultimo agradezco al Ing. Jorge Herrera C. y al Ing. Edwin Valle G., Director y Miembro de este trabajo de titulación, quienes me apoyaron desde el inicio para llegar a culminar este empiezo de mi vida profesional.

A todos ustedes dioslepague por todo, esto es para ustedes.

Paulina

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|---|----------|
| Portada..... | i |
| Certificación del tribunal | ii |
| Declaración de autenticidad..... | iii |
| Dedicatoria..... | iv |
| Agradecimiento..... | v |
| Índice de contenido | vi |
| Índice de tablas | viii |
| Índice de Gráficos..... | ix |
| Índice de Anexos | x |
| Resumen Ejecutivo | xi |
| Summary..... | xii |
| Introducción | 1 |
| CAPITULO I: EL PROBLEMA..... | 3 |
| 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 3 |
| 1.1.1. Formulación del problema..... | 3 |
| 1.1.2. Delimitación del problema | 3 |
| 1.2. JUSTIFICACIÓN..... | 4 |
| 1.3. OBJETIVOS | 5 |
| 1.3.1. Objetivo general | 5 |
| 1.3.2. Objetivos específicos | 5 |
| CAPITULO II: MARCO TEÓRICO | 6 |
| 2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS..... | 6 |
| 2.1.1. Antecedentes Históricos | 6 |
| 2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA..... | 7 |
| 2.2.1. Introducción sobre las Estrategias | 7 |
| 2.2.2. Empresas Públicas | 8 |
| 2.2.3. El Clima Organizacional | 9 |
| 2.2.4. El Cliente | 10 |
| 2.2.5. El Servicio | 12 |
| 2.2.6. Estrategias..... | 17 |

| | | |
|---------------------------------------|---|----|
| 2.2.8. | Las relaciones Humanas | 18 |
| 2.2.9. | La Comunicación Organizacional | 19 |
| 2.2.10. | El Servicio al Cliente con enfoque en el Sector Público | 20 |
| 2.2.11. | La Función Pública | 21 |
| 2.2.12. | Base Legal del Servicio al Usuario..... | 22 |
| 2.2.13. | La Servicialidad | 22 |
| 2.2.14. | El Usuario | 23 |
| 2.2.15. | Liderazgo en servicio..... | 24 |
| 2.2.16. | El arte del servicio extraordinario | 26 |
| 2.2.17. | Evaluar el desempeño, recompensa la calidad | 30 |
| 2.2.18. | Manejo de Situaciones Difíciles | 30 |
| 2.2.19. | Diez mandamientos del servicio al usuario | 33 |
| 2.2. | IDEA A DEFENDER | 34 |
| 2.3. | VARIABLES | 34 |
| 2.3.1. | Variable Independiente | 34 |
| 2.3.2. | Variable Dependiente | 34 |
| CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO..... | | 35 |
| 3.1. | MODALIDAD DE LA INVESTIGACION | 35 |
| 3.2. | TIPOS DE INVESTIGACIÓN..... | 35 |
| 3.3. | POBLACIÓN Y MUESTRA: | 36 |
| 3.4. | MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS..... | 38 |
| 3.4.1. | Métodos | 38 |
| 3.4.2. | Técnicas de Investigación..... | 39 |
| 3.5. | RESULTADOS | 39 |
| CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO..... | | 40 |
| 4.1. | TÍTULO | 40 |
| 4.2. | CONTENIDO DE LA PROPUESTA | 40 |
| 4.2.1. | Introducción..... | 40 |
| 4.2.2. | Objetivo de la Propuesta..... | 41 |
| 4.2.3. | Desarrollo de la Propuesta..... | 41 |
| 4.2.4. | Diseño de estrategias de servicio y atención al usuario..... | 42 |
| CONCLUSIONES | | 48 |
| RECOMENDACIONES | | 49 |

| | |
|-------------------|----|
| BIBLIOGRAFIA..... | 50 |
|-------------------|----|

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1: Importancia del Usuario | 55 |
| Tabla 2: La Imagen Institucional | 56 |
| Tabla 3: Se cuenta con estrategias de servicio..... | 57 |
| Tabla 4: Conocimiento sobre servicio y Atención al usuario..... | 58 |
| Tabla 5: Calidad en la atención..... | 59 |
| Tabla 6: Debe existir estrategias de servicio | 60 |
| Tabla 7: Se fomentará la confianza al usuario | 61 |
| Tabla 8: Capacitación continúa..... | 62 |
| Tabla 9: Asumir la atención y servicio | 63 |
| Tabla 10: Enfoque de estrategias de servicio..... | 64 |
| Tabla 11: Personal apto..... | 65 |
| Tabla 12: Información clara..... | 66 |
| Tabla 13: Asesoría de servicio..... | 67 |
| Tabla 14: Labor de la Fiscalía..... | 68 |
| Tabla 15: Atención al usuario..... | 69 |
| Tabla 16: Estrategias de Servicio..... | 70 |
| Tabla 17: Trato adecuado | 71 |
| Tabla 18: Inquietudes resueltas..... | 72 |
| Tabla 19: Implementación de estrategias..... | 73 |
| Tabla 20: Empatía a los usuarios | 74 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| Ilustración 1: Importancia del Usuario | 55 |
| Ilustración 2 La imagen Institucional | 56 |
| Ilustración 3: Se cuenta con estrategias de servicio..... | 57 |
| Ilustración 4: Conocimiento sobre servicio y Atención al usuario..... | 58 |
| Ilustración 5: Calidad en la atención..... | 59 |
| Ilustración 6: Debe existir estrategias de servicio | 60 |
| Ilustración 7: Se fomentará la confianza al usuario..... | 61 |
| Ilustración 8: Capacitación continúa..... | 62 |
| Ilustración 9: Asumir la atención y servicio | 63 |
| Ilustración 10 : Enfoque de estrategias de servicio..... | 64 |
| Ilustración 11 : Personal apto..... | 65 |
| Ilustración 12 : Información clara..... | 66 |
| Ilustración 13 : Asesoría de servicio..... | 67 |
| Ilustración 14: Labor de la Fiscalía..... | 68 |
| Ilustración 15: Atención al usuario | 69 |
| Ilustración 16: Estrategias de Servicio..... | 70 |
| Ilustración 17: Trato adecuado | 71 |
| Ilustración 18: Inquietudes resueltas..... | 72 |
| Ilustración 19: Implementación de estrategias..... | 73 |
| Ilustración 20: Empatía a los usuarios | 74 |

ÍNDICE DE ANEXOS

| | |
|--|----|
| ANEXOS..... | 52 |
| Anexo Entrevista y resultado de encuestas..... | 53 |
| Anexo Fotografías..... | 81 |

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo investigativo se encuentra enfocado en el “Diseño de estrategias de Servicio y Atención al Usuario Interno y Externo en la Fiscalía Provincial de Bolívar”.

El Objetivo principal es Diseñar estrategias de Servicio y Atención al Usuario Interno y Externo en la Fiscalía Provincial de Bolívar, mediante la utilización de herramientas en la comunicación oral.

En esta investigación se utilizaron metodologías como la investigación de campo, bibliográfica y documental, a fin de obtener datos reales se aplicaron encuestas a los usuarios internos y externos, así como la entrevista al señor Fiscal Provincial de Bolívar, lo cual permitió conocer deficiencias y requerimientos de transformación para el desarrollo institucional, a fin de fomentar la confianza y la credibilidad en la ciudadanía.

La propuesta está orientada al diseño de estrategias de Servicio y Atención al usuario, para estandarizar los procedimientos en servicio y atención, de tal forma que permita que la Fiscalía Provincial de Bolívar pueda proyectarse en el medio como una institución confiable, y garantista de justicia, a través de la actualización de conocimientos de su personal con talleres, seminarios y guías relacionadas a servicio al usuario, manejo de situaciones difíciles y relaciones humanas las que permitirán el crecimiento institucional.

Se recomienda a la Fiscalía Provincial de Bolívar la implementación de estas estrategias de servicio y atención al Usuario Interno y externo, para garantizar el acceso oportuno, a través de una atención de calidad con calidez a la ciudadanía.

Palabras claves: Estrategias, atención al usuario, servicio, usuario.

Ing. Jorge Eduardo Herrera Cabezas
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACION

SUMMARY

This research work is focused on the "Strategies of customer and User Internal and External Service Design in the Provincial Prosecutor of Bolivar." The main objective is to Design strategies and Customer Service Internal and External User in the Provincial Prosecutor of Bolivar, throughout oral communication tools uses. In this research is used methodologies such as field research, bibliographic and documentary, to obtain real data, surveys were applied to internal and external users, as well as the interview with the Provincial Attorney General of Bolivar, which allowed to known deficiencies and requirements of transformation for institutional development in order to build confidence and credibility among citizens.

The proposal is oriented to design service and customer care strategies, to standardize procedures in service and attention, so as they allow to the Provincial Prosecutor of Bolivar can be projected in the environment like a reliable institution and guarantor of justice, through upgrading staff skills workshops, seminars and guidelines related to customer service, handling difficult situations and human relationships that will allow the institutional growth.

It is recommended to the Provincial Prosecutor of Bolivar the implementation of these strategies of customer service and Internal and External user care, to ensure timely access, through quality care with warmth citizenship

KEYWORDS: Strategies, customer service, service user.

INTRODUCCIÓN

La imagen de presentación de una institución, es que el personal que trabaja en la misma sepa cómo atender o brindar un servicio, puesto que, en ella se desarrolla aspectos como: el desempeño adecuado de sus funciones, manejo de situaciones difíciles, asertividad en el trato, en si todo esto engloba a una excelente atención.

En el siglo XXI, la atención al cliente, va más allá de la gentileza, ya que debemos dar un extra que es el satisfacer una necesidad, por ello en la Fiscalía Provincial de Bolívar se debe implementar estrategias de servicio, las mismas que faciliten la relación entre usuarios internos y externos, considerando que en esta institución se recibe a diario denuncias que son emitidas por la ciudadanía, cuando se ha cometido un delito de acción pública, por tanto se está tratando con personas que han sido vulneradas sus derechos.

En este contexto es menester lograr el cambio de mentalidad en los funcionarios públicos, quienes son los encargados de servir y brindar una atención oportuna, y para lograr esto es imprescindible implementar estrategias de servicio y atención al usuario, ya que estas herramientas servirán para alcanzar el mejoramiento continuo y así poder cumplir con la visión de la institución.

En la presente investigación contiene los siguientes capítulos:

Capítulo I:

El problema, Planteamiento del problema, la formulación del problema, la delimitación del problema, Justificación, los objetivos, general y específicos.

Capítulo II:

Marco teórico, antecedentes investigativos, antecedentes históricos, fundamentación teórica, introducción, empresas públicas, El clima organizacional, el cliente, el servicio, la Calidad de servicio, como una herramienta estratégica de una institución o empresa

Estrategias para un servicio de calidad, reglas para la satisfacción total de cliente, Estrategias, Relaciones Humanas, La comunicación Organizacional, El servicio al Cliente con enfoque en el Sector Público, la Función Pública, Base legal del Servicio al Usuario, la Servicialidad, el Usuario, Liderazgo en servicio, el arte del servicio extraordinario evaluar el desempeño, manejo de situaciones difíciles, Diez mandamientos del servicio al usuario, Idea a defender, Variables Independiente y Dependiente.

Capítulo III:

Marco Metodológico, modalidad de la investigación, tipos de investigación, de Campo, Bibliográfica- Documental, Explorativa, Descriptiva, Población y Muestra, Métodos, técnicas e instrumentos, técnicas de investigación, Resultados.

Capítulo IV:

Marco Propositivo, contenido de la propuesta, introducción Objetivos de la propuesta, desarrollo de la propuesta, diseño de estrategias de servicio y atención al usuario, posteriormente conclusiones y recomendaciones.

CAPITULO I: EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Fiscalía General del Estado, abarca a las Fiscalías Provinciales y entre ellas está la Fiscalía Provincial de Bolívar, la misma que cuenta con 59 servidores en toda la provincia, quienes atienden diariamente a los usuarios internos y externos que están inmersos a esta institución, pero es lamentable que no cuenten con estrategias de servicio que permitan mejorar la atención al usuario Interno y externo. Esto ha sido detectado ya que al momento de medir la confianza de la ciudadanía en la Fiscalía Provincial de Bolívar, no se ha obtenido resultados buenos y el principal aspecto que influye esta falencia es: las quejas sobre el mal servicio, por actitudes racistas, despectivismo, falta de empatía y el desconocimiento de cómo actuar ante situaciones difíciles al momento de brindar un servicio, por ello se ha visto la necesidad de diseñar estrategias de servicio que permitan el acceso a la ciudadanía, sin temor alguno, a través de la confianza que se debe fomentar en los usuarios, al momento de satisfacer sus necesidades.

1.1.1. Formulación del problema

¿Cómo incide la falta de estrategias de servicio al usuario interno y externo en la Fiscalía Provincial de Bolívar?

1.1.2. Delimitación del problema

La presente investigación se desarrollará en la Fiscalía Provincial de Bolívar, en todas sus Unidades Operativas, como son las Fiscalías Especializadas del cantón Guaranda, y en las Fiscalías Cantonales de San Miguel, Chillanes, Caluma, Echeandía y Las Naves, Provincia de Bolívar.

Objeto de Estudio: Fiscalía Provincial de Bolívar

Campo de Acción: Servicio y Atención al Usuario

1.2. JUSTIFICACIÓN

Su importancia radica en que la Fiscalía General del Estado, tiene como objetivo primordial, brindar servicios de acceso a la justicia de forma oportuna, ágil y eficaz respetando los derechos humanos, a través de su Talento Humano comprometido con la ciudadanía, sin discriminación alguna, para de esta forma mantener la credibilidad y confianza por parte de los usuarios, razón por la cual el servicio al usuario juega un papel importante en esta institución.

Este tema ha sido seleccionado, puesto que con el mismo se coadyuvará a que la visión institucional se cumpla, por tanto es de INTERES, pues, con la presente investigación se proyecta lograr el mejoramiento en la Atención al Usuario en la Fiscalía Provincial de Bolívar.

Este trabajo investigativo es viable, ya que, cuenta con recursos bibliográficos, y la investigación de campo, ya que al ser funcionaria de esta institución es fácil analizar el entorno laboral, y la clase de servicio que es proporcionado a los usuarios en general.

Esta investigación tiene utilidad práctica porque además de los resultados adquiridos, se pretende diseñar estrategias de Servicio al usuario en la Fiscalía Provincial de Bolívar, y si es permisible, por qué no al resto de Fiscalías Provinciales, así lograremos cambiar la forma de atender al usuario, satisfaciendo las necesidades de los mismos, a través de servicios de calidad con calidez, porque recordemos que “debemos atender como nos gustaría ser atendidos”.

Los beneficiarios del presente trabajo investigativo son: los funcionarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar y los usuarios en general que acuden a esta institución.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo general

Diseñar estrategias de Servicio al Usuario Interno y Externo en la Fiscalía Provincial de Bolívar, para incrementar la confianza y credibilidad a través de la prestación de servicios de calidad con calidez.

1.3.2. Objetivos específicos

- Levantar la información relacionada con el servicio y Atención al usuario en la Fiscalía Provincial de Bolívar.
- Analizar la información recopilada, relacionada con el Servicio al Usuario interno y externo de la Fiscalía Provincial de Bolívar.
- Diseñar estrategias para mejorar el servicio y atención al usuario interno y externo en la Fiscalía Provincial de Bolívar.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Al realizar esta investigación se ha procedido a analizar diferentes modelos que presentaban cierta similitud y coincidían sus argumentos sobre las estrategias de servicio.

Según Tapia &, Tocte (2011) en su proyecto de investigación Estrategias para mejorar la calidad de servicio de Atención al cliente en la Empresa Eléctrica Provincial de Cotopaxi S.A. en el periodo 2011. “A falta de Estrategias de servicio, puede desencadenar en problemas, puesto que no permiten el desarrollo eficiente de la institución, provocando la desconfianza e inestabilidad económica de la misma”, con lo antes indicado observamos que es imprescindible que existan estrategias de servicio, para que exista un protocolo de aplicación, a fin de garantizar el acceso oportuno a la ciudadanía, con servicios de calidad con calidez.

El presente trabajo investigativo hace relación a temas análogos entre esos se encontró el siguiente: según Naudy (2013). Estrategias de Marketing interno para el mejoramiento de la Calidad de Servicio y satisfacción de los clientes de la empresa Greif Venezuela, C.A. En este trabajo investigativo nos indica que “las estrategias de Marketing, están enfocadas al mejoramiento del servicio interno”, ya que esto acrecentaría el nivel de aceptación por parte de los clientes y esto conlleva a que la empresa alcance los objetivos planteados, satisfaciendo al mismo tiempo las necesidades de los clientes.

2.1.1. Antecedentes Históricos

Los orígenes de esta Institución ya estarían en el Derecho Griego, en donde el proceso penal era esencialmente acusatorio, oral y público; en el Derecho Romano, con el procedimiento de oficio, que consistía en que los hombres más insignes de Roma, como Marco Porcio Catón, tuvieran a su cargo el ejercicio de la acción penal en representación de los ciudadanos. En las Partidas se llamó patrono del Fisco al Fiscal y

era el hombre puesto para razonar, defender las cosas y derechos que pertenecían a la cámara del rey.

Pero el origen del Ministerio Público, con las características que hoy lo conocemos estaría en Francia, donde aparecen ciertas figuras que empiezan defendiendo los intereses de la corona para convertirse en representantes del Estado.

Con la plena vigencia del nuevo Código de Procedimiento Penal, desde el 13 de julio del 2001, se introduce el cambio del sistema inquisitivo escrito, que había perdurado por más de 150 años, a un sistema acusatorio y oral, en donde el Fiscal tiene la carga de la prueba en la etapa del juicio, para lo cual debe dirigir la investigación pre procesal y procesal penal con imparcialidad y objetividad.

Con la Constitución de la República promulgada en Registro Oficial No. 449, de 20 de octubre de 2008, el Ministerio Público da un vuelco, su nombre es remplazado por el de Fiscalía General del Estado y sus funciones cambiaron.

Actualmente, la Fiscalía General del Estado está conformada por el/la Fiscal General, los/las Fiscales Provinciales y los/las Agentes Fiscales.

Además, existe un Fiscal General Subrogante y Fiscales Adjuntos en las diferentes Provincias del país, quienes colaboran con el Fiscal titular en el proceso de investigación.

Los Agentes Fiscales cuentan con el apoyo del personal auxiliar: Secretarios y asistentes de fiscales.

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1. Introducción sobre las Estrategias

Según Pride y Ferreal (2007), las estrategias son “Una descripción sobre cómo piensa alcanzar una compañía sus objetivos y metas formales. Traduce la visión en acciones y a través de un proceso de plantación y análisis regulares, determinar cómo se van utilizar los recursos de la organización”. Se coincide con los autores y se acota que las estrategias son acciones que permiten alcanzar los objetivos institucionales, a la vez se

pormenoriza como hacerlo, considerando sus condiciones internas así como el entorno en el cual se desarrolla, de tal forma que mediante estas estrategias aporten significativamente en la evolución positiva de la empresa.

Las estrategias requieren una serie de decisiones puesto que estas pueden ser adecuadas o no, así los señala Kotler (2004):

“(a) Tiende a cambiar la naturaleza de la organización (su propósito o dirección), (b) implica riesgos extraordinarios en caso de fracaso, (c) trae beneficios en caso de éxito. (d) requiere aprobación de alto nivel, (e) implica un compromiso extraordinario durante un tiempo, (f) dentro de estas cosas se maneja con frecuencia una fuerte táctica.”

2.2.2. Empresas Públicas

Según Ruiz, (1980) La empresa Pública es:

“La organización autónoma de los factores de la producción, dirigida a producir bienes o servicios en el mercado, con personalidad jurídica o que se manifiesta a través de un administrador; organización en la que el Estado ha hecho un aporte patrimonial que deberá pasar a formar parte del capital social o del patrimonio fiduciario”.

La empresa pública es una entidad con personería jurídica, la cual comparte la política del estado, y se rige por las normas, leyes y demás que regulen su adecuado funcionamiento en beneficio de la sociedad.

Características de la Empresa

- Las empresas públicas cuentan con financiaciones del estado, y estas son creadas con el objetivo de satisfacer las necesidades a través de la prestación de bienes o servicios.
- No tienen fines de lucro, puesto que son patrocinadas por el estado.
- Constituyen la mayor parte del sector público, y son los principales medios utilizados por el estado.

La administración dentro de la empresa

Para Reyes (2000) la administración dentro de una empresa es el “conjunto sistemático de reglas para lograr la máxima eficiencia en las formas de estructurar y manejar un organismo social”.

En tanto que para Fayol (1841) la Administración es “un proceso muy particular consistente en las actividades de planeación, organización, ejecución y control, desempeñadas para determinar y alcanzar los objetivos señalados con el uso de seres humanos y otros recursos”.

En las instituciones es imprescindible que se aplique correctamente la administración, ya que con ella conseguimos cumplir los objetivos planteados lo que conlleva al mejoramiento continuo de la institución, preponderando así la misión y visión institucional.

2.2.3. El Clima Organizacional

Los elementos a ser considerados, tanto en el análisis interno como externo, son aquellos que influyen o pueden influir, positiva o negativamente en la prestación de un servicio, así tenemos que el primer aspecto a resaltar es el Clima Organizacional, ya que de aquí se refleja nuestra forma de actuar con los usuarios externos, puesto que al haber una percepción de lo que somos como institución, nos hace diferentes a los demás.

El clima organizacional influye además en la estructura, en los procesos, en las metas y en los objetivos de la institución, por un por un lado, y por otro están también las personas, con sus actitudes, su comportamiento y su desempeño en el trabajo.

El clima organizacional se construye a partir de factores externos e internos. Su poderosa influencia sobre la motivación, el compromiso, la creatividad y el desempeño de las personas y los equipos de trabajo, lo convierten en una herramienta estratégica fundamental para la gestión del talento humano y el desarrollo organizacional de la institución.

Al clima organizacional lo podemos considerar como un factor fundamental en el proceso organizativo de la institución, en donde se refleja la gestión, el cambio y la innovación. Así también alcanza relevancia por su efecto inmediato, tanto en el proceso como en el resultado obtenido, el mismo que incurre en la calidad de este sistema y su desarrollo.

Es imprescindible considerar que los cambios y las innovaciones, son percibidos individualmente por los miembros de una organización, ya que hay personas adaptables a esos cambios y puede existir otras resistentes a este proceso, por tanto si contamos con un buen clima laboral, la gente está preparada para enfrentar situaciones de inseguridad, de negatividad, propias de un proceso que implica cambios, pero estas fortalezas adquiridas son fruto de un trabajo en equipo, donde no exista rivalidad profesional, sino un compañerismo.

Podemos resaltar algo que menciona Marchant (2005):

“Las organizaciones debieran trabajar en favorecer el desarrollo de un clima organizacional adecuado al trabajo cotidiano y las metas estratégicas, aprovechando la oportunidad de utilizar una variable no económica para impactar sobre los resultados de la empresa o institución”.

Considero que lo que indica este autor es una realidad, ya que si no existe un buen ambiente laboral, como poder exigir que se brinde servicios de calidad con calidez a los usuarios externos, por ello es recomendable que casa adentro se manejen solución de conflictos, para tomar correctivos que no afecten el desempeño adecuado de la organización, porque la imagen que se debe brindar a los usuarios debe ser la mejor, para fomentar así la credibilidad y seguridad.

2.2.4. El Cliente

El nuevo diccionario Ilustrado Sopena (1980), señala que Cliente es la “Persona que está bajo la protección a tutela de otra. Respecto del que ejerce una profesión, persona que utiliza sus servicios”. Con esta definición se puede indicar que el cliente es aquella persona que requiere de un bien o servicio, con la finalidad de satisfacer una necesidad.

2.2.4.1. Tipos de clientes

Clientes internos

Son personas que laboran dentro de una misma organización, empresa o institución, quienes dependen del mismo entorno para poder recibir un bien o un servicio.

Serna (2006), afirma que los clientes internos “son todos y cada uno de los colaboradores directos que conforman la cadena interna de los procesos industriales por que unos dependen de otros, total o parcialmente, para hacer su trabajo”.

En este tipo de clientes se ve reflejado el liderazgo, la cultura y la organización en función de posibilitar a quienes conforman este grupo de trabajo, la excelencia en el servicio, a través de un compromiso personal para de esta forma proporcionar una excelente atención de calidad con calidez tanto al cliente interno como externo.

Clientes Externos

Son aquellas personas que están fuera del medio, es decir aquellas que llegan a adquirir un bien o servicio, y que comúnmente los identificamos como clientes o usuarios.

Los elementos integrados del cliente interno nos permitirá definir una estrategia de servicio al cliente de cada empresa y/o institución, ya que si tenemos una organización enfocada en procesos, que nos genere un valor, seremos así un modelo de gestión centrado crear una cultura de servicio a los clientes internos y al consumidor final que vendría hacer los usuarios externos, en donde vemos que se integran estos dos clientes y obteniéndose buenos resultados.

2.2.4.2. Clases de Clientes

Los seres humanos tenemos diferentes tipos de actitudes, y basado en eso tenemos algunas clases de clientes:

- Cliente infeliz: Cuando estos clientes muestran negatividad, manifestando que quizá no tengan lo que busca, pero esto ya es un problema o conflicto que este cliente mismo tiene.
- Cliente Discutidor: Son agresivos por naturaleza y jamás están de acuerdo con nada.
- Cliente exigente: Es el que siempre está interrumpiendo y pide ser atendido de forma inmediata, lamentablemente este tipo de actitud es de personas que se sienten inferior, y piensan que con ese tipo de actitud tienen el control.
- Cliente Coqueteador: Es aquel que habla en doble sentido, e incluso realiza insinuaciones de tipo sexual, ante este tipo de clientes se debe mantener una actitud tranquila, ubicada, con profesionalismo en todo el sentido.
- Cliente conversador: Es quien puede ocupar mucho tiempo en adquirir un producto o servicio ya que antes cuenta la historia de su vida.
- Cliente quejoso: Es aquel que no está de acuerdo con nada y que inclusive realiza comparaciones con otros sitios similares.

2.2.5. El Servicio

Berry Tomas H. (1997) define el servicio como “El conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o del servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo”.

La autora señala que el servicio es una acumulación de acciones positivas que recibirá cuando solicite un servicio o requiera un bien, y que se le otorgue una atención amable, puesto que si es atendida de forma eficiente ese cliente regresará.

La Calidad de Servicio como una herramienta estratégica de una institución o empresa:

Así lo indica Horvitz J. (2006) “la calidad del servicio de una empresa depende, al menos en parte, de cómo se relaciona su personal con los clientes” Con lo antes mencionado es substancial analizar cómo se gestiona el personal, y deberíamos enfocarnos en quienes van a atender a los clientes o usuarios, para formarlos en calidad del servicio, ya que es la única forma de fomentar la credibilidad y asegurar la

satisfacción de los clientes, quizá para muchas personas este proceso de atención resulte fácil y rutinario, pero aquí podemos identificar que se cometen muchos errores, ya que quizá no se entiende lo que los usuarios nos están tratando de decir, o cómo actuar ante situaciones difíciles frente a un usuario conflictivo, o no proporcionar un servicio que satisfaga las necesidades de los usuarios.

Ante esto es necesario contar con el apoyo de los empleados o funcionarios para lograr un buen servicio, pero a la vez la empresa o institución debe ser lo suficientemente hábil como para otorgar a sus trabajadores de responsabilidades y derechos que les permitan mantener cierta autonomía a la hora de atender a un cliente o usuario.

Estrategias para un Servicio de Calidad

Si los procesos no están enmarcados en la vocación de servir, en principios en base de valores morales y de un trabajo en equipo, sería erróneo de hablar de un Servicio de Calidad, ya que es decepcionante estar del lado de usuarios y recibir un trato descortés, irónico, plagado de incomprensión y apatía, ya que el empleado encargado de “atender” el requerimiento, de escuchar la solicitud o de recibir la queja se distrae conversando por teléfono, y observa con desinterés o con el ceño fruncido al cliente. Pareciera que además de la barrera física que implica el escritorio, o la ventanilla de cristal, existiera también una barrera psicológica que implica que el cliente es un enemigo, es un molesto trámite o implica ocupar el “sagrado tiempo” de un empleado determinado.

El proporcionar una mal servicio es un vicio que corroe a los organismos públicos y privados, genera un constante malestar entre los clientes y a nivel privado influye negativamente en la participación en el mercado de la empresa y a la larga puede ocasionar su desaparición, en el aspecto público provoca descomposición social, corrupción y destruye paulatinamente los sistemas democráticos cambiándolos por ineficientes, inseguros, sin acogida del pueblo al que se deben.

Para obtener un resultado de calidad se pueden orientar diversas estrategias y sistemas que permitan prestar un servicio de calidad, pero para llegar al éxito se requiere de compromiso y de estandarización de procedimientos acordes con una orientación clara de la organización hacía el cliente interno y externo.

La creatividad juega un importante papel en la excelencia de la calidad en la atención pues permite consolidarla como empresa o institución, esto gracias al aporte de ideas del capital humano de quienes proporcionan un servicio.

El cliente interno motivado y preparado es vital para que toda política de servicio alcance el éxito. Según Camacho J. (2008):

“La participación de cada área en el proceso hasta llegar al contacto directo con el cliente externo debe ser conducida con la misma maestría con la que un director de orquesta dirige a sus músicos para deleitar a la audiencia con una sinfonía de Mozart”.

Para lo cual se deberá tener directrices claras y una constante actualización a fin de cada funcionario o empleado pueda resolver las dificultades que se presentaren.

Con lo antes indicado es bueno citar algunas estrategias, mismas que se detallan a continuación:

Salude Apropiadamente – La Primera Impresión: Una vez que el cliente ha decidido adquirir un producto o un servicio, rápidamente y en cuestión de segundos observa las instalaciones, su orden, aseo, presencia del personal , por ello es menester hacerlo sentir a gusto con una bienvenida que le permita saber que su presencia realiza la institución o empresa. Pero lamentablemente algunas de las veces, el cliente se tropieza con miradas ceñudas, mal aspecto, indiferencia y en muchas oportunidades, cuando faltan minutos para cerrar la institución o empresa, con frases de advertencia con respecto al poco tiempo que queda antes de cerrar.

Por ello deberíamos recordar que una primera impresión negativa ya generó un momento de la verdad contrario a los intereses de la organización, ya existe una sensación de desagrado y generalmente el cliente decidirá retirarse de las instalaciones para buscar una alternativa más amable, que realmente muestre interés en sus necesidades.

En este contexto es necesario:

1. Prestar atención inmediata al usuario, si la institución o empresa está llena de personas, por lo menos se debe demostrar que nos percatamos que de la presencia de un usuario y que lo atenderemos de inmediato.
2. Mirar a los ojos al cliente o usuario y decirle en que le podemos ayudar, a fin de que desde el primer momento tenga confianza en nosotros.
3. Dejar de lado los problemas, se debería desconectar del exterior y conectarse al cliente o usuario.

Conceder valor al Cliente: Algo tan conocido por todos es que todo empleo depende exclusivamente de la existencia del cliente o usuario, entonces diremos que el cliente o usuario es el valor más importante de la empresa o institución, es la razón de ser de todos los esfuerzos.

Hay que resaltar que el término valor no solo se refiere al costo monetario, financiero, económico de un bien determinado, sino también al principio de vida a nivel espiritual que rige un aspecto de nuestro comportamiento. Es así que cuando dialogamos sobre los valores individuales vemos que son lineamientos internos que configuran la ética de un individuo y estos se establecen como pilares del carácter, configurando lo que define Covey Stephen R. (1997) como la “Ética del Carácter. Para que la conducta sea adecuada esta debe estar siempre unida de manera congruente con los valores apropiados”.

Por ende, la actitud, debe ser adecuada a los principios formales, derivados de valores como el respeto, la equidad, la solidaridad, la empatía, el compromiso, y el trabajo en equipo, a fin de que cada uno de estos valores nos permitan ponernos en lugar de los clientes o usuarios , para así poder dar solución a las dificultades, con la prestación de servicios o de bienes, que se ofrezca en cada organización, ya que si los valores son correctos, el servicio lo será de igual forma.

Satisfacción al Cliente

La satisfacción es una sensación en la que las personas se sienten conforme con un bien o un servicio recibido, y esto parte de quienes lo proporcionan ya que uno tiene que

sentir y tener esa sensación de convicción de servicio, es decir aquí juega un papel importante la empatía.

Según Berry (1996), se detalla tres técnicas las cuales pueden entrelazarse en el montaje de un aprendizaje continuo para la satisfacción al cliente.

“Herramienta: Es necesario que los empleados de contacto con el cliente aprendan todos los procedimientos internos disponibles para procesar los pedidos de clientes, respondan a sus preguntas y manejen sus solicitudes.

Las Técnicas: Estas se refieren a los métodos que se han sugerido para servir de manera afectiva a los clientes cuando se interactúan directamente con ellos por correo, por teléfono o personalmente. Existen técnicas para saludar a los clientes, calmar a los clientes irritados, dar gracias a los clientes por su compra y hacerlos sentir importantes.

Experimentos y Triunfos: En cuanto a los empleados, es moldear o demostrar contactos altamente afectivos con el cliente, necesitan construir una idea mental sobre las relaciones con los clientes para saber de qué manera son percibidas como se sientan la gran mayoría de las experiencias de contacto con el cliente.”

Reglas para la Satisfacción Total del Cliente

Según Estrada Vera Williams (2007), en su libro Servicio y Atención al Cliente, señala ciertas reglas para la satisfacción Total del Cliente:

- “Muestre Aprecio Auténtico: Toda persona desea escuchar un mensaje agradable o un cumplido sincero.
- Estimule a sus Clientes: Reconozca las cualidades y virtudes de sus Clientes/público usuario.
- Sea Amigable y Amistoso: A través de su conversación agradable genera empatía y ánimo con su interlocutor.
- Actúe con Cortesía: Es contagiosa y constituye una poderosa herramienta de relaciones humanas.

2.2.6. Estrategias

Para Porter Michael E. (2006):

“Estrategia es el padrón de los objetivos, propósitos, políticas y planes esenciales para conseguir dichas metas, establecidas de tal manera que definan en qué clase de negocios la empresa esta o quiere estar o desea estar. Es un modo de expresar un concepto persistente de la nueva empresa en un mundo en evolución, con el fin de incluir algunas nuevas actitudes posibles y sugerir la entras de otras”.

Las estrategias son las formas de cómo llegar alcanzar algo, al momento de estar planteadas adecuadamente suelen dar resultados positivos para la empresa, puesto que mediante estas se cumplen con los objetivos y las metas institucionales.

2.2.7. El proceso Estratégico

Cuando existe un proceso estratégico en una organización son las que tienen un mayor rendimiento, ya que guían el cambio, a diferencias de otras que lo que hacen es reaccionar y tratan de defenderse.

La Administración estratégica consta de cuatro puntos indispensables:

- Análisis del entorno
- Implementación
- Formulación
- Control

Los puntos antes descritos se deben aplicarlos a los niveles estratégicos como:

- Unidad de Negocio
- Funcional
- Corporativo

Este proceso se sintetiza en los siguientes pasos:

- Visión
- Análisis externo
- Análisis interno

- Misión
- Objetivos
- Estrategias
- Implementación
- Control estratégico

2.2.8. Las relaciones Humanas

Las Relaciones Humanas según Estrada W (2007):

“Relaciones Humanas es el arte de llevarse bien con los demás. Su objetivo es promover y conservar la cooperación mutua, así como la confianza entre los integrantes del grupo y del público usuario, en base a buenas relaciones y comunicaciones. Las relaciones humanas refuerzan la importancia de la interdependencia entre las personas”.

Sin embargo, deberíamos preservarnos de las relaciones humanas incorrectas ya que pueden propiciar malos entendidos, para evitar ello debemos tener una actitud positiva, y deberíamos tratar de comprender más la conducta humana inyectándonos altas dosis de paciencia y tino para tratar con usuarios puesto que es lo más difícil pero no imposible simplemente depende de nosotros mismo, partiendo de algo primordial como es fortalecer nuestras relaciones familiares, considerando que desde ahí parte nuestra relación con el entorno, por que como pretender que haya armonía y felicidad con el resto si desde la casa no encontramos ese punto armonioso para nuestra vida, siendo que estas relaciones se van dando a manera de que la vida transcurre, pero concatenado con la comunicación efectiva, que sirve para lo laboral, para educacional y para lo personal.

Si consideramos este aspecto como parte fundamental de nuestra vida cotidiana, estaremos comprometidos con esa vocación de servicio, a la sociedad sin esperar nada a cambio.

Las relaciones Interpersonales

Son aquellas en las que se relacionan una persona con otra, deben contar con aspectos como: El tino, la amabilidad, consideración y empatía, que son las condiciones más importantes en la interrelación con los compañeros (usuario o cliente interno) y el público (usuario o cliente externo).

Tino: Es la capacidad de hablar con juicio y cordura hacia los demás, sin disgustar o maltratar.

Amabilidad: Se describe como el comportamiento afectuoso y atento hacia las personas.

Consideración: Precisa tener en cuenta a las personas, apreciándolas y manteniendo siempre una predisposición positiva hacia ellas.

Empatía: Es ponerse en el lugar de la otra persona.

2.2.9. La Comunicación Organizacional

Según Andrade Horacio (2005):

“La comunicación como un conjunto de técnicas y actividades, son los conocimientos que son generados a través de la investigación del proceso comunicativo en la organización sirven para desarrollar una estrategia encaminada a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre sus miembros y entre la organización y los diferentes públicos que tienen en su entorno”.

La comunicación interna esta dado entre las personas quienes conforman la institución y/o empresa, de tal modo que gracias a esta se facilita la transmisión de mensajes, con la finalidad de fomentar un ambiente laboral idóneo.

Podemos establecer en esta acepción, dos categorías:

Comunicación Interna: Conjunto de actividades creadas por la empresa con la finalidad de que exista una buena relación laboral, de esta forma podrán integrarse, motivarse y contribuir en conjunto con el trabajo , fomentando así el trabajo en equipo, para conseguir un fin común que es el cumplimiento de los objetivos institucionales.

Comunicación Externa: Es aquella que se encarga de difundir los mensajes emitidos por la organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminada a mantenerles informados sobre los servicios que esta ofrece, proyectando una imagen favorable, lo importante es seguir manteniendo la relación entre el cliente externo y el proveedor, en esta se contiene las relaciones públicas, como el marketing y la publicidad.

Los dos tipos de comunicación contribuyen a la obtención del objetivo común, por tanto deberán estar correlacionada y sincronizadas.

2.2.10. El Servicio al Cliente con enfoque en el Sector Público

Por disposición constitucional toda la administración pública debe prestar servicios de óptima calidad a los ciudadanos, razón por la cual se hace imprescindible, en todas las entidades y organismos del Estado, realizar una gestión adecuada para generar satisfacción a sus usuarios.

2.2.10.1. Marco Jurídico para la Entrega de un Servicio de Optima Calidad.

El servicio público se rige por un conjunto de normas que corresponden al ámbito del derecho público y en particular al derecho administrativo.

El servicio público busca satisfacer necesidades de la comunidad las mismas que a su vez se constituyen en los derechos fundamentales de las personas, por lo cual para tratar este tema nos hemos de referir a la norma principal o suprema como es la Constitución de la República. Lo que conlleva a conocer las disposiciones constitucionales, legales y reglamentarias en las que se sustenta el servicio público.

2.2.10.2. Servicio Público

Es todo servicio, como salud, educación, agua potable, alimentación, seguridad social, saneamiento ambiental, electricidad, vialidad, entre otros., que por disposición constitucional y legal deben brindar a la comunidad todas las entidades, organismos y dependencias del Estado, destinados a garantizar los derechos de la ciudadanía y hacer efectivo el buen vivir satisfaciendo las necesidades de la sociedad. Los servicios públicos conllevan un fin social y económico y pueden estar ligados a empresas privadas y/o concesiones. Se deben brindar de manera regular y continua.

2.2.10.3. Misión del Estado

La Constitución de la República establece (Art. 1): Que el Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia social. Así también en su Art 3 señala: Garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales, en particular la educación, la salud, la alimentación, la seguridad social y el agua para sus habitantes.

Garantizar a sus habitantes el derecho a una cultura de paz, a la seguridad integral y a vivir en una sociedad democrática y libre de corrupción.

2.2.11. La Función Pública

La función pública constituye una vocación patriótica de seres humanos al servicio de seres humanos, que exige actitud mental positiva y alegre, automotivación y voluntad para trabajar en equipo, respeto, honestidad, integridad, capacidad, creatividad, productividad, calidez, liderazgo y fundamentalmente lealtad a la patria, sacrificio y rendición de cuentas a la comunidad.

Cuando por convicción y decisión propia de servir a la patria ingresamos libremente a laborar en el sector público, pasamos de simples ciudadanos a ser "SERVIDORES PÚBLICOS", adquiriendo con ello, a más de las obligaciones comunes de todo ciudadano ecuatoriano, las obligaciones morales.

2.2.12. Base Legal del Servicio al Usuario

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

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

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

2.2.13. La Servicialidad

Es la actitud de servir con diligencia, con agrado, con cuidado y con voluntad. El servicio nace del deseo de compartir, de la convicción de que comúnmente el que siembra, cosecha. Así mismo se apoya en la absoluta igualdad entre los seres humanos y el deseo sincero de hacer algo por los demás y aportar con algo a su bienestar.

Existen seres humanos extraordinarios, llamados con mucha razón serviciales, tienen en su ser y fundamentalmente en su espíritu una enorme predisposición de generosidad para con los demás, no son melosos, ni aduladores, ni calculadores, no están pensando en su beneficio personal. "No pasan la factura de su servicio". Todo lo que hacen lo realizan con una despreocupación enormemente simpática, por puro amor a los demás. "Su mano izquierda ignora lo que hace su mano derecha". Es por convicción propia por lo que hay que ser serviciales y así llegaremos a adentrarnos en el corazón de los usuarios, convirtiéndolos en seres humanos agradecidos y principalmente satisfechos.

2.2.14. El Usuario

2.2.14.1. Identificación de Usuarios externos y determinación de sus demandas

Los usuarios externos son aquellos seres humanos, organizaciones, grupos, sectores y la comunidad en general, es decir, toda la población ecuatoriana y los extranjeros que se encuentren en el territorio nacional, a los cuales hay que servir, por lo que se deben tomar en cuenta sus puntos de vista, expectativas y demandas, para posteriormente decidir si se los puede atender con servicios y productos de calidad que satisfagan cada vez más sus pretensiones.

2.2.14.2. Demandas de los usuarios externos

- Respeto a los derechos humanos.
- Protección y ayuda.
- Servicios y productos de óptima calidad.
- Atención personalizada.
- Transparencia en los procesos.
- Agilidad en la prestación del servicio.
- Respuesta inmediata.
- Hacer frente a cualquier reclamo.
- Rendición de cuentas.

2.2.14.3. Identificación de los usuarios internos y determinación de sus demandas

A los seres humanos (compañeros de trabajo, jefes, subalternos) grupos, áreas o departamentos internos vinculados directamente con la gestión de la institución, los vamos a denominar usuarios internos.

Las demandas de los usuarios internos también son importantes para el desarrollo de las entidades públicas, sus puntos de vista deben ser considerados cuidadosamente, ya que servirán de base para la formulación de objetivos y estrategias institucionales. Esto no quiere decir que todas las expectativas deban ser atendidas.

En la medida que se logre satisfacer las demandas de los usuarios internos se incrementará su grado de motivación y compromiso, que sin lugar a dudas redundará en la efectividad, eficiencia y eficacia de la institución.

2.2.14.4.Demanda de los clientes internos

- Respeto como persona (trato digno y amable)
- Comunicación efectiva en doble vía.
- Reconocimiento
- Agradable ambiente de trabajo.
- Participación.
- Capacitación permanente.
- Adecuada remuneración.

"Usuarios Internos satisfechos lograrán la satisfacción de los Usuarios Externos"

2.2.15. Liderazgo en servicio

2.2.15.1.El liderazgo

Es un proceso dinámico y continuo que produce una corriente de efectos intangibles y tangibles que son coherentes con una visión socialmente significativa. El liderazgo, tal como lo conocemos nace directamente de la inteligencia, del poder y carisma personales, del deseo y del compromiso y de una voluntad de hacer las cosas que los demás no están dispuestos a hacer.

Dentro de este proceso se debe contar con la participación de todos sus miembros a fin de garantizar su éxito.

Líderes: son aquellas personas que "caminan adelante", personas que están verdaderamente comprometidas consigo mismas y con sus organizaciones a llevar a cabo un cambio profundo. Lideran a través de la creación de nuevas destrezas, capacidades y comprensiones y proceden de muchos lugares dentro de la organización.

La integridad personal es una característica esencial del liderazgo en servicio. Por medio de la integridad, los líderes mantienen la orientación y el rumbo correctos, sin que importe la presión proveniente de otros frentes.

El liderazgo es el factor determinante de la calidad del servicio público. Con él es posible un servicio extraordinario; sin él, el servicio extraordinario es solamente una ilusión.

Las organizaciones requieren un liderazgo excelente en todos sus niveles administrativos. La razón por la cual la gerencia media se llama así es porque está en medio de todo. Lo que realmente deben tener en el medio las instituciones que aspiran a ser grandes en servicio son "líderes medios".

Los líderes en servicio inspiran a sus seguidores con una visión de excelencia, con fe en la capacidad de sus seguidores para sobresalir, con amor a la institución, con el deseo de enseñar los valores institucionales y su oficio, y con su propia integridad. Los verdaderos líderes en servicio impulsan a sus seguidores a dar todo su potencial en el trabajo, incluyendo su potencial de liderazgo.

Cultivar el desarrollo de los valores y las habilidades del liderazgo en servicio es el paso más importante que cualquier organización puede dar en su viaje hacia la calidad del servicio.

Es lo que abre el camino para todas las demás cosas que la institución puede hacer para mejorar el servicio.

Las Instituciones pueden cultivar el liderazgo en servicio ascendiendo a las personas indicadas a los cargos de gerencia, resaltando la participación personal, poniendo énfasis en el factor confianza y fomentando el aprendizaje del liderazgo.

2.2.16. El arte del servicio extraordinario

La calidad del servicio forja buenas relaciones con los usuarios, con los servidores y con la sociedad en general...es el sendero hacia el bien común. Los usuarios con quienes hay una relación satisfacen sus demandas y expectativas, se convierten en medios de información positiva respecto del servicio que prestan las instituciones del sector público, y aprecian positivamente que sus impuestos estén siendo utilizados honrada y efectivamente para el desarrollo del país.

Los servidores con quienes hay una relación trabajan con más ahínco y con más inteligencia. Se interesan por la institución y por el futuro y el destino del país. El servicio público, es decir, el servicio a la sociedad se convierte en su misión.

Las instituciones que forjan buenas relaciones cumplen a cabalidad su razón de ser. Los directivos tienen puesto su interés en los usuarios, en los servidores y en sí mismos. Aman el servicio público y lo demuestran.

Valoran a la gente y ven en la institución como catalizadora para transformar vidas. Apoyan, orientan y alimentan a todos los que participan en el proceso de crear un servicio de calidad. Celebran la alegría de vivir su integridad.

Según el Manual del Servicio al Cliente, suscrito por la dirección de capacitación de la Contraloría General del Estado, indica que el servicio extraordinario es:

- “Servir, es definir metas mutuamente benéficas y mostrar confianza durante todo el proceso para lograrlas.
- Es esforzarse por mejorar la calidad de la vida creando un entorno de trabajo que sea significativo para los servidores y entregándoles un auténtico producto de servicio a los usuarios.
- El servicio extraordinario es una estrategia de rentabilidad social. Por qué un mayor número de ciudadanos estarán satisfechos en sus demandas al Estado y como consecuencia se producirá un clima de paz y armonía social.

- La excelencia en servicio requiere mucho esfuerzo, pero el esfuerzo no es lo que entorpece el trabajo; lo entorpece el trabajo aburridor, el trabajar sin tener el sentido de una misión, sin la oportunidad de aprender y crecer, y sin las posibilidades de tener éxito y de sentido.
- Las instituciones de servicios extraordinarios construyen una cultura de realización... y la realización en el trabajo es gratificante.
- El servicio extraordinario no es un sueño imposible. En el sector privado tenemos empresas modelo cuyos ejemplos marcan el derrotero; y, en el sector público también van apareciendo instituciones modelo en la prestación de servicios de calidad.
- Estas lecciones se fusionan con toda una carrera de dedicación al estudio de las empresas de servicios a fin de producir un marco para mejorar el servicio público, un esquema para su implementación.
- La mayoría de los directivos actuales saben que la calidad del servicio es importante para el desarrollo del país. Si no lo saben es porque han pasado los últimos diez años en una cueva.
- El problema principal hoy no es si se debe mejorar el servicio, sino cómo hacerlo.
- El servicio extraordinario se crea. Es cultivar un liderazgo en servicio, construyendo un sistema de información sobre la calidad del servicio, elaborando e implementando una estrategia de servicio.
- El servicio extraordinario es liderazgo en toda la institución. Es un ideal al cual vale la pena adherirse con normas excepcionalmente altas y una energía espiritual impulsada por valores esenciales.
- El servicio extraordinario es creer profundamente en el potencial de los servidores para llegar, a ser excepcionales. Es creer en la capacidad que tienen las personas de ascender, crecer y desarrollarse, interesarse por la excelencia, convertirse en modelos y maestros para los demás integrantes de la institución, atender a los usuarios como si su vida dependiera de eso.
- Es servir a un usuario a la vez, escuchar atentamente, interpretar lo que no se dice, tanto como lo que se dice, y hallar la manera de proporcionar valor, de complacer al usuario en el instante.
- El servicio extraordinario es tener razón de ser. Es una estrategia clara de servicio que se convierte en una misión, en una vocación, en un viaje con un propósito alto.

- Es un propósito que mueve el espíritu humano, un propósito que se convierte en compromiso, el bien común.
- El servicio extraordinario es un enfoque integrado para el mejoramiento continuo.
- Es un rompecabezas cuyas piezas encajan perfectamente.
- Es invertir en la tecnología que es correcta para la estrategia y correcta para la misión, no simplemente invertir en tecnología moderna para estar tecnológicamente bien.
- Es nombrar y contratar a las personas apropiadas para la institución, no sólo nombrar o contratar buen personal.
- El servicio extraordinario es tomar de decisiones con conocimiento de causa. Es saber lo que es importante para los usuarios, para los que no son usuarios, para los servidores y funcionarios y para toda la sociedad.
- Es saber cuán bien están preparados los servicios de la institución. Es saber que está sucediendo, por qué, y qué debe hacerse.
- El servicio extraordinario es cumplir la promesa del servicio. Es poner énfasis en la precisión y en la confiabilidad.
- Es diseñar inteligentemente el sistema de servicio, buscando las vulnerabilidades para reducirlas. Es pasión por prestar el servicio correctamente la primera vez.
- El servicio extraordinario es el elemento de la sorpresa agradable. Es hacer por el usuario lo que nunca se habla hecho antes.
- Es demostrar un compromiso poco común con el bienestar de los usuarios. Es la manera de provocar la admiración de los usuarios.
- El servicio extraordinario es respaldar el servicio. Es un sentimiento de urgencia cuando el sistema falla.
- Es corregir las cosas cuando salen mal para los usuarios. Es asumir la responsabilidad total de lo que el usuario experimenta con la institución.
- El servicio extraordinario es jugar limpio. Es un campo de juego equitativo. Es tratar a los clientes como amigos. Es cumplir una norma que esté por encima de la ley al formular la política, la estrategia y la táctica. Es integridad.
- El servicio extraordinario es invertir en el éxito de los servidores. Es invertir en tecnología que le ayude a la gente a desempeñar mejor su función.

- Es invertir en las destrezas y en los conocimientos de servicio de los servidores y funcionarios en su confianza para servir y en su deseo de sobresalir. Es invertir en su realización personal.
- El servicio extraordinario es un sentimiento de propiedad en la institución. Es conferir autoridad y responsabilidad de arriba hacia abajo en la institución.
- Es darles a los servidores de todos los niveles voz en cuanto a la manera de realizar su trabajo.
- Es ampliar el espacio para las soluciones de manera que los trabajadores de servicios sean "pensantes".
- Es compartir el liderazgo, la información y los frutos de la realización. El servicio extraordinario es colaborar. Es un ambiente en el cual los servidores confían, se ayudan y se motivan mutuamente y trabajan conjuntamente para un bien superior.
- El servicio extraordinario es inspiración para sobresalir. Es tener un gran sueño y perseguirlo sin tregua.
- Es dar de sí continuamente para hallar soluciones poco corrientes y establecer nuevos paradigmas. Es estar orgulloso pero sin suficiencia.
- El servicio extraordinario es arte. Es la gente, la información, el equipo y las instalaciones, pero, por encima de todo, es un proceso creativo.
- Es el arte que mezcla todos esos ingredientes para crear un poco de magia. Es la creatividad, el compromiso y la pasión de todos los Integrantes de la institución.
- Prestar un servicio extraordinario es difícil. Si fuera fácil, sería más común.
- Pero en todas las industrias hay personas y empresas reales que prestan servicios extraordinarios, así también hay instituciones públicas y servidores públicos que prestan servicios de calidad.

Hay que eliminar rangos, status o similares, que no sólo alejan a las personas del servicio al cliente, sino lo que es peor ¡del propio ser humano!”.

2.2.17. Evaluar el desempeño, recompensa la calidad

La evaluación del desempeño y las recompensas contribuyen a generar un clima de realización al prestar un servicio extraordinario.

El personal de servicios sabe que será evaluado de acuerdo con la forma en que desempeñe su función y que vale la pena desempeñarla bien. La evaluación del desempeño y las recompensas por servicio deben ser parte de una estrategia integrada de recursos humanos encaminada a implementar la estrategia global de servicio.

- Las evaluaciones y las recompensas que son apropiadas para una institución pueden no serlo para otra.
- Las evaluaciones deben incluir los comportamientos y los resultados que tienen importancia crítica para prestar un servicio excelente.
- Las recompensas deben estimular esos comportamientos y esos resultados. Las recompensas auténticas propician y celebran la excelencia; la remuneración básica unificada y las recompensas por el desempeño son conceptos diferentes.
- Los sistemas de evaluación eficaces son equitativos, se basan en múltiples evaluaciones y fuentes de información, son simples y comprenden todos los aspectos.
- Miden el desempeño tanto a nivel individual como colectivo. Los sistemas eficaces de recompensas se concentran en el desempeño superior, utilizan múltiples recompensas combinadas y reconocen los logros del servidor y del grupo.

2.2.18. Manejo de Situaciones Difíciles

Enfrentando situaciones difíciles

Una necesidad vital en el servicio es cómo enfrentarnos a los usuarios difíciles, que son un gran porcentaje de los que tendremos que atender.

Lo primero que hay que estar claro sobre este tema es uno de los mayores descubrimientos de psicología moderna en servicio: "No hay usuarios difíciles, solamente hay personas diferentes".

Cuando podemos ver que los usuarios no son difíciles, sino diferentes, le quitaremos fuerza a este obstáculo.

Todos los usuarios, en su condición de seres humanos, desean un buen trato y servicio de calidad, pero, de manera general en el sector público nos toparemos con muchos usuarios que demandan un trato especial y se muestran quejosos y hasta agresivos.

Saber cómo manejar estas situaciones puede ayudar a que el trabajo sea más fácil y a encontrar el camino para convertir a ciudadanos insatisfechos en usuarios agradecidos al ser tratados como personas y atendidos en sus pretensiones.

Situaciones difíciles

El servicio al usuario incluye Situaciones llamadas “difíciles”. Si estás en el sector público, deberás comprender que permanentemente las situaciones difíciles son parte de la atención al usuario.

Pero en ello no existe “Nada Personal” en tu contra. “Nada Personal”.- Significa que cuando el usuario está enojado y lo manifiesta, lo hace contigo, conmigo, con nuestros compañeros y con cualquier persona de la institución. Y lo hace porque para él somos la entidad, con quien tiene “el problema”. Claro que no es tan sencillo, internalizar esta premisa, sobre todo si tú estás iniciándote en esta actividad. Pero es muy necesario si deseas trabajar con usuarios. ¡Y es posible lograrlo! Son estas experiencias las que nos aportan una enorme cantidad de recursos internos para templar nuestro carácter de servicio al usuario.

Comprender este concepto de trabajo es un buen comienzo. Primero: conocerlo; segundo: comprenderlo, tercero: aplicarlo y cuarto: internalizarlo. A fin de sentir mayor confianza y ayudar a los usuarios en situaciones difíciles, el personal necesitara saber qué opciones se le puede ofrecer a un usuario cuando se trata de calmar su disgusto o frustración.

El personal puede practicar el manejo de dichas situaciones durante el programa de capacitación a modo de adquirir mayor experiencia en la resolución de los problemas

satisfactoriamente para los usuarios, dejando saber al usuario que a la institución le interesan sus problemas. Como parte de la capacitación, el personal podrá trabajar en forma conjunta para desarrollar pautas que reflejen el contenido de estas discusiones y proporcionen un enfoque flexible a fin de resolver una diversidad de situaciones.

Cómo Apaciguar a un Usuario Insatisfecho

- Mantener la calma. Recuerda que el usuario está insatisfecho y molesto con la situación y no contigo.
- Deja que el usuario exprese su disgusto o enojo.
- Mantén la calma y escucha atentamente para determinar cuál es la causa del enojo.
- Escucha y utiliza gestos tales como movimientos de cabeza, expresiones de preocupación, pero abstente de cualquier expresión verbal.
- Ponte en la situación del usuario (ponte en sus zapatos), trata de entender sus sentimientos y de comprender la situación desde su perspectiva: “Puedo entender por qué está usted enojado/disgustado”.
- Controle su enojo.
- Evita las justificaciones negativas tales como nosotros no hacemos eso aquí o “Lo siento pero no podemos ayudarlo”.
- Dile al usuario que deseas ayudarlo, pero que no puedes hacerlo mientras él expresa su enojo.
- Cuando el usuario se calme, hazle preguntas para llegar al meollo del problema.
- Adopta una actitud positiva (sonríe) en lo que concierne a la resolución del problema. Utiliza frases tales como: “Lo que puedo hacer es...”, “Lo siento, lo que puedo hacer es”, “Voy a ayudarlo”.
- Identifica la mejor opción de solución del problema en comunión con el usuario.

Recuperarse cuando las cosas salen mal

El empleo de su capacidad de recuperación le ayudará tanto a usted como al usuario a sentirse mejor después de que algo ha ido mal. Dicha capacidad de recuperación es fácil de definir: reconoce el problema del servicio, ofrece tus disculpas sinceras y formula una solución apropiada de modo que el usuario se sienta adecuadamente compensado

por el inconveniente sufrido. Sin embargo la puesta en práctica de dichas habilidades de recuperación requiere de madurez, honestidad y confianza en ti mismo. Los líderes y el personal deben trabajar juntos para desarrollar respuestas apropiadas que compensen a cualquier usuario que hubiera sufrido un inconveniente de mayor gravedad.

Algunas instituciones pueden requerir que el personal comunique cualquier incidente a un funcionario superior quién puede ofrecer una solución apropiada a cualquier problema.

2.2.19. Diez mandamientos del servicio al usuario

1. **ESTÁS EN ESTA FUNCION PARA SERVIR A LA COMUNIDAD.-** Si no sabes o no quieres servir no eres servidor público.
2. **TRÁTA CON RESPETO Y CONSIDERACIÓN AL USUARIO.-** Él no tiene por qué soportar tu mal genio, mala cara o amargura, recuerda que el usuario es quien paga tu remuneración. Mamá tenía razón, muestra respeto a las personas y sé atento con ellas, funciona.
3. **BRINDA SOLUCIONES CON UNA SONRISA.-** Saludarlos con amabilidad, decirle por favor y gracias no basta, ofrécele un solución concreta a sus pretensiones y hazlo con una sonrisa.
4. **PROMETE MENOS, DA MÁS.-** Los usuarios siempre esperan que tú cumplas tu palabra. Cúmplela y da algo más de ti... Servicialidad, solidaridad y credibilidad.
5. **RESPONDE CON LA VERDAD.-** No hagas perder el tiempo al usuario y asegúrate de que entienda lo que tú le dices.
6. **PREPÁRATE PARA ATENDER QUEJAS Y RECLAMOS.-** Diseña una estrategia para atenderlas, para eso te pagan, no para crear problemas. Se parte de la solución y no del problema.
7. **HABLA CON ELLOS.-** Alienta a tus usuarios a que digan todo aquello que no les gusta y utiliza esta información para hacer cambios en tu actitud, en tu trabajo y en el trabajo de los demás.
8. **CAPACÍTATE Y DESARROLLA PERMANENTEMENTE TUS HABILIDADES Y DESTREZA.-** Imita a los equipos de fútbol que siempre están entrenando con el objetivo de ser campeones. Tú también has lo mismo, aprende y entrena todos los días.

9. LA SATISFACCIÓN DEL DEBER CUMPLIDO ES TU MAYOR RECOMPENSA.-
Recuerda que el servicio público es una vocación que significa sacrificio y constituye una misión personal.
10. ACTÚA COMO LOS SERES HUMANOS A LOS QUE ADMIRAS.- Esfuérzate cada día para ser mejor y conviértete en un líder de excelencia, sé un ejemplo para tu familia, para tus compañeros y para la comunidad.

2.2. IDEA A DEFENDER

El diseño de estrategias de servicio al usuario Interno y Externo de la Fiscalía Provincial de Bolívar, coadyuvará a fomentar la confianza y credibilidad en la ciudadanía, a través de la prestación de servicios de calidad con calidez.

Esto como parte de solución del problema existente.

2.3. VARIABLES

2.3.1. Variable Independiente

Estrategias de Servicio al usuario Interno y Externo.

2.3.2. Variable Dependiente

Atención, confianza, credibilidad.

CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACION

La investigación fue descriptiva, porque el mismo permite describir los hechos tal y como ocurren en la realidad. Ya que los estudios de este nivel se caracterizan por que: “....buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis”.

Así también esta investigación se sustentó en el paradigma cuantitativo-cualitativo, con una visión crítica-propositiva, porque critica la realidad existente para proponer una alternativa de solución viable.

Cuantitativa porque se recopiló información estadística y cualitativa porque estos resultados estadísticos fueron sometidos a análisis e interpretación de carácter crítico. Esto permitirá seleccionar los métodos y técnicas requeridos para interpretar y explicar los resultados obtenidos.

3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

De Campo

La presente investigación es de campo ya que se realizó en la Fiscalía Provincial de Bolívar y en cada uno de los cantones donde existe un punto físico de atención por parte de la Fiscalía Provincial de Bolívar, aplicando técnicas de investigación tales como la encuesta y la entrevista, con un cuestionario estructurado cada una.

Bibliográfica-Documental

La investigación Bibliográfica-Documental se apoyó en fuentes de información primaria como son las encuestas realizadas en años anteriores donde se medía la calidad de servicio que proporciona la Fiscalía Provincial de Bolívar.

Explorativa

Por qué indaga las características del problema, así también facilita el planteamiento del problema, permite formular el problema, y ayudará a la realización de la entrevista que conceden a priorizar las causas que generan la problemática institucional ya que permite poner en contacto al investigador con la realidad, objeto de estudio.

Descriptiva

La presente investigación es descriptiva, puesto que busca describir mejor los problemas de servicio y atención al usuario, ya que se detalla las particularidades de problema y las desagrega para un análisis profundo.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA:

Población:

La población o universo que se consideró para la realización del presente estudio investigativo es de 2880 usuarios externos que acuden a la Fiscalía Provincial de Bolívar, en el año calendario.

Muestra:

Es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio, así tenemos:

Para la determinación de la muestra se aplicó la fórmula de la población finita, con lo cual se determinó la cantidad de 351 personas, para la aplicación de encuestas a los usuarios externos y 51 funcionarios para las encuestas a los usuarios internos.

Para el cálculo muestral se aplicó la fórmula:

$$n = \frac{N}{E^2 N - 1 + 1}$$

Dónde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

E= Error Probable

Para los Usuarios Externos:

A la Fiscalía Provincial de Bolívar, acuden en un promedio de 20 usuarios por mes a cada una de las dependencias, es decir a las 12 Fiscalías Especializadas y Cantonales de Bolívar, y que esto multiplicado por los 12 meses al año nos da un resultado de 2880 usuarios que acuden a la Fiscalía Provincial de Bolívar.

N=2880

E= 0.05 (5%)

$$n = \frac{2880}{0.05^2 \frac{2880 - 1}{1} + 1} = \frac{2880}{0.0025 \frac{2879}{1} + 1} = \frac{2880}{7.1975 + 1} = \frac{2880}{8.1975} = 351$$

La muestra es 351 usuarios a encuestar, aplicándose 29 encuestas en las 9 fiscalías y 30 en la Recepción de Denuncias, SAI, y Despacho Provincial.

Para los Usuarios Internos:

En la Fiscalía Provincial de Bolívar laboran 58 funcionarios, por tanto la población de estudio son los 58.

N=58

E = 0.05 (5%)

$$n = \frac{58}{0.05^2 \frac{58 - 1}{1} + 1} = \frac{58}{0.0025 \frac{57}{1} + 1} = \frac{58}{0.1425 + 1} = \frac{58}{1.1425} = 51$$

La muestra es 51 usuarios internos a encuestar.

3.4. METODOS, TECNICAS E INSTRUMENTOS

3.4.1. Métodos

Aquí se detalla, como se ha dado la investigación científica, es decir la estructura del proceso, la forma de construir la actividad para transformar en el objeto, para resolver el conflicto y lograr una solución.

Métodos Teóricos: Estos métodos cooperan a inquirir las causas no visibles del problema.

Los métodos que se utilizaron para esta investigación son:

- **Sintético:** Por los procedimientos analíticos a aplicarse se averiguará las causas y consecuencias del bajo nivel de atención y su incidencia en los usuarios internos y externos de la Fiscalía Provincial de Bolívar.

Método Inductivo-Deductivo: Proviene como un proceso sintético - analítico, ya que se presentan conceptos, principios, definiciones e interpretaciones que coadyuvan a establecer consecuencias en las que se investigan, mediante la realidad, así tenemos que en esta investigación el punto de partida es la Atención inadecuada a los usuarios en la Fiscalías Especializadas del cantón Guaranda , del cantón Caluma, del Cantón Echeandía, del cantón Las Naves, del Cantón Chillanes y del cantón San Miguel, dándonos como resultado después de un análisis profundo que en la Fiscalía Provincial de Bolívar, existe una atención inadecuada por parte de los funcionarios, lo que estaría afectando la confianza y credibilidad al usuario.

Método Descriptivo: Aquí describiremos las situaciones y eventos. Esto es, decir cómo es y se manifiesta determinado fenómeno a investigarse, y esto lo obtenemos a través de las encuestas aplicadas y de la entrevista.

Método Histórico- Lógico: Por la recopilación de información se ha utilizado este método como apoyo para analizar los antecedentes, es así que en las encuestas aplicadas por la responsable de Talento Humano data de años atrás, un problema existente con el trato al usuario.

3.4.2. Técnicas de Investigación

La Entrevista: Esta técnica es utilizada de forma verbal entre dos personas (el entrevistado y entrevistador), y mediante la cual se recolecta datos para obtener información, esta entrevista se aplicó al Sr. Fiscal Provincial de Bolívar Dr. Manuel Sánchez Guillén.

La encuesta: Nos permite cuantificar, ya que consiste en la investigación sobre una muestra representativa de un colectivo, utilizando procedimientos de interrogación, con la finalidad de conseguir datos cuantitativos, sobre los subjetivos de la población, esta encuesta será aplicada a los usuarios internos (funcionarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar) y a los usuarios externos.

3.5. RESULTADOS

Para la comprobación se utilizará la estadística descriptiva la cual permitirá organizar y clasificar los indicadores cuantitativos y obtener los datos y representarlos mediante frecuencias, gráficos, pasteles etc., e interpretar los resultados obtenidos por lo consiguiente aportara a establecer de la mejor manera posible conclusiones y recomendaciones respectivas, por ello se ha obtenido que el 73% indica que la atención es mala y el 100% manifiesta que debe existir estrategias de servicio.

CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1.TITULO

Estrategias de Servicio y Atención al usuario Interno y externo en la Fiscalía Provincial de Bolívar, periodo 2016.

4.2. CONTENIDO DE LA PROPUESTA

4.2.1. Introducción

Las autoridades muchas veces olvidan que los usuarios son colaboradores y los jefes son los responsables de que sus funcionarios tengan la mejor actitud posible al usuario. Un jefe no puede generar una buena cultura de servicio para el usuario, si no siente que es su esencia, no se trata de dar una voz de mando que diga “aquí debe haber buen servicio”, es tener la capacidad de sacar un mal día para que los usuarios externos sientan que la institución cumplió con la adecuada prestación de servicios.

Es por ello que el siguiente diseño de estrategias de Servicio y Atención al usuario Interno y Externo en la Fiscalía Provincial de Bolívar contiene herramientas importantes de servicio y atención al usuario, a fin de que sean consideradas por el personal de Fiscalía de Bolívar lo que conllevará al desarrollo institucional fomentando así la credibilidad y la confianza por parte de la ciudadanía en general.

Estas estrategias serán una guía básica para la atención y servicio al Usuario, lo que coadyuvará a facilita el trabajo, adicionalmente que nos proporcionan consejos útiles, para enfrentar situaciones difíciles, puesto que no todos los días son buenos.

4.2.2. Objetivo de la Propuesta

4.2.2.1. Objetivo General

Diseñar estrategias de servicio y Atención al usuario Interno y externo en la Fiscalía Provincial de Bolívar, periodo 2016, para mejorar la atención a la ciudadanía.

• Objetivos Específicos

- Diseñar estrategias y herramientas de servicio para los funcionarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar.
- Proponer la implementación de estrategias de Servicio y Atención al usuario Interno y externo en la Fiscalía Provincial de Bolívar para el periodo 2016.
- Socializar las estrategias de servicio a los servidores de la Fiscalía Provincial de Bolívar.

4.2.3. Desarrollo de la Propuesta

El diseño de estrategias de servicio y atención al Usuario ayudará a que la entidad pueda:

- Proyectar su imagen en el medio como una institución confiable, y garantista de justicia a través de la prestación de servicios de calidad.
- Desarrollar su imagen como institución pública de acceso oportuno sin discriminación alguna.

¿Por qué?

Los seres Humanos poseen la habilidad de dominar el entorno que los rodea, ya que pueden mantener contacto directo con la sociedad imprimiendo en cada uno de ellos diferentes sensaciones, sean buenas o malas pero esto depende del uso de herramientas o códigos lingüísticos que se emplee en la comunicación o diálogo,

La presente propuesta ofrece de manera sintetizada y concreta las estrategias y herramientas de Servicio y Atención al Usuario, para los funcionarios de la Fiscalía

Provincial de Bolívar, con lo cual se facilitará la relación entre usuarios internos y externos de esta institución, así se reflejará una imagen corporativa idónea, ya que la mayoría de tiempo pasan en el trabajo, y por ende se debe demostrar esa unidad familiar con ello se demostrará que existe un ambiente laboral adecuado para desarrollar y ejercer las funciones propias a su cargo en cualquier dependencia de la Fiscalía Provincial, así también se debe considerar que todos son iguales, sean blancos, mestizos, indígenas, solo hay que recordar que debemos servir como nos gustaría ser servidos.

4.2.4. Diseño de estrategias de servicio y atención al usuario

Una estrategia de servicio contempla:

Las personas: un servicio no se constituye sin las personas, por muy virtual que sea el servicio siempre hay una persona detrás de eso, ¿quiénes son sus colaboradores?, ¿tienen realmente las capacidades para prestar un gran servicio?; hay personas que no tienen formación para acercarse a un usuario; se debe buscar a la gente con las competencias adecuadas, con buena actitud y buena disposición y no todos los roles hoy en día tienen esa condición.

Los procesos: ¿cuál es el proceso que va a seguir el usuario?, si no están diseñados los procesos dentro de la institución se da el riesgo de no cumplir con el requerimiento de un usuario.

Interacciones: las interacciones son los momentos que tiene el usuario alrededor de la institución, una interacción es cuando se envía un mail, cuando el usuario llama o visita las oficinas. Cada interacción tiene participación en el servicio.

¿Cuáles son los momentos más importantes o críticos respecto al usuario?.

Es muy importante establecer protocolos, unas condiciones básicas de la interacción para que el usuario se relacione con la institución, no hay que descuidar los detalles.

Por ejemplo, primero se indagan las razones de por qué el usuario acudió hasta la institución. Hay que enseñarles a los funcionarios a saber escuchar, hay que mirar al usuario, saludarlo, despedirse, es tener un orden lógico en el cual la institución presta un servicio. En cada interacción también se deben generar diferenciales, no es lo mismo llamar, a visitar oficinas o entrar en la página web. Para esto se da la multiplicidad de canales, el usuario debe tener la posibilidad de escoger por donde quiere ser atendido. Las personas más jóvenes por lo general quieren todos los servicios virtuales. La institución debe tener multiplicidad de canales complementarios bajo unos mismos protocolos de servicio.

Protocolo de Servicio y Atención al Usuario Interno y Externo

Los protocolos no solo se utilizan en diferentes eventos, reuniones y demás, sino también para atender a un usuario, y se debe utilizar todo el tiempo, con la finalidad de mantener una imagen institucional posesionada.

Se resaltan los más importantes a continuación:

- Salude Cordialmente
Ej: Buenos días señor (a) bienvenido a la Fiscalía Provincial de Bolívar, ¿en qué le podemos ayudar?
- Sonría siempre de forma natural, eso dará confianza al usuario.
- Mantenga contacto visual con el usuario.
- Trate al usuario por su apellido.
- Escuche con atención todo lo que usuario tenga que decir.
- Hable con claridad, utilice un léxico fácil de entender y comprender.
- Tenga paciencia, controle sus impulsos.
- Brinde una atención ágil y oportuna.
- Plantee todas las alternativas y asesore al usuario en lo que debe hacer.
- Pregunte al usuario si le comprendió lo que usted le ha indicado.
- Cuando no sea factible el brindar cierta información reservada, sepa decir NO de la mejor manera posible.

- Despidase de manera cordial del usuario.

La Comunicación, parte fundamental del Servicio y Atención al usuario

El personal de la Fiscalía Provincial de Bolívar que tiene relación directa con los usuarios internos y externos al momento de comunicarse con los mismos debe ser claro, preciso y conciso, teniendo en cuenta:

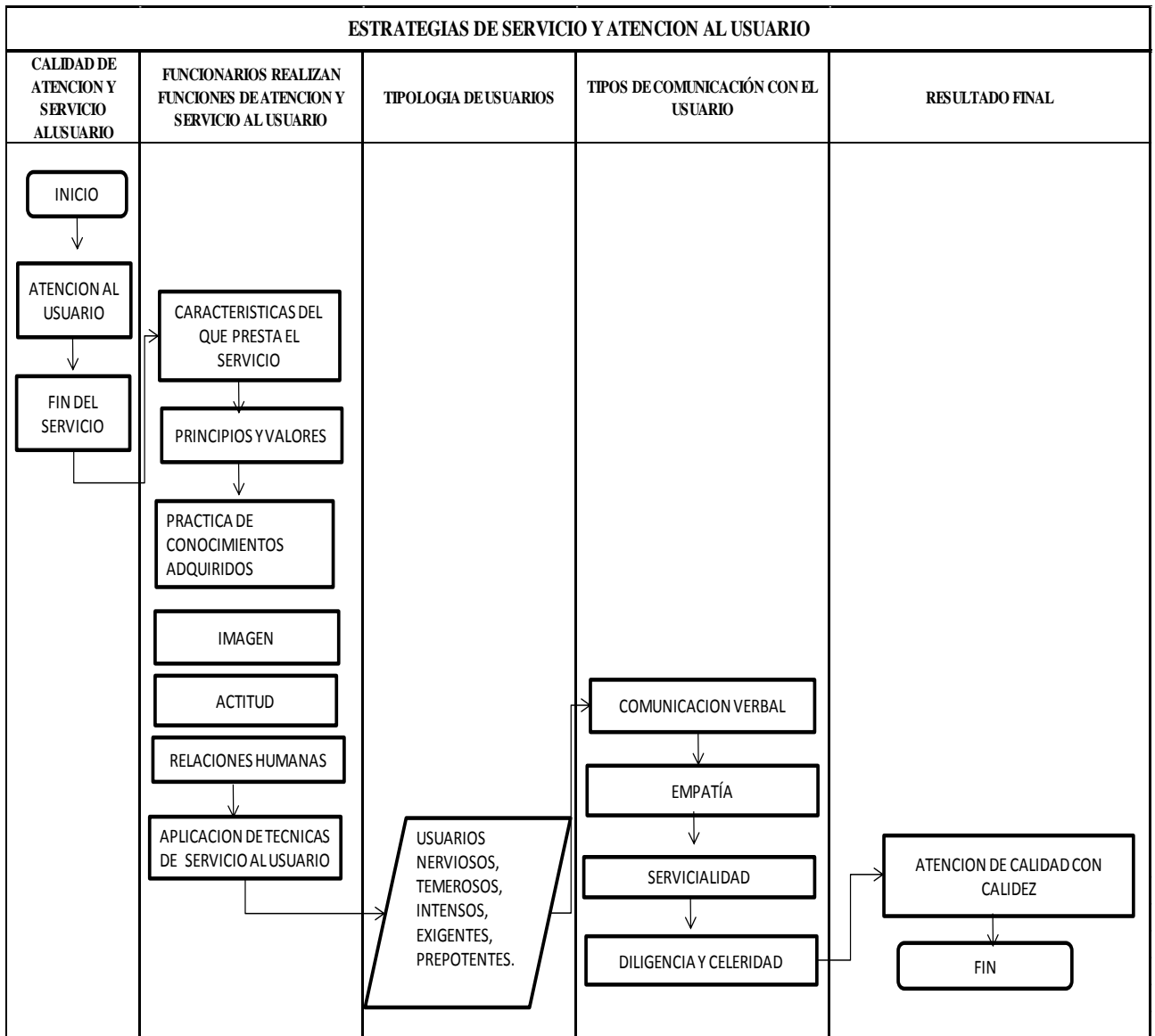
- La calidad de la voz: La voz chillona indica ordinariéz; la quebradiza, tristeza; la serena equilibrio, seguridad y comprensión; la fuerte, autoridad.
- El volumen o intensidad de la voz: Al gritar se producen sonidos muy desagradables, cuando la intensidad de la voz disminuye, el ambiente se hace confidencial e íntimo. Por ello se ha de cambiar sutilmente de intensidad de voz, de acuerdo con lo que se dice, para animar al interlocutor. Jamás se hablará en voz demasiado alta.
- El acento: se debe utilizar para pronunciar con claridad.
- El tono y la entonación: Es importante tener en consideración que cada momento requiere cierta entonación predominante.
- La dicción, pronunciación y fluidez: Determina la forma de hablar. Vocalizar correctamente, articular y acentuar bien los sonidos, y evitar tics y coletillas en las frases, así como palabras de relleno (bueno, pues, mmm..., eeee....).
- Velocidad en la pronunciación: Una velocidad moderada ahorra repetir nuevamente por falta de entendimiento.
- Tiempo de habla: Debe repartirse al 50%. Es muy importante dejar al usuario que se exprese sin agobiarle.

- El uso del lenguaje: No es conveniente utilizar tecnicismos o vulgarismos con el usuario. Utilizando el correcto lenguaje se debe adaptar a su vocabulario y para así colocarse a su nivel, sin superioridad ni demagogia.
- Saber escuchar: Escuchar no consiste simplemente en callarse y oír. Gracias a esto se establece el nivel de confianza, pues indica una actitud receptiva que el cliente agradecerá.

¿Cómo actuar ante una llamada telefónica?

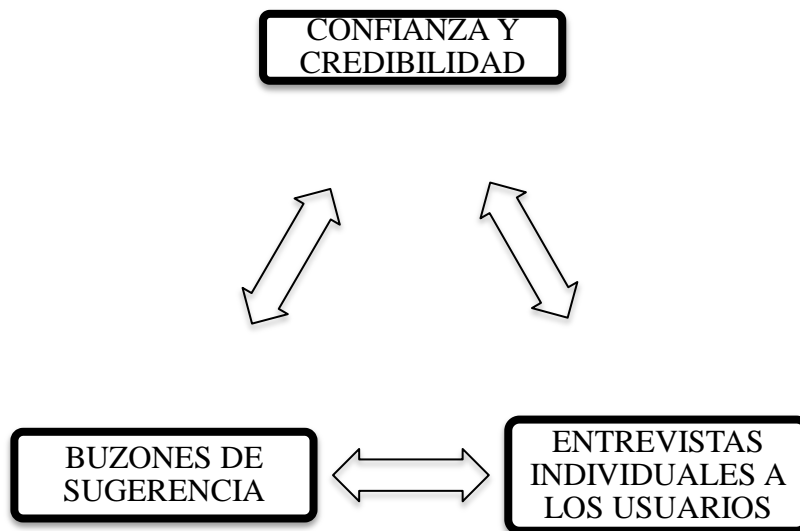
- Aléjese de su computadora, y deje su trabajo a un lado.
- Tenga a la mano papel, pluma o lápiz
- Conteste la llamada pronto, al segundo o tercer timbre.
- Sonría cuando tome o realice la llamada.
- Adopte su voz “telefónica”, controlando su volumen y velocidad
- Proyecte un tono entusiasta, natural, atento y respetuoso.
- Salude al que llama e identifíquese (nombre y el nombre de tu empresa/departamento/unidad).
- Pregunte: (¿Con quién hablo?)
- Pregunte: (¿En qué le puedo ayudar?)
- Enfoca toda su atención en él que habla.
- Pronuncie y articule sus palabras claramente.
- Utilice palabras y direcciones específicas.
- Utilice el apellido y nombre del que llama durante la conversación.
- Siempre hable con tranquilidad y escoja sus palabras con naturalidad. Puede practicar o escribir lo que vas a decir antes de contestar o realizar tu llamada.
- Utilice todas sus habilidades para escuchar:
- Enfoca tu atención al que habla y a la conversación.
- Escucha “entre” palabras.
- Utilice su habilidad para aclarar y confirmar que está entendiendo.
- Si hay algún problema, refleje un tono de preocupación, empatía y disculpa.
- Evite decir que no sabe.

4.2.4.1. Flujo grama



Elaborado por: Paulina Samaniego

Fuente: Bibliografía consultada



Elaborado por: Paulina Samaniego

4.2.5. Estrategias de Control

- Ubicación de Buzones de sugerencias en los puntos de atención de la Fiscalía Provincial de Bolívar, mediante ello se podrá dar seguimiento a las sugerencias y quejas de los usuarios.
- Evaluación semestral por competencias a los funcionarios de la fiscalía Provincial de Bolívar.

CONCLUSIONES

El presente trabajo investigativo ha permitido llegar a ciertas conclusiones, las cuales se han podido determinar gracias a una minuciosa indagación sobre el Servicio y Atención al usuario Interno y Externo en la Fiscalía Provincial de Bolívar, en donde se logró evidenciar la situación actual, de ésta manera se determinó que son precisamente los usuarios internos que desconocen acerca de la atención al usuarios, puesto que, en su mayoría son abogados, y en sus aulas de clase no profundizaron sobre este tema importante, ya que hay que tener en consideración que todos los días tienen contacto con los usuarios, ante ello se evidencia la necesidad de diseñar una herramienta estratégica de Servicio y Atención al Usuario Interno y Externo, lo que coadyuvará a fomentar la confianza y credibilidad en la ciudadanía, a través de la prestación de servicios de calidad, con calidez a la sociedad en general sin discriminación alguna, garantizando el acceso oportuno de manera eficiente y eficaz.

Con el planteamiento de la idea a defender queda demostrado que el diseño de estrategias de servicio y atención al usuario interno y externo de la Fiscalía Provincial de Bolívar, estandarizará los procedimientos de atención integral a nivel provincial, así se dará estricto cumplimiento a lo que señala el Art. 4 numerales 4.5, 4.6, 4.7 y 4.8, que en su parte principal resalta actuar con diligencia, respeto, capacitación y conocimiento y Servicio, del Código de ética de la Función Judicial.

Por ello se concluye que:

- Existe desconocimiento de estrategias de servicio, por tanto no existe una atención de calidad con calidez a los usuarios externos e internos.
- La Falta de Capacitación al personal que labora en la fiscalía Provincial de Bolívar, en temas relacionados al Servicio al Usuario, en Relaciones Humanas, y en Liderazgo.
- Falta de Solidaridad y empatía por parte de los funcionarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar hacia el usuario externo, por lo que se refleja la falta de un buzón de sugerencias al cual los usuarios tengan acceso.
- Falta de Estrategias de Servicio en donde se sinteticen Tips que permitan aportar al conocimiento de los funcionarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar.

RECOMENDACIONES

Una vez finalizado este proyecto de investigación y en base a las conclusiones a las cuales se ha llegado, se recomienda:

- La implementación de estrategias de servicio y atención al usuario en la Fiscalía Provincial de Bolívar, ya que con ello se garantizará una atención de calidad con calidez al momento de proporcionar el servicio.
- Se sugiere al Señor Fiscal Provincial de Bolívar y al Coordinador Provincial de Capacitaciones, destinen un rubro económico para la capacitación continua de los Funcionarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar, ya que existe un desconocimiento parcial sobre la Atención y Servicio al Usuario.
- Las capacitaciones continuas y la motivación laboral serán factores decisivos para que el personal labore un ambiente donde prevalezca las Relaciones Humanas y encaminen sus objetivos a la consecución de la misión y visión institucional, los temas deberán ir ligados al servicio al usuario, a las relaciones humanas al liderazgo y trabajo en equipo.
- Se recomienda la socialización de estas estrategias de servicio a los Funcionarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar, para que los mismos tomen en consideración los TIPS, resumidos que se resaltan en dicho documento, y puedan implementarlo en el desarrollo de sus funciones.

BIBLIOGRAFIA

- Andrade H.(2005) *Comunicación Organizacional Interna.*, Madrid: Netbilo, S.I.
- Berry T. (1995) *Cómo Gerenciar la Transformación hacia la Calidad Total*, Bogotá: McGraw –Hill.
- Berry L. (1998) *¡Un buen servicio ya no basta!*, Bogotá: Norma.
- Blanchard K. (2006) *Trabajo en Equipo*, Bogotá: Deusto.
- Braga J. (1997), *Manual de Formación de Instructores*, Sao Paulo.
- Camacho J. (2008), *Marketing de servicios*, edición electrónica gratuita.
- Capodagli B., Jackson L. (2005), *La Gestión al Estilo Disney*, Barcelona: Deusto.
- Corporación de Estudios y Publicaciones, 2008 Constitución de la República del Ecuador, Quito CEP.
- Corporación de Estudios y Publicaciones, 2010 Ley Orgánica del Servicio Público, Quito CEP.
- Covey S., (1997) *Hábitos de la gente altamente efectiva*, Madrid: Paidós.
- Estrada Vera W. (2007)*Servicio y atención al cliente.*, Lima: Banco Mundial
- Horovitz, Jacques, (2006) *Los secretos del servicio al cliente*, Madrid: Pearson Educación.
- Kotler, *Los diez pecados capitales del marketing.*2004Barcelona: Gestión 2000
- Marchant Ramírez, (2005) Actualizaciones para el Desarrollo Organizacional, Primer Seminario Ed. Edición electrónica.
- Mandino O. (2011) *El vendedor mas grande del mundo*, Mexico Diana.
- Pride y Ferreal (2007), *Marketing, Conceptos y Estrategias*, (2007), México: McGraw- Hill
- Reyes Ponce A.,(2000) *La Administración Moderna*. México: Limusa.
- Ruiz J.(1980) *La Empresa Pública*, México: Instituto Nacional de la Administración Pública.
- Santelices L.(2013), *Ser Mejor para Servir Mejor*, Quito: Editorial Nueva Acrópolis
- Serna, P.(2006) *Gerencia Estratégica, Planeación y Gestión – Teorías y Metodología*, Bogotá Legis.

- Sopena R.(1980) *Diccionario Ilustrado de Lengua Española*, Barcelona: Ramón Sopena
- Tapia Sarsoza A., Tocte Chacha L.(2011). Estrategias para mejorar la calidad de servicio de Atención al cliente en la Empresa Eléctrica Provincial de Cotopaxi S.A. en el periodo 2011.Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi.
- Quero N., (2013) Estrategias de Marketing interno para el mejoramiento de la Calidad de Servicio y satisfacción de los clientes de la empresa Greif Venezuela, C.A. (2013) San Diego: Universidad José Antonio Páez.

Internet:

- <http://www.fiscalia.gob.ec/index.php/quienes-somos/que-hace-la-fiscalia.html>
- <http://www.fiscalia.gob.ec/index.php/quienes-somos/historia.html>
- http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/no12/10mandamientos_atncliente.htm 2011.
- <http://www.contraloria.gob.ec/cicap>.

ANEXOS

Anexo Entrevista y resultado de encuestas

ENTREVISTA REALIZADA AL SEÑOR FISCAL PROVINCIAL DE BOLIVAR

1.- ¿Qué grado de importancia le da usted a los usuarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar?

El Señor Fiscal Provincial de Bolívar Dr. Manuel Sánchez Guillén, manifiesta que al usuario se le da la importancia necesaria en todo el aspecto, ya que son la razón de ser de esta institución.

2 ¿Considera usted que debe existir un protocolo que contenga estrategias de Servicio en atención a los usuarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar?

El Señor Fiscal Provincial, indica que sí debería existir un protocolo en el cual se denoten las formas de atender al usuario, a fin de estandarizar el servicio que se presta en la institución.

3.- ¿El personal de Fiscalía Provincial de Bolivar ha sido capacitado en temas relacionados al Servicio al Usuario?

La autoridad manifiesta que si han existido capacitaciones relacionadas con el tema servicio al usuario organizadas por la Escuela de Fiscales, pero lamentablemente no han podido asistir todos los funcionarios, y son muy raras en el ámbito institucional.

4.- ¿Cuándo ha existido quejas o sugerencias de los usuarios, cual ha sido el procedimiento a seguir?

El Señor Fiscal provincial señala que se ha dado el seguimiento respectivo, y se ha conminado al personal, para que aclare dichos inconvenientes a fin de corregir el malestar ocasionado al usuario.

5.- ¿Se han implementado estrategias para medir la satisfacción del usuario?

El señor Fiscal Provincial manifiesta, que no se han enfocado en medir la satisfacción de usuario, más bien se ha medido cuanto conoce la ciudadanía acerca de la labor de la Fiscalía, actividad realizada por la Analista de Talento Humano.

6.- ¿Las actividades de los empleados son controladas y evaluadas periódicamente?

La autoridad señala, que no se ha realizado una evaluación personal, sino más bien por resultados a nivel de Fiscalías.

7.- ¿El personal de la Fiscalía Provincial de Bolívar, que realiza funciones enmarcadas al servicio y atención al usuario, está capacitado para ejercer esas funciones al 100%?

El Señor Fiscal Provincial indica que la mayoría son abogados, y quizá desconozcan a fondo el tema técnico del servicio y Atención al usuario, por ello considero que no están capacitados al 100% para estas funciones.

8.- ¿Considera usted que si se implementa estrategias de servicio en atención al usuario, la imagen institucional se fortalecerá?

El Señor Fiscal Provincial afirma que ineludiblemente se fortalecería la imagen institucional, ya que la ciudadanía al ser mejor atendida con empatía, celeridad e imparcialidad se fomentará la confianza y la credibilidad.

9.- ¿Cómo implementaría en la institución el control del cumplimiento de estrategias de Servicio?

La máxima autoridad, señala que a través de la UATH, se canalizaría la implementación de buzones de sugerencias y adicionalmente será quien controle, a través de encuestas para medir así la satisfacción del usuario.

10.- ¿Considera usted que la calidad de servicio es la mejor garantía, para el acceso oportuno, e integral a los usuarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar?

El señor Fiscal Provincial afirma que cuando uno brinda un servicio de calidad, satisface las necesidades de los usuarios y se garantiza la atención de forma oportuna, integral y de calidad, por ello debemos atender como nos gustaría ser atendidos.

ANALISIS:

La implementación de estrategias de servicio de atención al usuario, es necesario, ya que al ser la Fiscalía Provincial de Bolívar una institución que garantiza el acceso oportuno, sin discriminación alguna debe ser primordial brindar una atención de calidad con calidez, adicionalmente se detecta la falta de capacitación en el tema del Servicio al Usuario, por ende el desconocimiento sobre ello, lo que ha afectado al usuario externo.

ENCUESTAS REALIZADAS A LOS USUARIOS INTERNOS DE LA FISCALÍA PROVINCIAL DE BOLÍVAR

1.- ¿Considera usted que el usuario, es la razón de ser de la institución?

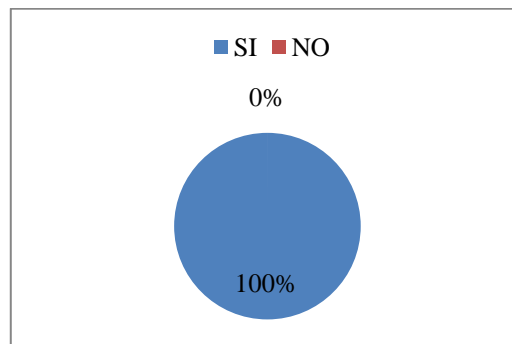
Tabla 1: Importancia del Usuario

| Pregunta N° | Opciones | Frecuencia | % |
|-------------|----------|------------|-----|
| 1 | SI | 51 | 100 |
| | NO | 0 | 0 |
| TOTAL | | 51 | 100 |

Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar

Elaborado: Samaniego Q. Delia Paulina

Ilustración 1: Importancia del Usuario



Análisis: El 100% consideran, que el usuario es la razón de ser de la institución.

Interpretación: El resultado obtenido refleja que los funcionarios afirman la importancia del usuario en la Fiscalía Provincial de Bolívar.

2.- ¿La imagen institucional, estará ligada a la clase de servicio prestada por los funcionarios?

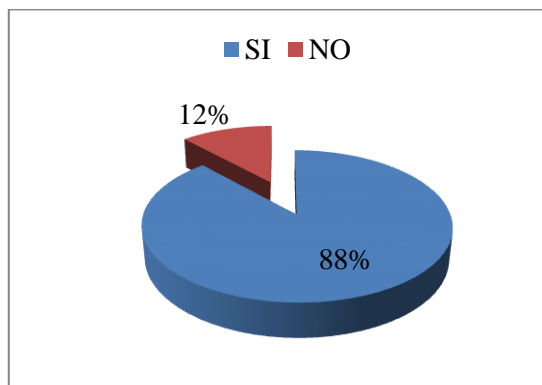
Tabla 2: La Imagen Institucional

| Pregunta N° | Opciones | Frecuencia | % |
|-------------|----------|------------|-----|
| 2 | SI | 45 | 100 |
| | NO | 6 | 0 |
| TOTAL | | 51 | 100 |

Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar

Elaborado: Samaniego Q. Delia Paulina

Ilustración 2 La imagen Institucional



Análisis: El 88% indica que la imagen institucional SI está ligada a la clase de servicio prestada por los funcionarios y el 12% señala que la imagen institucional NO está ligada a la clase de servicio que prestan los funcionarios.

Interpretación: El resultado obtenido refleja que en su mayoría los funcionarios brindan un servicio acorde a la institución, lo cual permite el realce de la misma lo que contribuye al desarrollo institucional.

3.- ¿La Fiscalía Provincial de Bolívar, cuenta con estrategias de servicio?

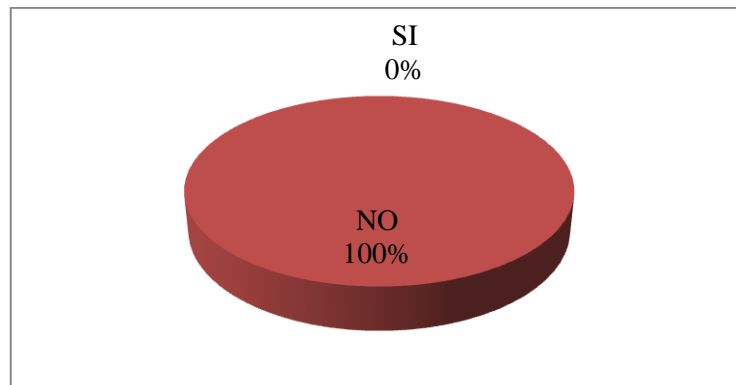
Tabla 3: Se cuenta con estrategias de servicio

| Pregunta N° | Opciones | Frecuencia | % |
|-------------|----------|------------|-----|
| 3 | SI | 0 | 0 |
| | NO | 51 | 100 |
| TOTAL | | 51 | 100 |

Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar

Elaborado: Samaniego Q. Delia Paulina

Ilustración 3: Se cuenta con estrategias de servicio



Análisis: El 100% señala que la Fiscalía Provincial de Bolívar NO cuenta con estrategias de servicio.

Interpretación: Con el resultado obtenido se indica la falta de un protocolo de estrategias de servicio, lo cual afecta la calidad y calidez en el servicio.

4.- ¿Conoce usted lo que es Servicio y Atención al usuario?

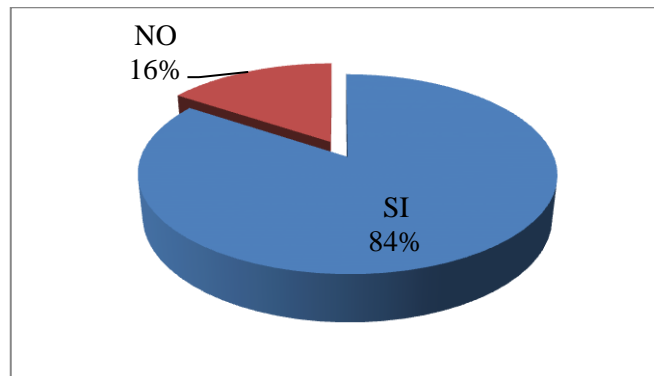
Tabla 4: Conocimiento sobre servicio y Atención al usuario

| Pregunta N° | Opciones | Frecuencia | % |
|-------------|----------|------------|-----|
| 4 | SI | 43 | 84 |
| | NO | 8 | 16 |
| TOTAL | | 51 | 100 |

Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar

Elaborado: Samaniego Q. Delia Paulina

Ilustración 4: Conocimiento sobre servicio y Atención al usuario



Análisis: El 84% señala que SI conocen lo que es el Servicio y Atención al usuario, en tanto que el 16% restante NO conoce lo que es Servicio y Atención al usuario.

Interpretación: Se puede evidenciar que la mayoría conoce sobre el Servicio y atención al usuario, debiendo actualizar los conocimientos a fin de estandarizarlos y mejorarlos.

5.- ¿La atención al usuario en la fiscalía de Bolívar es adecuada?

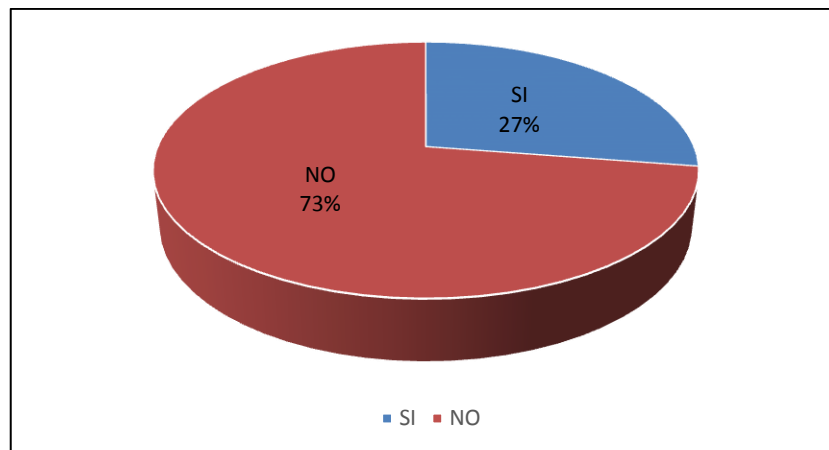
Tabla 5: Calidad en la atención

| Pregunta N° | Opciones | Frecuencia | % |
|-------------|----------|------------|-----|
| 5 | SI | 14 | 27 |
| | NO | 37 | 73 |
| TOTAL | | 51 | 100 |

Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar

Elaborado: Samaniego Q. Delia Paulina

Ilustración 5: Calidad en la atención



Análisis: El 27% señala que la atención al usuario en la Fiscalía Provincial de Bolívar SI es adecuada, en tanto que el 73% restante considera que NO es adecuada la Atención al usuario.

Interpretación: Es necesario que exista estrategias que estandaricen el servicio y atención al usuario en la Fiscalía Provincial de Bolívar, puesto que se observa una pequeña divergencia de criterios.

6.- ¿Considera usted que la Fiscalía Provincial de Bolívar, debe contar con Estrategias de Servicio?

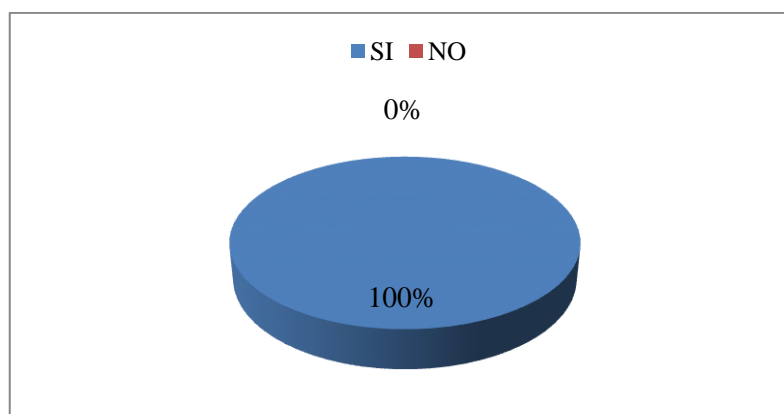
Tabla 6: Debe existir estrategias de servicio

| Pregunta N° | Opciones | Frecuencia | % |
|-------------|----------|------------|-----|
| 6 | SI | 51 | 100 |
| | NO | 0 | 0 |
| TOTAL | | 51 | 100 |

Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar

Elaborado: Samaniego Q. Delia Paulina

Ilustración 6: Debe existir estrategias de servicio



Análisis: El 100%, afirma que deben existir estrategias de servicio en la Fiscalía Provincial de Bolívar.

Interpretación: Se refleja la necesidad de contar con un protocolo de estrategias de servicio en la Fiscalía Provincial de Bolívar.

7- ¿Considera usted que la Fiscalía de Bolívar al tener estrategias de servicio y atención al usuario, fomentará la confianza en el usuario?

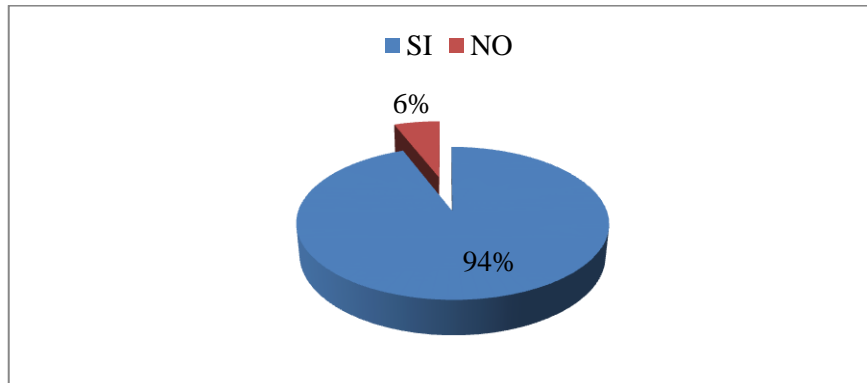
Tabla 7: Se fomentará la confianza al usuario

| Pregunta N° | Opciones | Frecuencia | % |
|-------------|----------|------------|-----|
| 7 | SI | 48 | 100 |
| | NO | 3 | 0 |
| TOTAL | | 51 | 100 |

Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar

Elaborado: Samaniego Q. Delia Paulina

Ilustración 7: Se fomentará la confianza al usuario



Análisis: El 94% manifiestan que al contar con estrategias de servicio SI se fomentará la confianza al usuario, en tanto que el 6% restante señala que no se fomentará la confianza al usuario.

Interpretación: La mayoría de funcionarios consideran que las estrategias coadyuvarán a fomentar la confianza al usuario.

8.- ¿Cree usted que debería tener una constante capacitación el personal en Servicio y Atención al usuario?

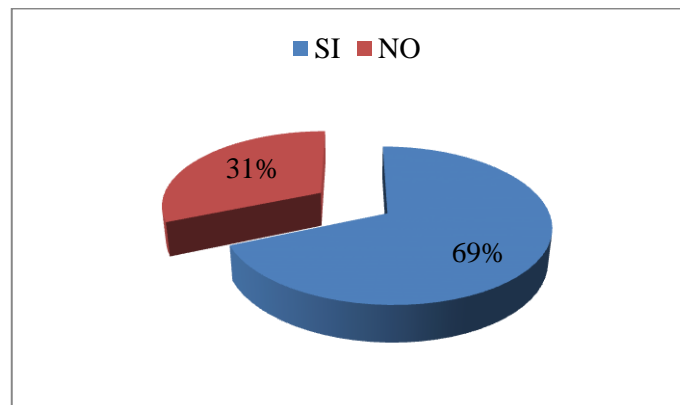
Tabla 8: Capacitación continúa

| Pregunta N° | Opciones | Frecuencia | % |
|-------------|----------|------------|-----|
| 8 | SI | 35 | 69 |
| | NO | 16 | 31 |
| TOTAL | | 51 | 100 |

Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar

Elaborado: Samaniego Q. Delia Paulina

Ilustración 8: Capacitación continúa



Análisis: El 69% indica que si deberían tener una permanente capacitación Servicio y Atención al Usuario, en tanto que el 31% manifiesta que no deben tener una permanente capacitación Servicio y Atención al Usuario.

Interpretación: Deberían implementarse capacitaciones enmarcadas al Servicio y Atención al Usuario ya que todo el tiempo se relacionan con los usuarios, con ello se manejaría pautas para el manejo de situaciones conflictivas y demás.

9.- ¿Considera usted que los funcionarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar deben asumir como parte fundamental de sus funciones la Atención y Servicio al Usuario?

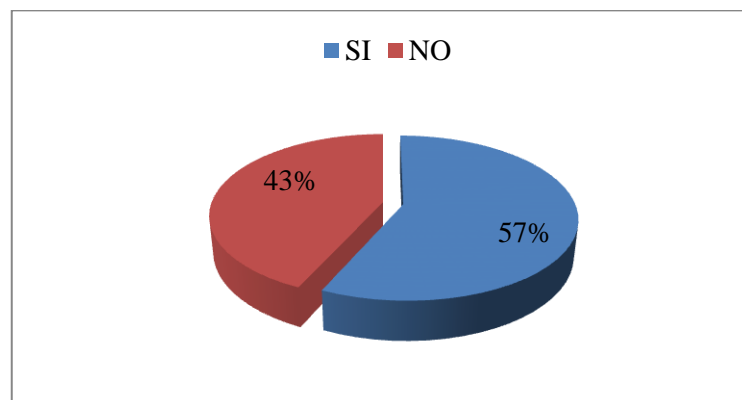
Tabla 9: Asumir la atención y servicio

| Pregunta N° | Opciones | Frecuencia | % |
|-------------|----------|------------|-----|
| 9 | SI | 29 | 57 |
| | NO | 22 | 43 |
| TOTAL | | 51 | 100 |

Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar

Elaborado: Samaniego Q. Delia Paulina

Ilustración 9: Asumir la atención y servicio



Análisis: El 57% manifiesta que los funcionarios deben asumir como parte fundamental de sus funciones la Atención y Servicio al Usuario, mientras que el 43% manifiesta que no deben asumir como parte fundamental de sus funciones la Atención y Servicio al Usuario.

Interpretación: El desconocimiento de cómo actuar de forma correcta ante el usuario debe ser parte fundamental de los Funcionarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar, y debe ir de la mano con las funciones que realizan, independientemente de la profesión que tengan.

10.- ¿Cree usted que se debería enfocar las estrategias de servicio al usuario en la Fiscalía Provincial de Bolívar?

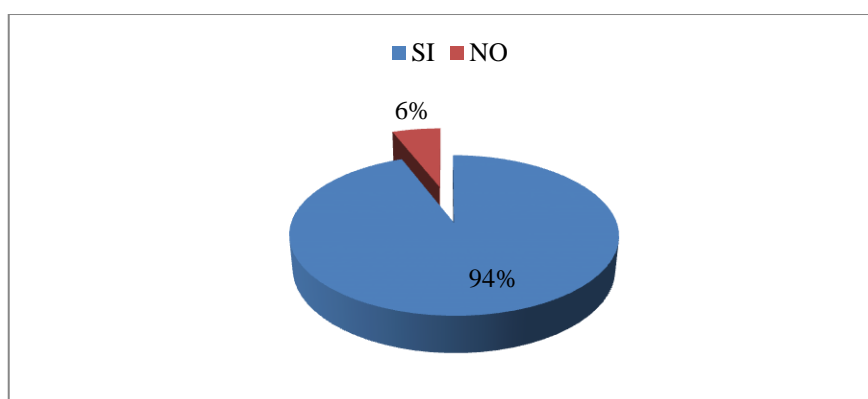
Tabla 10: Enfoque de estrategias de servicio

| Pregunta N° | Opciones | Frecuencia | % |
|-------------|----------|------------|-----|
| 9 | SI | 48 | 94 |
| | NO | 3 | 6 |
| TOTAL | | 51 | 100 |

Fuente: Encuestas aplicadas a los funcionarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar

Elaborado: Samaniego Q. Delia Paulina

Ilustración 10 : Enfoque de estrategias de servicio



Análisis: El 94% manifiesta que SI se debería enfocar las estrategias de servicio al usuario en la Fiscalía Provincial de Bolívar y el 6% indica que NO se debería enfocar las estrategias de servicio al usuario en la Fiscalía Provincial de Bolívar.

Interpretación: Se refleja realmente la necesidad de contar con estrategias de servicio y estas deben ser el punto primordial de enfoque de la administración de la Fiscalía Provincial de Bolívar.

ENCUESTAS REALIZADAS A LOS USUARIOS EXTERNOS DE LA FISCALIA PROVINCIAL DE BOLIVAR

1.- ¿Considera usted que el personal está apto o preparado para dar atención e información adecuada al usuario?

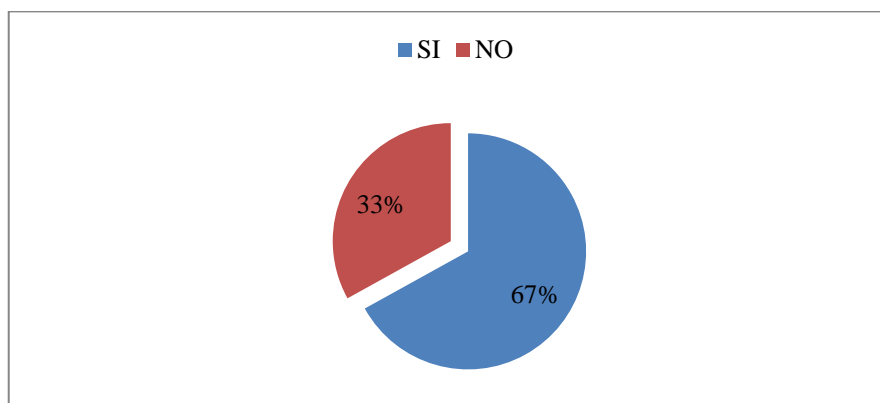
Tabla 11: Personal apto

| Pregunta N° | Opciones | Frecuencia | % |
|-------------|----------|------------|-----|
| 1 | SI | 235 | 67 |
| | NO | 116 | 33 |
| TOTAL | | 351 | 100 |

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios externos de la Fiscalía Provincial de Bolívar

Elaborado: Samaniego Q. Delia Paulina

Ilustración 11 : Personal apto



Análisis: El 67% manifiesta que el personal de la Fiscalía Provincial de Bolívar SI está apto para dar atención e información adecuada al usuario, en tanto que el 33% señala que el personal de la Fiscalía Provincial de Bolívar NO está apto para dar atención e información adecuada al usuario.

Interpretación: Esto nos indica que la mayoría de Funcionarios están aptos para dar atención e información adecuada al usuario.

2.- ¿La información proporcionada por los funcionarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar, es clara?

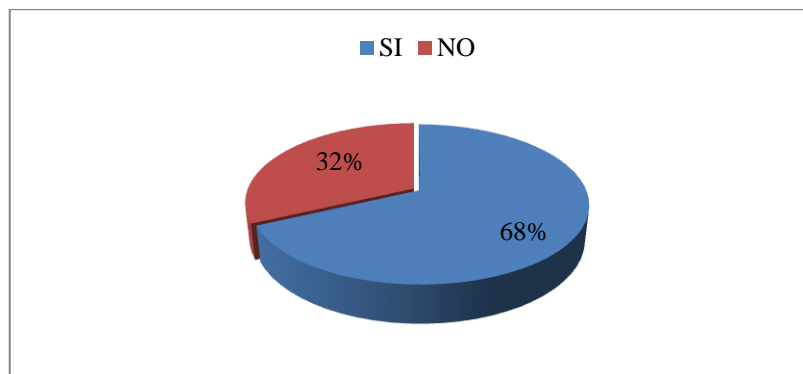
Tabla 12: Información clara

| Pregunta N° | Opciones | Frecuencia | % |
|-------------|----------|------------|-----|
| 2 | SI | 239 | 68 |
| | NO | 112 | 32 |
| TOTAL | | 351 | 100 |

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios externos de la Fiscalía Provincial de Bolívar

Elaborado: Samaniego Q. Delia Paulina

Ilustración 12 : Información clara



Análisis: El 68% manifiesta que el personal de la Fiscalía Provincial de Bolívar SI proporciona información clara, en tanto que el 32% señala que el personal de la Fiscalía Provincial de Bolívar NO proporciona información clara.

Interpretación: Se refleja que en la Fiscalía Provincial de Bolívar se brinda información clara.

3.-¿ Cuándo usted requiere interponer una denuncia, es asesorado(a) previamente por el personal encargado?

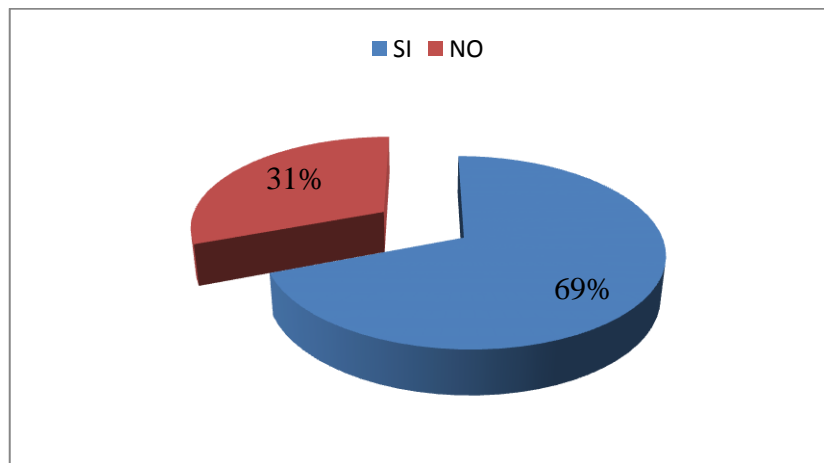
Tabla 13: Asesoría de servicio

| Pregunta N° | Opciones | Frecuencia | % |
|-------------|----------|------------|-----|
| 3 | SI | 243 | 69 |
| | NO | 108 | 31 |
| TOTAL | | 351 | 100 |

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios externos de la Fiscalía Provincial de Bolívar

Elaborado: Samaniego Q. Delia Paulina

Ilustración 13 : Asesoría de servicio



Análisis: El 69% manifiesta que el personal de la Fiscalía Provincial de Bolívar SI es asesorado previamente por el personal encargado de recibir una denuncia, en tanto que el 31% señala que el personal de la Fiscalía Provincial de Bolívar NO es asesorado previamente por el personal encargado de recibir una denuncia.

Interpretación: Se refleja que en la Fiscalía Provincial de Bolívar se brinda información clara.

4.- ¿Conoce usted sobre la labor que desempeña la Fiscalía Provincial de Bolívar?

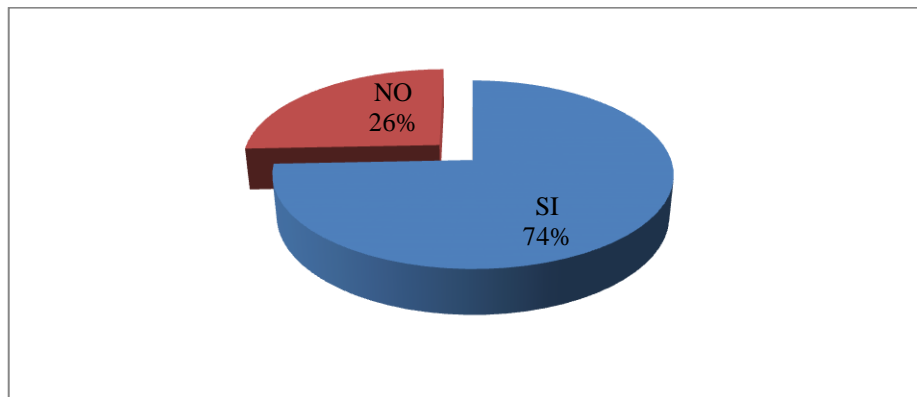
Tabla 14: Labor de la Fiscalía

| Pregunta N° | Opciones | Frecuencia | % |
|-------------|----------|------------|-----|
| 4 | SI | 261 | 74 |
| | NO | 90 | 26 |
| TOTAL | | 351 | 100 |

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios externos de la Fiscalía Provincial de Bolívar

Elaborado: Samaniego Q. Delia Paulina

Ilustración 14: Labor de la Fiscalía



Análisis: El 74% manifiesta que SI conocen la labor de la Fiscalía Provincial de Bolívar, en tanto que el 26% señala que NO conocen la labor de la Fiscalía Provincial de Bolívar.

Interpretación: La ciudadanía conoce sobre la labor de la Fiscalía Provincial de Bolívar.

5.- ¿Considera usted satisfactorio la atención recibida por parte de los funcionarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar?

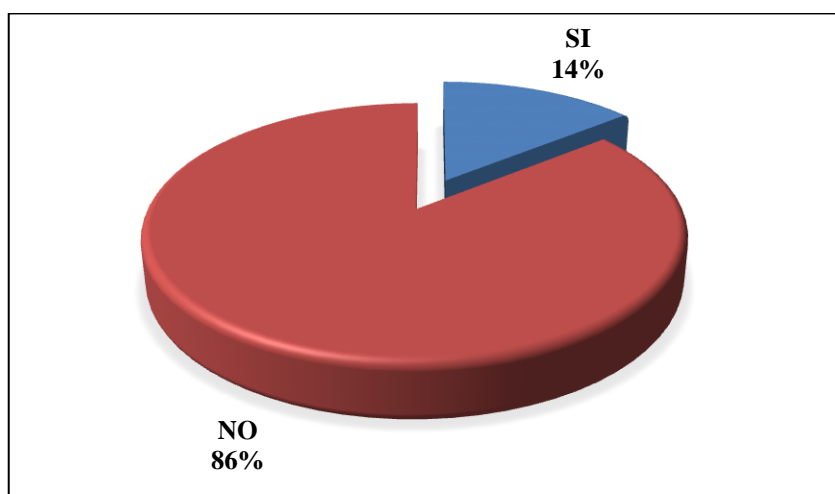
Tabla 15: Atención al usuario

| Pregunta N° | Opciones | Frecuencia | % |
|-------------|----------|------------|-----|
| 5 | SI | 50 | 14 |
| | NO | 301 | 86 |
| TOTAL | | 351 | 100 |

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios externos de la Fiscalía Provincial de Bolívar

Elaborado: Samaniego Q. Delia Paulina

Ilustración 15: Atención al usuario



Análisis: El 14% SI considera satisfactoria la atención recibida por parte de los funcionarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar, en tanto que el 86% señala que NO considera satisfactoria la atención recibida por parte de los funcionarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar.

Interpretación: Los usuarios externos NO consideran que en la Fiscalía Provincial de Bolívar se brinda una atención de calidad, por tanto es insatisfactoria.

6.- ¿la Fiscalía Provincial de Bolívar ha implementado estrategias de servicio?

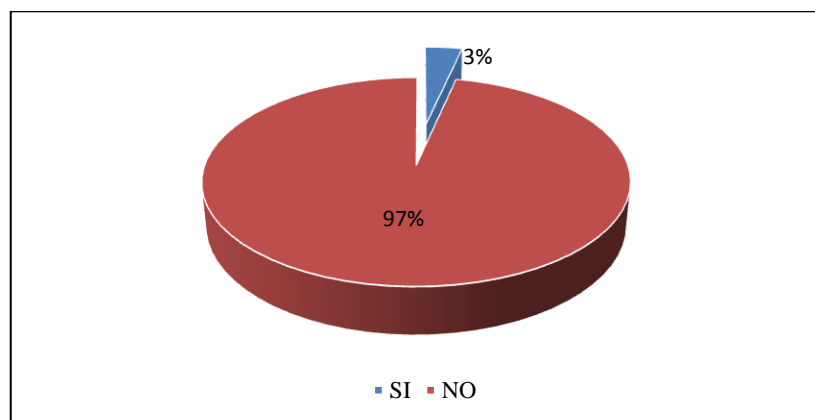
Tabla 16: Estrategias de Servicio

| Pregunta N° | Opciones | Frecuencia | % |
|-------------|----------|------------|-----|
| 6 | SI | 12 | 3 |
| | NO | 236 | 97 |
| TOTAL | | 351 | 100 |

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios externos de la Fiscalía Provincial de Bolívar

Elaborado: Samaniego Q. Delia Paulina

Ilustración 16: Estrategias de Servicio



Análisis: El 3% señala que la Fiscalía Provincial de Bolívar SI ha implementado estrategias de servicio, mientras que 97% indica que la Fiscalía Provincial de Bolívar NO ha implementado estrategias de servicio.

Interpretación: Se refleja la falta de estrategias de servicio, lo que la ciudadanía percibe en cuanto al servicio.

7.- ¿Cómo usuario usted considera que la fiscalía Provincial de Bolívar, le brinda un trato adecuado?

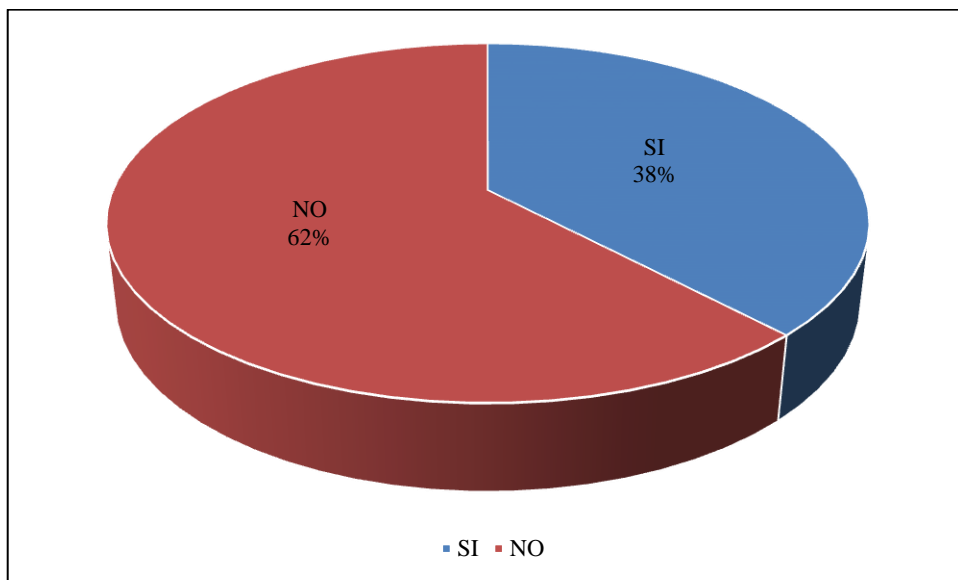
Tabla 17: Trato adecuado

| Pregunta N° | Opciones | Frecuencia | % |
|-------------|----------|------------|-----|
| 7 | SI | 218 | 38 |
| | NO | 133 | 62 |
| TOTAL | | 351 | 100 |

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios externos de la Fiscalía Provincial de Bolívar

Elaborado: Samaniego Q. Delia Paulina

Ilustración 17: Trato adecuado



Análisis: El 38% señala que la Fiscalía Provincial de Bolívar SI brinda un trato adecuado, mientras que 62% indica que la Fiscalía Provincial de Bolívar NO brinda un trato adecuado.

Interpretación: La ciudadanía señala que la Fiscalía Provincial de Bolívar NO le brinda un trato adecuado a la sociedad.

8.- ¿Considera usted que la Fiscalía Provincial de Bolívar, ha resuelto sus inquietudes?

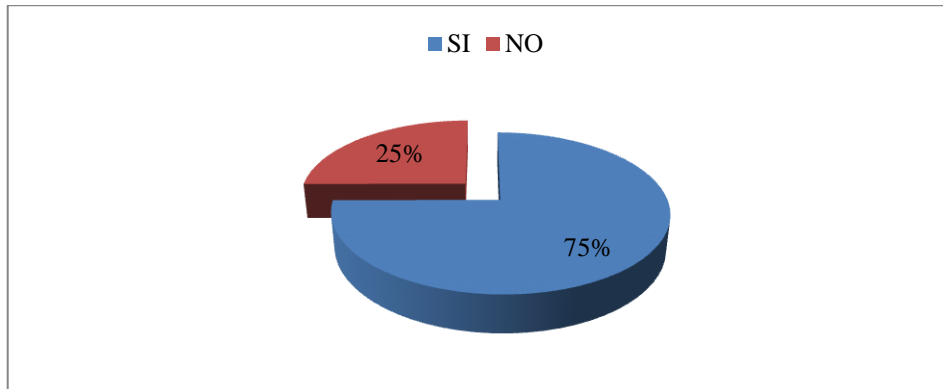
Tabla 18: Inquietudes resueltas

| Pregunta N° | Opciones | Frecuencia | % |
|-------------|----------|------------|-----|
| 8 | SI | 263 | 75 |
| | NO | 88 | 25 |
| TOTAL | | 351 | 100 |

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios externos de la Fiscalía Provincial de Bolívar

Elaborado: Samaniego Q. Delia Paulina

Ilustración 18: Inquietudes resueltas



Análisis: El 75% señala que la Fiscalía Provincial de Bolívar SI ha resuelto sus inquietudes, mientras que 25% indica que la Fiscalía Provincial de Bolívar NO ha resuelto sus inquietudes.

Interpretación: La Fiscalía Provincial de Bolívar ha resuelto las inquietudes de la ciudadanía, así lo refleja la encuesta aplicada.

9.- ¿Cree usted que la Fiscalía Provincial de Bolívar debe implementar un protocolo de atención y servicio al Usuario?

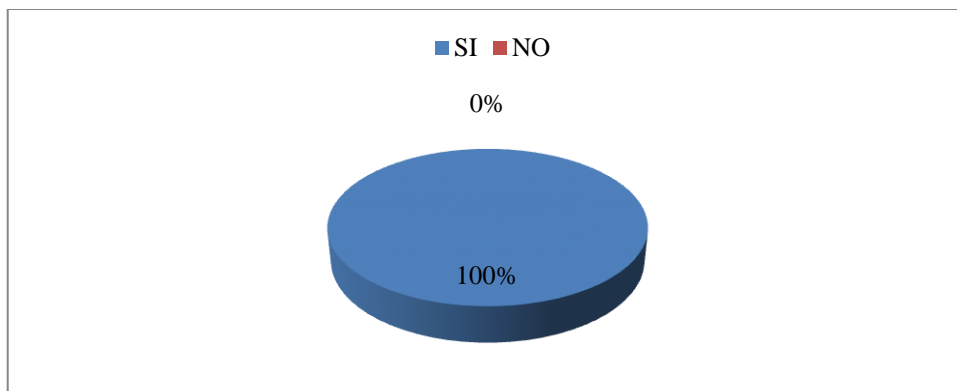
Tabla 19: Implementación de estrategias

| Pregunta N° | Opciones | Frecuencia | % |
|-------------|----------|------------|-----|
| 9 | SI | 351 | 100 |
| | NO | 0 | 0 |
| TOTAL | | 351 | 100 |

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios externos de la Fiscalía Provincial de Bolívar

Elaborado: Samaniego Q. Delia Paulina

Ilustración 19: Implementación de estrategias



Análisis: El 100% señala que la Fiscalía Provincial de Bolívar SI debe implementar un protocolo de Estrategias de Atención y Servicio al Usuario.

Interpretación: Se refleja la necesidad de la ciudadanía, para que la Fiscalía Provincial de Bolívar implemente un protocolo de Estrategias de Atención y Servicios al Usuario

10.- ¿Considera usted que en la Fiscalía Provincial de Bolívar, existe la empatía hacia el usuario?

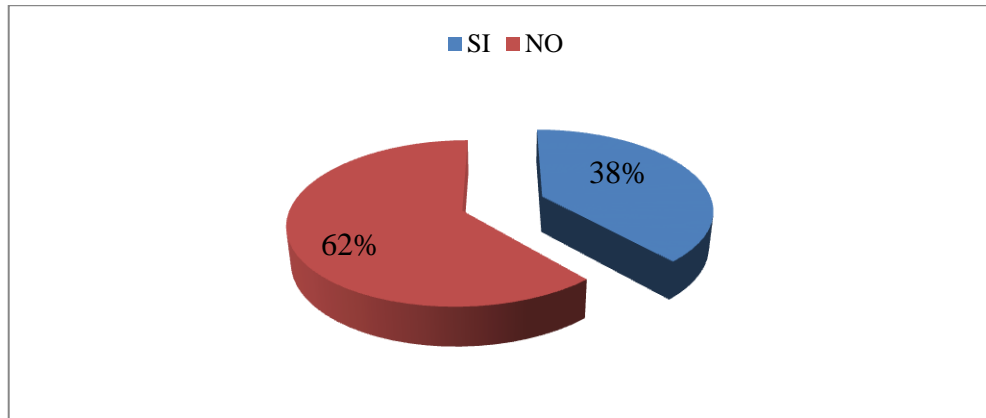
Tabla 20: Empatía a los usuarios

| Pregunta N° | Opciones | Frecuencia | % |
|-------------|----------|------------|-----|
| 10 | SI | 135 | 38 |
| | NO | 216 | 62 |
| TOTAL | | 351 | 100 |

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios externos de la Fiscalía Provincial de Bolívar

Elaborado: Samaniego Q. Delia Paulina

Ilustración 20: Empatía a los usuarios



Análisis: El 38% señala que en la Fiscalía Provincial de Bolívar SI existe la empatía hacia los usuarios y el 62% señala que en la Fiscalía Provincial de Bolívar NO existe la empatía hacia los usuarios.

Interpretación: Se refleja la necesidad de establecer estrategias de ya que la mayoría manifiesta que no existe empatía hacia los usuarios lo que afecta la confiabilidad hacia la institución.



ESCUELA POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD ADMINISTRACION DE EMPRESAS
LICENCIATURA EN SECRETARIADO GERENCIAL

ENCUESTA A APLICARSE A LOS USUARIOS DE LA FISCALIA
PROVINCIAL DE BOLIVAR.

Objetivo: Identificar el servicio que reciben los usuarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar, para determinar su importancia.

Instrucciones:

- Lea detenidamente y responda con veracidad.
- Marque con una x según corresponda.

1.- ¿Considera usted que el personal está apto o preparado para dar atención e información adecuada al usuario?

SI NO

2.- ¿La información proporcionada por los funcionarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar, es clara?

SI NO

3.-¿ Cuándo usted requiere interponer una denuncia, es asesorado(a) previamente por el personal encargado?

SI NO

4.- ¿Conoce usted sobre la labor que desempeña la Fiscalía Provincial de Bolívar?

SI NO

5.- ¿Considera usted satisfactorio la atención recibida por parte de los funcionarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar?

SI

NO

6.- ¿la Fiscalía Provincial de Bolívar ha implementado estrategias de servicio?

SI

NO

7.- ¿Cómo usuario usted considera que la fiscalía Provincial de Bolívar, le brinda un trato adecuado?

SI

NO

8.- ¿Considera usted que la Fiscalía Provincial de Bolívar, ha resuelto sus inquietudes?

SI

NO

9.- ¿Cree usted que la Fiscalía Provincial de Bolívar debe implementar un protocolo de atención y servicio al Usuario?

SI

NO

10.- ¿Considera usted que en la Fiscalía Provincial de Bolívar, existe la empatía hacia el usuario?

SI

NO

Gracias por su colaboración....



ESCUELA POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD ADMINISTRACION DE EMPRESAS
LICENCIATURA EN SECRETARIADO GERENCIAL

**ENCUESTA A APLICARSE A LOS USUARIOS INTERNOS DE LA FISCALIA
PROVINCIAL DE BOLIVAR.**

Objetivo: Analizar la importancia del servicio al cliente, para determinar la necesidad de diseñar estrategias de servicio, para los funcionarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar.

Instrucciones:

- Lea detenidamente y responda con veracidad.
- Marque con una x según corresponda.

1.- ¿Considera usted que el usuario, es la razón de ser de la institución?

SI NO

2.-¿ La imagen institucional, estará ligada a la clase de servicio prestada por los funcionarios?

SI NO

3.- ¿La Fiscalía Provincial de Bolívar, cuenta con estrategias de servicio?

SI NO

4.- ¿Conoce usted lo que es Servicio y Atención al usuario?

SI NO

5.- ¿La atención al usuario en la fiscalía de Bolívar es adecuada?

SI NO

6.- ¿Considera usted que la Fiscalía Provincial de Bolívar, debe contar con Estrategias de Servicio?

SI NO

7.- ¿Considera usted que la Fiscalía de Bolívar al tener estrategias de servicio y atención al usuario, fomentará la confianza en el usuario?

SI NO

8.- ¿Cree usted que debería tener una constante capacitación el personal en Servicio y Atención al usuario?

SI NO

9.- ¿Considera usted que los funcionarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar deben asumir como parte fundamental de sus funciones la Atención y Servicio al Usuario?

SI NO

10.- ¿Cree usted que se debería enfocar las estrategias de servicio al usuario en la Fiscalía Provincial de Bolívar?

SI NO

Gracias por su colaboración....



ESCUELA POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD ADMINISTRACION DE EMPRESAS
LICENCIATURA EN SECRETARIADO GERENCIAL

**ENTREVISTA A APLICARSE AL SEÑOR FISCAL PROVINCIAL MÁXIMA
AUTORIDAD.**

Objetivo: Indagar, cuanto conoce la institución acerca del servicio y atención al usuario, a fin de establecer la calidad de servicio proporcionado.

1.- ¿Qué grado de importancia le da usted a los usuarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar?

.....
.....

2 ¿Considera usted que debe existir un protocolo que contenga estrategias de Servicio en atención a los usuarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar?

.....
.....

3.- ¿El personal de Fiscalía Provincial de Bolívar ha sido capacitado en temas relacionados al Servicio al Usuario?

.....
.....

4.- ¿Cuándo ha existido quejas o sugerencias de los usuarios, cual ha sido el procedimiento a seguir?

.....
.....
5.- ¿Se han implementado estrategias para medir la satisfacción del usuario?

.....
.....

6.- ¿Las actividades de los empleados son controladas y evaluadas periódicamente?

.....
.....

7.- ¿El personal de la Fiscalía Provincial de Bolívar, que realiza funciones enmarcadas al servicio y atención al usuario, está capacitado para ejercer esas funciones al 100%?

.....
.....

8.- ¿Considera usted que si se implementa estrategias de servicio en atención al usuario, la imagen institucional se fortalecerá?

.....
.....

9.- ¿Cómo implementaría en la institución el control del cumplimiento de estrategias de Servicio?

.....
.....

10.- ¿Considera usted que la calidad de servicio es la mejor garantía, para el acceso oportuno, e integral a los usuarios de la Fiscalía Provincial de Bolívar?

.....
.....

Gracias por su colaboración....

Anexo Fotografías



FISCALÍA PROVINCIAL DE BOLIVAR- GUARANDA



FISCALÍA CANTONAL CHILLANES



FISCALÍA CANTONAL SAN MIGUEL



FISCALÍA CANTONAL LAS NAVES



FISCALÍA CANTONAL ECHEANDIA



FISCALIA 1 – GUARANDA SOLUCIONES RAPIDAS



FEDOTI- GUARANDA



FISCALÍA DE ASUNTOS INDIGENAS



FISCALÍA VIOLENCIA INTRAFAMILIAR



FISCALÍA DE PATRIMONIO CIUDADANO