



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 de título de:

LICENCIADA EN SECRETARIADO GERENCIAL

TEMA:

ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE EN LA
DIRECCIÓN DISTRITAL DE EDUCACIÓN 15D01, PROVINCIA DE
NAPO, CANTÓN TENA, PERIODO 2015.

AUTORA:

PATRICIA JIMENA ESPINOZA JIPA

TENA - ECUADOR

2017

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente Trabajo de Titulación, ha sido desarrollado por la Señorita Patricia Jimena Espinoza Jipa, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido se autoriza la presentación.

Ing. Norberto Hernán Morales Merchán

DIRECTOR

Ing. Pedro Pablo Bravo Molina

MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Patricia Jimena Espinoza Jipa, 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, 31 de enero de 2017.

Patricia Jimena Espinoza Jipa.

C.C. 1500847395

DEDICATORIA

A Dios por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida, por los triunfos, alegrías, tristezas y tropiezos que se me han presentado en el transcurso de mi existencia, los mismos que me han servido para valorar cada día y superarme con esfuerzo y optimismo porque todo lo que uno se propone se puede lograr con mucho amor y fe hacia nuestro creador.

A mis padres Patricio Espinoza y Francisca Jipa por estar conmigo, en cada momento de mi vida emanando sus muestras de cariño, apoyo incondicional y amor desmedido, además por enseñarme que con esfuerzo y dedicación, todo se puede lograr.

Dedico este trabajo a mis hermanas, mami Angelina, cuñados, sobrinos y a todos quienes siempre me han apoyado.

A mis amigos y maestros quienes han sido parte fundamental para culminar esta investigación, ellos son quienes me dieron grandes enseñanzas y los principales protagonistas de este “sueño alcanzado”.

Patricia Jimena Espinoza Jipa.

AGRADECIMIENTO

Al llegar con feliz término de este trabajo agradezco a DIOS quien me ha dado la vida, salud y bendiciones, a Él con infinito amor por haberme dado la sabiduría suficiente para culminar esta investigación.

A mi madre que con su demostración de una madre ejemplar me ha enseñado a no desfallecer ni rendirme ante nada ni nadie y siempre perseverar a través de sus sabios consejos.

A mi Padre, hermanas y sobrinos por apoyarme siempre y no dejarme vencer por los obstáculos que se han presentado en el camino.

A mi hermana Floreana y a mi amigo Guillermo por todo el esfuerzo que hicieron en apoyarme y demostrar que tenían mucha fe en mí para que culmine mis estudios y llegar a ser Profesional.

También me complace de manera especial exteriorizar mi agradecimiento a la ESPOCH y a los distinguidos catedráticos de la facultad de Administración de Empresas que nos formaron, a su Profesionalismo y Ética, puesto de manifiesto en las aulas, que nos permitieron obtener conocimientos que nos servirán en nuestra vida Profesional, así como también a los Ingenieros Norberto Morales y Pedro Bravo quienes con mucha paciencia me han apoyado para culminar con éxito este trabajo de investigación.

Patricia Jimena Espinoza Jipa

ÍNDICE GENERAL

Portada.....	i
Certificación del Tribunal.....	ii
Declaración de Autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice General.....	vi
Índice de Cuadros	ix
Índice de Gráficos.....	x
Índice de Anexos	x
Resumen.....	xi
Summary.....	xii
Introducción.....	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	3
1.1 Planteamiento del Problema.	3
1.1.1 Formulación del problema.....	3
1.1.2 Delimitación del problema.....	4
1.2 Justificación	5
1.3 Objetivos.....	6
1.3.1 Objetivo General.....	6
1.3.2 Objetivos Específicos	6
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	7
2.1 Antecedentes Investigativos	7
2.1.1 Antecedentes históricos	7
2.2 Fundamentación Teórica.....	8

2.2.1. Educación.....	8
2.2.2 Administración.....	8
2.2.3 Administración Educativa.....	9
2.2.4 Política Educativa	9
2.2.5 Inversión Económica en Educación.....	9
2.2.6 Ley y Reglamento.....	9
2.2.7 Nuevo Modelo de Gestión Educativa	10
2.2.8 Estrategia	11
2.2.9 Plan estratégico	11
2.2.10 El concepto del servicio.....	12
2.2.11 La oferta total.....	12
2.2. 12 Intervención de los clientes.....	13
2.2.13 Adecuación al tipo de servicio.....	13
2.2.14 Los blueprint o planos del servicio	13
2.2.15 Líneas de interacción y visibilidad	13
2.2.16 Relaciones clientes-servidores internos	13
2.2.17 Satisfacción del cliente	14
2.2.18 Sistemas de atención al cliente	18
2.2. 19 Calidad del servicio	19
2.2.20 Quejas	20
2.3 Idea a Defender.....	21
2.3.1 Idea General.....	21
2.4 Variables	21
2.4.1. Variable Dependiente	21
2.4.2. Variable Independiente	21
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	22
3.1 Modalidad de la Investigación.....	22

3.2	Tipos de Investigación	22
3.3	Población y Muestra	23
3.3.1.	Población	23
3.3.2.	Muestra	24
3.4	Métodos, Técnicas e Instrumentos.....	25
3.4.1.	Métodos	25
3.4.1.1.	Deductivo.....	25
3.4.1.2.	Inductivo	25
3.4.2.	Técnicas e instrumentos.....	25
3.5	Resultados.....	26
3.6	Verificación de la Idea a Defender	37
CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....		38
4.1	TÍTULO	38
4.2	Contenido de la Propuesta	38
4.2.1	Caracterización	38
4.2.2	Diagnóstico estratégico.....	41
4.2.3	Dirección Estratégica (Matriz FODA).....	42
4.2.4	Formulación estratégica.....	48
4.2.4.1	Misión	48
4.2.4.2	Visión.....	48
4.2.4.3	Valores	49
4.3	Matriz de Estrategias	53
4.3.1	Estrategias para mejorar la satisfacción de los clientes	54
CONCLUSIONES		60
RECOMENDACIONES.....		61
BIBLIOGRAFÍA		62
ANEXO		65

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1:	Población.....	25
Cuadro N° 2:	Trato Recibido.....	27
Cuadro N° 3:	Confianza y atención.....	28
Cuadro N° 4:	Manejo de Conflictos.....	29
Cuadro N° 5:	Maltrato al Usuario.....	30
Cuadro N° 6:	Perfeccionamiento.....	31
Cuadro N° 7:	Actitud.....	32
Cuadro N° 8:	Trato Ofensivo.....	33
Cuadro N° 9:	Valores.....	34
Cuadro N° 10:	Relaciones del Personal.....	35
Cuadro N° 11:	Relaciones Interpersonales.....	36
Cuadro N° 12:	Análisis de Factores Internos.....	42
Cuadro N° 13:	Resumen de Factores Externos.....	44
Cuadro N° 14:	Resumen de Factores Internos Externos (FODA).....	46
Cuadro N° 15:	Matriz Estrategias.....	47
Cuadro N° 16:	Matriz Axiológica.....	49
Cuadro N° 17:	Matriz de Estrategia.....	53
Cuadro N° 18:	Estrategia para Mejorar la Satisfacción de los clientes.....	54
Cuadro N° 19:	Capacitación al Personal.....	55
Cuadro N° 20:	Fortalecimiento de los niveles de satisfacción del talento.....	56
Cuadro N° 21:	Integración de Jefes Departamentales.....	57
Cuadro N° 22:	Procesos de Comunicación Clara.....	58
Cuadro N° 23:	Estrategia de formación Continua.....	59

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1:	Tato Recibido.....	27
Gráfico N° 2:	Confianza y Atención.....	28
Gráfico N° 3:	Manejo de Conflictos	29
Gráfico N° 4:	Maltrato al Usuario.....	30
Gráfico N° 5:	Perfeccionamiento.....	31
Gráfico N° 6:	Actitud.....	32
Gráfico N° 7:	Trato Ofensivo.....	33
Gráfico N° 8:	Valores.....	34
Gráfico N° 9:	Reacción Personal.....	35
Gráfico N° 10:	Relación Interpersonales.....	36
Gráfico N° 11:	Organigrama de la Dirección Distrital 15 DO1.....	40

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1:	Fachada principal de la Dirección Distrital 15DO1.....	66
Anexo N° 2:	Personal de la Institución.....	66
Anexo N° 3:	Talleres.....	67
Anexo N° 4:	Atención al Usuario.....	67
Anexo N° 5:	Modelo de la encuesta.....	68

RESUMEN

El objetivo de la presente es el diseño de una Propuesta de Estrategias para mejorar el servicio al cliente en la Dirección Distrital de Educación 15D01, provincia de Napo, cantón Tena; para el desarrollo de la propuesta se diseñó con el direccionamiento estratégico, redefiniendo la visión, misión, valores corporativos y proponiendo principios, políticas y objetivos que permiten generar acciones estratégicas; en mejorar las relaciones interpersonales, el clima laboral y la atención al usuario; además a través de capacitaciones se estableció indicadores de gestión para cada una de las perspectivas establecidas como la capacitación, la motivación, las relaciones humanas, la satisfacción, el clima organizacional del personal que labora en la entidad y el buen trato al usuario. Se recomienda la aplicación de la propuesta para mejorar las relaciones humanas de su personal y la atención al usuario.

Palabras Claves: RELACIONES HUMANAS. ATENCIÓN AL USUARIO. SERVICIO AL CLIENTE. CLIMA ORGANIZACIONAL.

Ing. Norberto Hernán Morales Merchán
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

ABSTRACT

The aim of this research is to design a proposal on strategies in order to improve customer service in the District Directorate of Education 15D01 in Napo province, Tena Canton. The proposal was designed under the strategic direction, redefining the vision, mission, and corporate values as well as proposing principles, policies and objectives to generate strategic actions to improve interpersonal relations, work environment and customer service. Through training, management indicators were established for each of the achieve perspectives such as training, motivation, relationships, customer satisfaction, the organizational climate of the staff working in the entity as well as user-friendly treatment. It is recommended the implementation of this proposal in order to improve the relationship among the personnel as well as customer service.

Keywords: INTERPERSONAL RELATIONSHIPS. USER SERVICE. CUSTOMER SERVICE. ORGANIZATIONAL ENVIRONMENT.

INTRODUCCIÓN

El nuevo modelo de Gestión Educativa tiene como objetivo principal incorporar procesos y automatizar procedimientos dentro del sistema educativo, para mejorar la atención al público, además de la educación y construcción de la infraestructura, así como el equipamiento de aulas. Una nueva forma educativa que garantiza una oferta académica para padres, alumnos y docentes. Un factor fundamental en el progreso de un país, es la preparación de sus recursos humanos, eso hace que la educación tenga un papel cada vez más importante en la sociedad, sobre todo en el desarrollo económico y profesional de sus habitantes.

La presente investigación y análisis de este proyecto se centra en “La Dirección Distrital de Educación 15DO1, provincia de Napo, cantón Tena, periodo 2015”. Enfocado en el servicio al usuario o cliente. En el pasado el usuario no tenía la importancia y consideración que hoy en día se proyecta obtener, al darse los cambios del nuevo sistema de Gestión Educativa, ciertos entes educativos desaparecen como las Direcciones provinciales, Supervisiones de Educación y aparecen nuevas entidades con proyecciones diferentes, dando nacimiento a las Coordinaciones Zonales, Distritos y Circuitos educativos, los cuales tiene como objetivo principal, otorgar un servicio al usuario de calidad, toda esta reforma se ha realizado con el fin de mejorar la educación inicial, primaria, secundaria y nivel superior. La propuesta de mejorar el nuevo Modelo de Gestión dentro de la Dirección Distrital de Educación 15D01, para el buen trato al usuario, se fundamentó en analizar aquellos puntos débiles dentro del sistema educativo de la zona, buscando dar una solución factible, a través de la valoración de los beneficios y ventajas del nuevo modelo de gestión educativa aplicable a esta zona siendo los beneficiarios de esta propuesta, el Distrito de Educación 15D01, los estudiantes, docentes y padres de familia de la provincia de Napo.

La Dirección Distrital de Educación 15Do1, no cuenta con las debidas estrategias para mejorar el servicio al cliente. Entre algunos problemas localizados dentro de la Institución son: que los funcionarios públicos no brindan la información requerida por los usuarios que ingresan a la entidad, además de no existir un verdadero trabajo en equipo por la falta de comunicación primordialmente por la persona que encabeza lo

que es el organigrama institucional, y entre los mismos empleados ocasionando con esto la falta de ligereza en los trámites que se realiza dando lugar a que los usuarios no cuenten con el debido servicio que ellos requieren.

A continuación, se detalla la organización del estudio, en donde el primer capítulo se presenta el planteamiento, formulación y delimitación del problema, así como la justificación y sus objetivos.

En el segundo capítulo se expone la base teórica que constituye la información bibliográfica, acerca de las estrategias para mejorar el servicio al cliente estrategias entre otros, así mismo se encuentra las variables.

En el tercer capítulo contemplan los objetivos de la investigación, definición conceptual y operacional de la variable, el universo y muestra de estudio y el diseño e instrumento de la recopilación de información.

En el cuarto capítulo se distingue la propuesta.

Y en la parte final contiene las conclusiones, recomendaciones bibliografía y anexos.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

La forma de brindar servicio al cliente hace que llegue por parte del personal que labora en la entidad de una manera inadecuada y esta a su vez no es bien vista por parte de la población que utiliza el servicio, esto es lo que se ha observado en el Distrito de Educación 15D01, provincia de Napo, cantón Tena, el desempeño laboral por parte de los funcionarios no cumple de manera eficaz con sus expectativas pues se está jugando la imagen que proyecta la institución a través de las actividades que realizan.

Uno de los problemas que han sido más notorios es la falta de comunicación de los servidores de servicio con el cliente, esto principalmente en la confirmación de la hora de entrega de los documentos o la falta de explicación en los trabajos que se han realizado. La incapacidad del personal de manejar protocolos y procesos de atención al cliente. Todos estos inconvenientes se han generado por la falta de objetivos claros en la Dirección Distrital 15D01, provincia de Napo, cantón Tena.

1.1.1 Formulación del problema:

¿De qué manera incidirá proponer nuevas estrategias en la atención al cliente para mejorar dicho servicio dentro de la Dirección Distrital 15D01 en el año 2015?

1.1.1.1 Interrogantes de investigación:

Las siguientes interrogantes orientarán el desarrollo de la investigación:

- ¿Cómo son las estrategias en la atención al usuario por parte del personal de la Dirección Distrital 15D01, en sus actividades diarias?
- ¿Cómo afecta la inexistencia de nuevas estrategias en la atención al usuario de la Dirección Distrital 15D01, si las condiciones actuales se mantienen?

- ¿Cómo beneficia las nuevas estrategias en la atención al usuario de la Dirección Distrital 15D01, en sus actividades?
- ¿Con que estrategias se podrá mejorar la atención al usuario de la Dirección Distrital 15D01, para obtener calidad en la prestación de servicios?

1.1.2 Delimitación del problema:

Delimitación de la investigación:

CAMPO: Personal

ÁREA: Atención al usuario

ASPECTO: Dirección Distrital 15D01, provincia de Napo

Delimitación Espacial:

La presente investigación se realizará en la de la Dirección Distrital 15D01 de la provincia de Napo.

Delimitación temporal:

Se detallará en el periodo comprendido 2015-2017

Unidades de observación

- Personal de la Dirección Distrital 15D01 de la provincia de Napo.
- Usuarios

1.2 JUSTIFICACIÓN

Es necesario realizar una propuesta de nuevas estrategias para la atención al cliente en la Dirección Distrital de Educación 15D01, provincia de Napo cantón Tena, pues la atención que se da a los clientes en esta área es una de las falencias más notables de la institución, ya que los resultados que se han obtenido en varias ocasiones no han sido alentadores para los objetivos que tiene que cumplir la misma, debido a las constantes quejas que da los usuarios o clientes que acude a sus instalaciones; con estas nuevas estrategias se buscará que los resultados mejoren considerablemente, pues en el caso de que no se obtenga una atención óptima, se corre el riesgo de que los directivos tomen la decisión de reducir y cambiar personal más capacitado para la atención, por lo que con esta propuesta se mejorará la atención a los clientes para así dar una mejor imagen a la Dirección Distrital de Educación 15D01, provincia de Napo, cantón Tena.

Existen muchas pautas para unificar al personal logrando obtener un equipo humano con buenas estrategias de relaciones humanas para lo cual es importante que dentro de la entidad se tome en cuenta las relaciones interpersonales entre sus empleados, para tomar medidas correctivas y por ende mejorar la calidad en el trabajo con resultados favorables.

Es preciso señalar que todas las entidades son vulnerables a los cambios tanto internos como externos y que exigen cada vez más de las habilidades al personal, es por ello que el conocimiento y aplicación de estrategias de atención al usuario apoyarán de gran manera en la aceptación de los nuevos retos para continuar avanzando en los objetivos y metas de la entidad educativa, ya que al mantener abierto los canales de armonía, entendimiento, confianza y respeto se lograrán diálogos provechosos entre los directivos empleados y usuarios, logrando alcanzar beneficios para todos.

En tal sentido esta investigación estará orientada a la elaboración de estrategias para el personal con la intención de mejorar la atención al usuario ya que se cuenta con la apertura de la Directora de Educación, MSc. María Soledad Shiguango Chimbo, lo que demuestra que hay un interés por el tema propuesto.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

- Implantar estrategias para mejorar el servicio al cliente en la Dirección Distrital de Educación 15D01, provincia de Napo, cantón Tena.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Estudiar el comportamiento de los servidores verificando su correcta función.
- Establecer correctamente las funciones que corresponden a cada uno de los miembros del personal para la atención al cliente de la Dirección Distrital de Educación 15D01 del Tena.
- Determinar el método o técnica que debería aplicarse para obtener un grado de satisfacción del cliente aceptable.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

2.1.1 Antecedentes históricos

Los antecedentes investigativos son tomados de las investigaciones realizadas en:

Santiago Fabián Illescas Correa, en su investigación titulada "Evaluación del Modelo de Gestión del Proyecto Emblemático Nacional "Unidades Educativas del Milenio" y su Impacto de la Política Pública Educativa. Caso Ecuador - Cotopaxi del 2008 al 2012", del año 2013, presentada en el Instituto de Altos Estudios Nacionales Universidad de Postgrado del Estado dentro de la VII Maestría en Alta Gerencia, concluye que:

"La política pública educativa ha impactado de manera significativa dentro de la Unidad Educativa del Milenio, ya sea a través de la Ley Orgánica de Educación Integral LOEI o del Plan Decenal de Educación del Ecuador 2006-2015, generando un nuevo sistema nacional educativo desconcentrado y con nuevos modelos de gestión."

El Dr. Samuel Ramírez, docente de la Universidad Nacional de Loja dentro del Área de la Educación, el Arte y la Comunicación (2010-2011), dice:

"La planificación educativa adolece de serios inconvenientes debido a que la misma no ha sido tomada con una visión reduccionista y que no ha servido para impulsar un modelo de gestión que involucre un nuevo sistema de dirección, de mejoramiento continuo, evaluación curricular y desempeño docente, que permita el desarrollo de las instituciones educativas"

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1. Educación

2.2.1.1 Concepto y breve reseña de la Educación

El verbo Educar, procedente del latín educare ya aparece en el Universal vocabulario de latín en romance de Alfonso de la Palencia en 1490. Tiene dos significados: “educare que significa “conducir”, llevar a un hombre de un estado a otro; y “educere” que significa “extraer”, sacar algo de dentro del hombre.”¹

“La educación significa, entonces, una modificación del Hombre, un desenvolvimiento de las posibilidades del ser. Esta modificación no tendría sentido si no implicara una mejora. En otras palabras, toda educación es una perfección. Sin embargo, no toda perfección es educación, ya que existe en el hombre una perfección que surge de una evolución espontánea del ser. Dado que la educación presupone una influencia extraña, una dirección, una intención, se la define como “un perfeccionamiento intencional de las funciones superiores del Hombre, de lo que éste tiene de específicamente humano”

De acuerdo a la cita anterior la educación modifica al hombre con el fin de superarlo, por lo que solo con la educación se puede lograr el perfeccionamiento.

2.2.2 Administración

(Terry, 2000) Tomando en consideración que la Gestión Administrativa, dentro de cualquier ámbito incluido el educativo, de acuerdo a Terry "es el principal medio de los seres humanos para utilizar los recursos materiales y las capacidades en la búsqueda y logro de los objetivos estipulados; y, con estos antecedentes, menciona como elementos básicos de la Administración a las personas, ideas, recursos y objetivos".

Tomando en consideración esta definición, se puede corregir que para que una entidad funcione en forma eficaz y garantice la calidad en sus servicios debe haber coordinación entre las funciones y competencias asignadas, interrelacionando las ideas emitidas por un grupo humano, con los recursos determinados y objetivos planteados.

¹ De la Palencia Alfonso. (1490), Romance

2.2.3 Administración Educativa

(Salas, 2003) "La Administración educativa es un tipo específico de organización, cuya especificidad estriba en las características, estructura y funciones que le corresponda. La organización educativa constituye el objeto de estudio de la Administración Educativa."

Se considera por lo tanto que la Administración Educativa, trata de redirigir los recursos y objetivos de la administración hacia la mejora de la calidad educativa, obteniendo el máximo desarrollo y garantizando la obtención de metas con eficiencia en su aplicación dentro de esta área.

2.2.4 Política Educativa

La política educativa en el país ha sufrido muchos cambios en última década, las más recientes toman en consideración el tratamiento integral que se le debe dar al ser humano, a las instituciones educativas como parte fundamental del desarrollo y de los grupos más importantes atendidos dentro de este ítem.

2.2.5 Inversión Económica en Educación

Hay que considerar que la inversión económica que se realiza dentro de este sector significa la principal inversión para el desarrollo del país, apoyando en mejorar la calidad de la educación de sus habitantes. Esto se debe a los continuos cambios que está sufriendo el mundo en general, la era globalizada y tecnificada que se vive no puede pasar desapercibida ni menospreciarla, sino que debe incorporarse y actualizarse constantemente, puesto que cada día se exige que los niveles de conocimiento, de participación, sean acordes con la realidad que se vive.

2.2.6 Ley y Reglamento

La Disposición Transitoria Primera de la LOEI señala que se crearán Distritos y Circuitos educativos interculturales y bilingües; y hasta que eso suceda, las direcciones provinciales seguirán funcionando: "Las y los funcionarios de dichas dependencias, previo estudio de su perfil profesional y de la aprobación al proceso de evaluación correspondiente, serán reubicados en las instancias desconcentradas del Sistema Nacional de Educación, garantizando sus derechos adquiridos".

2.2.7 Nuevo Modelo de Gestión Educativa

((MINISTERIO DE EDUCACIÓN, 2012) “El Nuevo Modelo de Gestión Educativa (NMGE) es un proyecto que inició su gestión en enero de 2010, y plantea la reestructuración del Ministerio de Educación para garantizar y asegurar el cumplimiento del derecho a la educación; es decir, busca influir de manera directa sobre el acceso universal y con equidad a una educación de calidad y calidez, lo que implica ejecutar procesos de desconcentración desde la Planta Central hacia las zonas, distritos y circuitos, para fortalecer los servicios educativos y aproximarlos hacia la ciudadanía, atendiendo las realidades locales y culturales.”

En ese nuevo marco de gestión se pretende desconcentrar al sistema educativo, a través de proponer un nuevo sistema de administración, con la asignación y utilización de recursos, determinando funciones específicas a los nuevos sujetos dentro de este marco educativo integral.

(MINISTERIO DE EDUCACIÓN, 2012) Por ello el objetivo del Modelo de Gestión es “garantizar la rectoría del sistema mediante el fortalecimiento institucional de la autoridad educativa nacional y potencie la articulación entre niveles e instituciones desconcentrados del sistema.”

Se infiere que el objetivo del Modelo de Gestión garantiza la rectoría del sistema mediante el fortalecimiento institucional de la autoridad educativa nacional y potencia la articulación, pero sin objetivos claros el modelo no funciona.

(MINISTERIO DE EDUCACIÓN, 2012) Además son objetivos del modelo: “Implementar el nuevo orgánico funcional del Ministerio de Educación, implementar el Modelamiento Territorial a nivel nacional, para la definición de distritos y circuitos educativos, conformar las Coordinaciones Regionales, Direcciones Distritales y Administraciones Circuitales de Educación incluyendo adecuaciones de infraestructura y dotación de equipamientos, implementar los sistemas de información que consideren los componentes de capacitación, gestión, régimen escolar, acompañamiento pedagógico, regulación y conformar los Gobiernos Escolares Ciudadanos en los Circuitos Educativos.”

2.2.8 Estrategia:

(Granjo, J, 2008) Manifiesta lo siguiente: Es bien sabido que el término estrategia tiene un origen militar. De hecho, proviene del griego *strategos*: conducir un ejército. La estrategia sería por lo tanto “el arte de conducir un ejército”, pero siempre antes del combate.

El término ha sufrido, a lo largo del tiempo, numerosas interpretaciones. Muchos autores, para hablar de estrategia, se remiten al Arte de la Guerra, de Sun Tzu. Escrito unos 300 años antes de Cristo. Otros van mucho más lejos y retoman el juego de Go como clásico ejemplo de estrategia.

2.2.9 Plan estratégico:

(Vicuña, Jose, 2010) Revela que: Al hablar del plan estratégico de la organización, nos estamos refiriendo al plan maestro en el que la alta dirección recoge las decisiones estratégicas corporativas que ha adaptado “hoy” en referencia a lo que hará en los tres próximos años (horizonte más habitual del plan estratégico), para lograr una organización más competitiva que le permita satisfacer las expectativas de sus diferentes grupos de intereses.

Se deduce que plan estratégico es el conjunto de análisis, decisiones y acciones que una organización lleva a cabo para crear y mantener ventajas comparativas sostenibles a lo largo del tiempo.

2.2.9.1 Formulación de la estrategia:

(Wheelen, T, Hunger, D, 2007) En su libro de Administración Estratégica y Política de negocios. Conceptos y Casos dice: La formulación de la estrategia es el desarrollo de planes a largo plazo para administrar de manera eficaz las oportunidades y amenazas ambientales con base en las fortalezas y debilidades empresariales (FODA). Incluye la definición de la misión, la especificación de objetivos alcanzables, el desarrollo de estrategias y el establecimiento de directrices de política.

Según el autor la formulación de la estrategia permite el desarrollo de planes a largo plazo para dirigir con base en las fortalezas y debilidades empresariales (FODA).

2.2.10 El concepto del servicio

Una descripción precisa de cómo prevé la empresa que deberá ser el servicio final que se ofrecerá a los clientes: problemas que debe resolver, beneficios que debe generar

2.2.10.1 El servicio básico

Una definición clara y resumida de cuál es la función básica que debe realizar el servicio: ¿cuál es la necesidad principal de los clientes que debe satisfacer, cuáles son los criterios de calidad interna que debe cumplir?

2.2.10.2 El sistema del servicio

Una previsión completa y descriptiva sobre la forma cómo deberá realizarse la prestación o entrega del servicio: ¿cuáles son los criterios de calidad externa que debe cumplir en términos de capacidad de respuesta, cortesía, credibilidad, etcétera?

2.2.10.3 Los encuentros del servicio

Conversión de los “momentos de la verdad” en procesos y micro-procesos estándares que puedan ser debidamente planificados y controlados.

2.2.11 La oferta total

Todos los elementos, atributos y niveles de servicios que se van a incorporar a la oferta que se hará al mercado en términos, por lo menos, de servicios facilitadores, servicios de conveniencia; fase de unión, consumo y desunión; atributos básicos, articulados, excitantes; los servicios periféricos vinculados o complementarios; el concepto del producto extendido; etc.

2.2.12 Intervención de los clientes

Identificación de los momentos y condiciones en que se producirá la intervención de los clientes (baja, media y alta intervención) y de los aportes y papel de co - producción que éstos deberán desempeñar para incrementar sus niveles de satisfacción; elaboración del “Recorrido del cliente”.

2.2.13 Adecuación al tipo de servicio

Una clasificación del servicio que se está diseñando realizada en función de los siete criterios previstos en el “modelo multi-funcional estratégico de los servicios”.

2.2.14 Los blueprint o planos del servicio

Una descomposición gráfica de los pasos lógicos y secuenciales que se deben realizar como parte del proceso de creación, prestación y entrega, que incluye: estructuras, relaciones, operaciones, componentes, conexiones, tareas, estándares, relaciones temporales y espaciales, contactos con la clientela, y similares.

2.2.15 Líneas de interacción y visibilidad

Una indicación clara de todas las actividades que se realizan en las zonas que quedan a la vista de los clientes.

2.2.16 Relaciones clientes-servidores internos

Señalamiento de la cadena de pasos (inputs-outputs) que en secuencia generan el resultado final esperado en el servicio y que permite que los empleados que van a intervenir en ella comprendan su papel como parte del proceso total y la responsabilidad que tienen respecto al output final que se entregará a los clientes.

El lector puede utilizar este esquema no sólo como recordatorio general del proceso sino, además, como lista de comprobación para el diseño de nuevos servicios o el rediseño de los actuales.

Sin lugar a dudas, un proceso de diseño bien ejecutado constituye una tarea laboriosa y, en ocasiones difícil, pero bien merece la pena realizarla con el fin de garantizar, luego, la eficaz implantación y prestación del servicio diseñado. Una cosa sí podemos afirmar con total seguridad

2.2.17 Satisfacción del cliente

2.2.17.1 Concepto de cliente

El término cliente se refiere a todas aquellas personas o empresas que compran servicios, dependiendo el tipo de servicio se los denomina también “pacientes”, cuando compran cuidados sanitarios; “alumnos”, cuando compran educación, “socios”, en el caso de clubes, instituciones y u organismos profesionales “clientes” cuando se trata de servicios de abogados, contables y otros profesionales. En cada uno de estos casos, hay una relación cliente – proveedor. En el área de marketing se ha determinado el siguiente concepto para cliente: es la persona que coloca dinero para la compra de un bien o servicio. Quien compra, es el comprador y quien consume, el consumidor. Normalmente, cliente, comprador y consumidor son la misma persona.

2.2.17.2 Relación entre el servicio y la atención al cliente

❖ Estos dos términos están muy ligados, ya que un excelente servicio y atención al cliente son vitales para que la mentalidad empresarial sea más amplia en distintos aspectos de la organización; uno de los puntos más relevantes que puede aprovechar una empresa para mejorar la atención al cliente es la confianza que él deposita en la compañía, ya que éstos juzgan la calidad del servicio a tenor de lo que ven y entienden, analizando un registro más positivo, en cuanto a la atención al cliente, es conveniente gestionar debidamente todos los aspectos del contacto con el cliente, y los requisitos que ello plantea, consigue dar la impresión de una organización que sabe lo que se trae entre manos.

“El servicio y la atención al cliente se pueden relacionar de acuerdo a los siguientes puntos:

- ❖ El buen servicio y atención al cliente debería asegurar que el cliente obtenga el máximo valor en su compra.
- ❖ El servicio y atención al cliente debería permitir que experimenten de manera rápida y fácil todas las potencialidades de la adquisición que ha realizado.
- ❖ Las exigencias del servicio y atención al cliente tienen que ser consideradas a través del ciclo comercial, desde la primera fase de planificación hasta la provisión de una documentación clara, y de un fácil asesoramiento.
- ❖ El buen servicio y atención al cliente es que, en muchos casos, resulta beneficioso, en este sentido hay que tener cuidado para distinguir entre servicio y atención.
- ❖ Podemos decir que el término “servicio al cliente” se emplea a menudo con referencia al proceso de tratar directamente con los clientes, para lo cual se toman en cuenta los siguientes puntos:

- ✓ Campo de actuación
- ✓ Contratos de mantenimiento
- ✓ Garantías
- ✓ Ayuda y asesoramiento al cliente
- ✓ Educación y formación
- ✓ Gestión del comerciante
- ✓ Disponibilidad de los recambios

2.2.17.3 Servicio al cliente

2.2.17.3.1 Concepto

Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing.

1. Que servicios se ofrecerán
2. Qué nivel de servicio se debe ofrecer
- 3.Cuál es la mejor forma de ofrecer los servicios

2.2.17.3.2 Elementos de servicio al cliente

Entre los elementos que podemos mencionar para una mejor atención al cliente tenemos:

- Contacto cara a cara
- Relación con el cliente
- Correspondencia
- Reclamos y cumplidos
- Instalaciones

2.2.17.3.3 Estrategias de atención al cliente

(ARMISTEAD, 2005) Una forma eficaz de posicionarse en la mente de sus prospectos es utilizar el servicio de atención al cliente como elemento diferenciador, actualmente es este uno de los puntos más vulnerables de su competencia, ya que según estudios realizados la atención al cliente por Internet sigue siendo en muchos casos deficiente, por lo cual puede usar esta debilidad de su competencia en beneficio de sus clientes y para fortalecer su negocio.

2.2.17.3.4 Los diez mandamientos de la atención al cliente

Las empresas, dentro de su plan estratégico, posicionan a sus clientes por encima de todo, muchas veces esta sentencia no se cumple.

1. El cliente por encima de todo
Es el cliente a quien debemos tener presente, antes de nada.
2. No hay nada imposibles cuando se quiere

A veces los clientes solicitan cosas casi imposibles, con un poco de esfuerzo y ganas, se puede conseguirlo lo que él desea.

3. Cumple todo lo que prometas

Son muchas las empresas que tratan, a partir de engaños, de efectuar ventas o retener clientes, pero ¿qué pasa cuando el cliente se da cuenta?

4. Solo hay una forma de satisfacer al cliente, darle más de lo que espera.

Cuando el cliente se siente satisfecho al recibir más de lo esperado ¿Cómo lograrlo? Conociendo muy bien a nuestros clientes enfocándonos en sus necesidades y deseos.

5. Para el cliente tú marcas la diferencia.

Las personas que tiene contacto directo con los clientes tienen un gran compromiso, pueden hacer que un cliente regrese o que jamás quiera volver. Eso hace la diferencia.

6. Fallar en un punto significa fallar en todo

Puede que todo funcione a la perfección, que tengamos controlado todo, pero que pasa si fallamos en el tiempo de entrega, si la mercancía llega accidentada o si en el momento de empacar el par de zapatos nos equivocamos y le damos un número diferente, todo se va al piso.

7. Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos

Los empleados propios son " el primer cliente" de una empresa, si no se les satisface a ellos como pretendemos satisfacer a los clientes externos, por ello las políticas de recursos deben ir de la mano de las estrategias de marketing.

8. El juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente

La única verdad es que son los clientes son quienes, en su mente y su sentir lo califican, si es bueno vuelven y de lo contrario no regresan.

9. Por muy bueno que sea un servicio siempre se puede mejorar

Si se logró alcanzar las metas propuestas de servicio y satisfacción del consumidor, es necesario plantear nuevos objetivos, " la competencia no da tregua".

10. Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo

Todas las personas de la organización deben estar dispuestas a trabajar en pro de la satisfacción del cliente, trátese de una queja, de una petición o de cualquier otro asunto.

2.2.18 Sistemas de atención al cliente

Para poder mejorar el servicio de atención al cliente, no se pueden conseguir resultados alentadores sin que no se analicen detenidamente los sistemas que intervienen.

Cualquier persona o grupo de personas funcionan según un sistema cuando realizan una tarea siempre de la misma forma, sea esta tan simple o compleja de acuerdo a las actividades que realicen. No hay empresa, sea del tamaño que sea, que pueda ser dirigida con ausencia total de sistemas; ya que se han considerado a éstos como indispensables.

Son una ayuda, pero también conllevan unos peligros característicos, especialmente en el área de atención al cliente. Mientras mayor sea la empresa, mayores son los peligros que pueden provocar sus propios sistemas, considerándose los siguientes problemas:

- ✚ Son inflexibles por naturaleza y pueden carecer de capacidad de reacción ante situaciones cambiantes.
- ✚ Muy raramente se ajustan bien a situaciones extremas
- ✚ Fácilmente se les puede esgrimir como excusa y escape
- ✚ Pueden ser incompatibles con los sistemas del cliente, especialmente las maquinarias
- ✚ Pueden ser difíciles de modificar o de ser utilizados con eficacia.
- ✚ Tienden a abstener, y posiblemente incluso prohibir, la creatividad y la innovación

Los sistemas con que cuente una organización influirán de forma decisiva en la realización del servicio al cliente, por lo que, si se trata de mejorar éste, se debe estudiar muy críticamente los sistemas utilizados por la empresa, especialmente aquellos que tengan relación directa con los clientes.

2.2.18.1 Tipos de sistemas en el servicio de atención al cliente

Cualquier tipo de sistema puede tener influencia en el servicio al cliente, pero algunos de ellos, por su propia naturaleza, tienen un impacto directo sobre él, como son:

- ✓ Sistemas de ventas /pedidos

- ✓ Sistemas de suministros /logística
- ✓ Sistemas de contabilidad /pagos
- ✓ Sistemas de servicio post venta
- ✓ Tratamiento de las reclamaciones
- ✓ Sistemas de crisis /emergencias
- ✓ Sistemas de planificación y control de producción

En el caso de esta investigación tomaremos en cuenta una breve explicación del sistema de servicio de post venta, ya que en esta área es donde se realizará un análisis de la percepción que tiene el cliente del servicio que se está brindando, siendo esto lo siguiente:

2.2. 19 Calidad del servicio

2.2.19.1 Concepto de calidad

Primeramente, debemos conocer el concepto de calidad, siendo esta el nivel de excelencia que la empresa ha escogido alcanzar para satisfacer a su clientela clave, representa al mismo tiempo, la medida en que se logra dicha calidad. Así también algunos autores determinan diversos conceptos de calidad, para Shewhart la calidad es “la bondad de un producto o servicio”; según Crosby calidad es “ajustarse a las especificaciones”.

La calidad considera tres parámetros para lograr satisfacer las necesidades de los clientes, siendo éstos:

- Clientela clave
- Nivel de excelencia
- Conformidad

En la calidad subjetiva, en cambio su único juicio que realmente importa es el que realiza el cliente, esto implica que se fundamenta en las percepciones que el cliente tiene sobre el servicio que ha recibido, entendiéndose además que en la empresa debe

conocer cuáles son las expectativas de los clientes para poder diseñar un servicio de calidad.

Algunos autores como Grönroos creen que la calidad de servicio percibida es dependiente de la comparación del servicio esperado con el servicio percibido y por esta razón el resultado de un proceso de evaluación continua; así autores como Berry, Parasuraman y Zeithmanl indican que los clientes valoran la calidad de servicio al comparar lo que desean o esperan con lo que actualmente reciben o perciben que reciben, resultando una comparación entre lo que consideran debe ser el servicio ofrecido por la empresa (sus expectativas) y su percepción del resultado de los prestatarios del servicio.

(BARROSO & Enrique, 1999) Finalmente podemos mencionar que después de analizar las expectativas que los clientes tienen de un servicio se define a la calidad de servicio como la comparación entre lo que el cliente espera recibir, es decir, sus expectativas y lo que realmente recibe o él percibe que recibe- desempeño o percepción del resultado del servicio, por lo tanto se lo toma como un concepto altamente subjetivo, similar a la actitud que implica un proceso de evaluación continuada en el tiempo. En definitiva un servicio será de calidad si cumple las condiciones de encontrar las necesidades de los clientes y satisfacer las expectativas de los mismos”

2.2.20 Quejas

(BARLOW & MOELLER, 1998) “Una queja, en forma simple, indica que el receptor del bien o servicio no encuentra que sus expectativas sobre el mismo estén satisfechas con la calidad esperada. Este cliente, insatisfecho, nos hace un inmenso favor al señalar su inconformidad, ya que se la considera como una oportunidad que nos permite verificar nuestros procedimientos para mejorar el servicio que se brinda.”

Una queja es como un regalo que el cliente entrega a la empresa, cuando las organizaciones escuchan a los clientes con la mente abierta y con puntos de vista más amplios, pueden llegar a aprovechar las quejas como favores recibidos; y si la empresa se preocupa por solucionar en forma positiva los problemas que plantea, tendrá un

cliente leal, en caso contrario, este cliente buscará otro proveedor que le satisfaga sus requerimientos.

2.3 IDEA A DEFENDER

2.3.1 Idea General

La Implantación de estrategias de servicio efectivo de atención ciudadana en la Dirección Distrital de Educación 15D01 Napo, mejorará la imagen institucional.

2.4 VARIABLES

2.4.1. Variable Dependiente

Mejorar la atención al cliente.

2.4.2. Variable Independiente

Elaboración de estrategias.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación es de tipo cualitativa, porque es explicativa y realista, para plantear una alternativa de procedimiento real.

Y cuantitativa porque se aplicó técnicas como la encuesta de la cual obtuvimos datos numéricos y estadísticos interpretables, los cuales fueron analizados.

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

En la presente investigación, una vez que se han utilizado las características de cada tipo de investigación se aplicará la bibliográfica - documental, descriptiva, exploratoria y de campo. Para la investigación se plantearon interrogantes con el propósito de conseguir la información de la realidad de la Dirección Distrital de Educación de Napo.

3.2.1. La investigación bibliográfica – documental: Se realizó apoyándose en elementos de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie. Como subtipos de esta investigación están la investigación bibliográfica, la hemerográfica y la archivística; la primera se basa en la consulta de libros, la segunda en artículos o ensayos de revistas y periódicos, y la tercera en documentos que se encuentran en los archivos, como cartas, oficios, circulares, expedientes, entre otros.

3.2.2. Investigación descriptiva: Mediante este tipo de investigación, que utiliza el método de análisis, se logró caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades. Combinada con ciertos criterios de clasificación sirvió para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio.

3.2.3. Investigación exploratoria: Se realizó con el propósito de destacar los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior. Es rentable desarrollar este tipo de

investigación porque, al contar con sus resultados, se facilita el abrir líneas de investigación y proceder a su comprobación.

3.2.4. Investigación de campo: Este tipo de investigación se apoyó en informaciones que provienen entre otras, de cuestionarios, encuestas y observaciones. En esta se obtiene la información directamente en la realidad en que se encuentra, por lo tanto, implica observación.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1. Población

Esta investigación se desarrolló en la Dirección Distrital de Educación 15D01, provincia de Napo, de acuerdo a los objetivos de la presente investigación, se seleccionó la población para realizar el presente trabajo investigativo, la misma que está conformada de la siguiente manera:

Se emplearon dos tipos de encuesta uno dirigido a los empleados y otra a los usuarios. Debido a que en la Dirección Distrital de Educación 15D01 de Napo, laboran pocos empleados, se trabajara directamente con todos por lo que no es necesario el cálculo del tamaño de la muestra.

CUADRO N° 1: POBLACIÓN

COMPONENTE	POBLACIÓN
Directora de Educación	1
Funcionarios	33
Personal contratado	23
TOTAL	57

Fuente: Dirección Distrital de Educación de Napo

Elaborado por: Patricia Jimena Espinoza Jipa

Se realizará una encuesta piloto a los usuarios para plantear la propuesta de mejoramiento del sistema de archivo automatizado de acuerdo a la información proporcionada por ésta Unidad y a quienes requieran de sus servicios.

3.3.2. Muestra

Para verificar la atención al cliente se realizará una muestra piloto de los usuarios que utilizan las instalaciones.

Fórmula para calcular el tamaño de la muestra población finita (usuarios):

$$n = \frac{N.p.q.}{(N - 1) e^2 / z^2 + p.q}$$

Leyenda:

n = Número de elementos de la muestra

N = Número de elementos del universo

P/Q = Probabilidades con las que se presenta el fenómeno

z^2 = Valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido; siempre opera con valor sigma Z = 1.96

E = Margen de error (5%)

$$n = \frac{250 * 0.5 * 0.5}{(250 - 1) (0,05)^2 / (1.96)^2 + (0.5 * 0.5)}$$

n = 152 encuestas a aplicar

3.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.4.1. Métodos

La metodología investigativa a desarrollarse en el presente trabajo fue la aplicación de métodos de la investigación científica como es:

3.4.1.1. Deductivo

Mediante el cual por deducción se obtienen consecuencias lógicas de una teoría.

3.4.1.2. Inductivo

Se sobrellevó un análisis ordenado, coherente y lógico del problema de la investigación, tomando en cuenta las particularidades existentes. El método inductivo tiene como objetivo llegar a conclusiones que están en relación con sus antecedentes.

Se utilizó fuentes secundarias, que provino de datos suministrados por el personal de la cooperativa, datos bibliográficos e internet.

La fuente primaria de la información que se obtuvo fue directamente de la investigadora a través de relatos y escritos transmitidos por los encuestados.

3.4.2. Técnicas e instrumentos

La metodología que se aplicó al presente trabajo investigativo es una encuesta dirigida al personal y usuarios de la Dirección Distrital de Educación de Napo, que nos permitió determinar la situación real y existente, la cual fue de gran ayuda para desarrollar las estrategias propuestas, una vez cumplida esta etapa se procedió con el análisis e interpretación de la información recolectada.

La encuesta: Es un estudio observacional en el cual el investigador busca recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado. Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio.

El cuestionario no solo debe permitir una correcta recopilación de la información buscada, sino que también tiene que ser de manera que facilite al máximo la tabulación e interpretación de los datos almacenados, además podemos reconocer que el cuestionario es el punto de encuentro, en la relación de comunicación entre el representante y el entrevistado.

Y la observación: mediante la cual el investigador camina directamente sobre el objeto de su investigación, en los aspectos de su interés, que puede hacerlo en una sola oportunidad, en forma continua o en forma periódica.

3.5 RESULTADOS

Se aplicó la encuesta de datos a la Directora Distrital de Educación, funcionarios, personal contratado y a los usuarios de la Dirección Distrital de Educación de Napo

ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

DIMENSIÓN DE COMUNICACIÓN

PREGUNTA No. 1:

¿El trato recibido por el personal de la Dirección Distrital 15D01 fue con amabilidad y dinamismo?

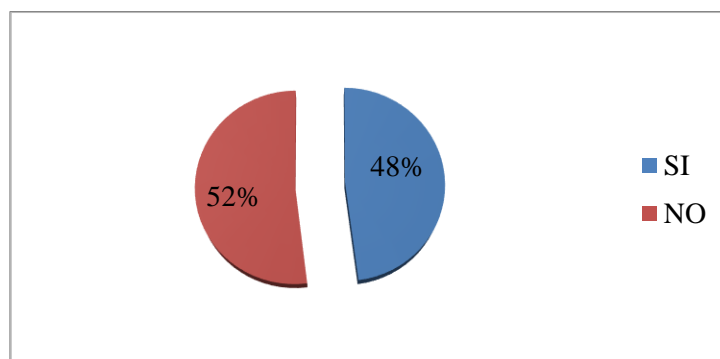
CUADRO N° 2
TRATO RECIBIDO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	73	48%
NO	79	52%
TOTAL	152	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Jimena Espinoza Jipa

GRÁFICO N° 1



Fuente: Cuadro N° 3

Elaborado por: Patricia Jimena Espinoza Jipa

Análisis: El 52% de los encuestados afirman que el trato recibido por el personal de la Dirección Distrital 15D01, no fue con amabilidad y dinamismo y el 48% afirma que el trato recibido por el personal de la Dirección Distrital 15D01, si fue con amabilidad y dinamismo

Interpretación: La mayoría de encuestados afirman que el trato recibido por el personal de la Dirección Distrital 15D01, no fue con amabilidad y dinamismo.

PREGUNTA No. 2:

¿El personal de la Dirección Distrital 15D01 le brindó confianza y le prestó atención para expresar su requerimiento?

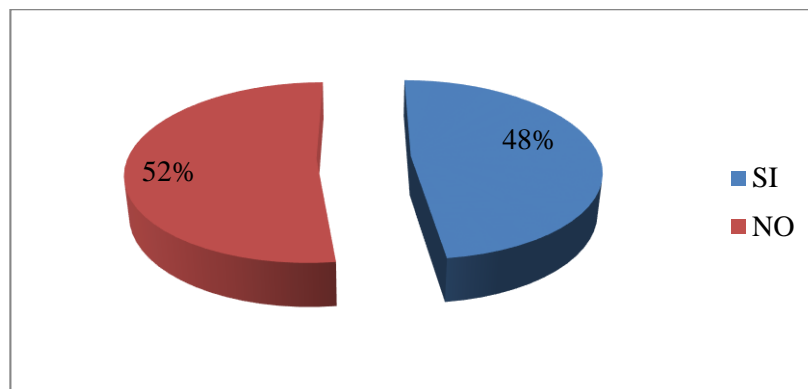
CUADRO N° 3
CONFIANZA Y ATENCIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	73	48%
NO	79	52%
TOTAL	152	100%

Elaborado por: Patricia Jimena Espinoza Jipa

Fuente: Investigación de campo

GRÁFICO N° 2



Fuente: Cuadro N° 4

Elaborado por: Patricia Jimena Espinoza Jipa

Análisis: El 52 % del personal de la Dirección Distrital 15D01, no brindó confianza, ni prestó atención al requerimiento de los usuarios y el 48% del personal de la Dirección Distrital 15D01, si brindó confianza y prestó atención a los requerimientos de los usuarios

Interpretación: Poco más de la mitad de usuarios opinan que el personal de la Dirección Distrital 15D01 no les brindó confianza y ni le prestó atención para expresar su requerimiento

PREGUNTA No. 3:

¿El personal de la Dirección Distrital 15D01 que le atendió le explico sobre el proceso del trámite a seguir y le agendo una nueva cita?

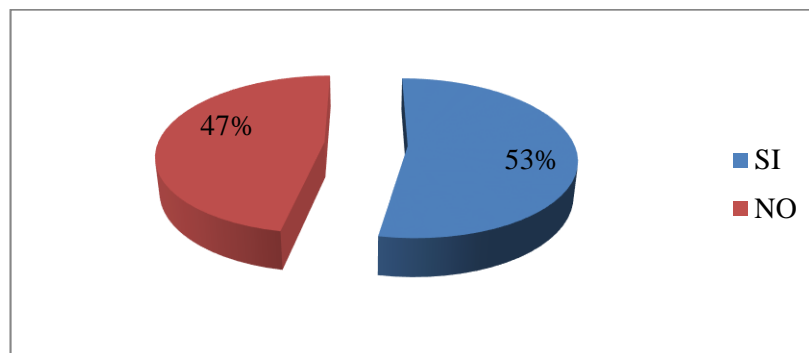
CUADRO N° 4
MANEJO DE CONFLICTOS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	80	53%
NO	72	47%
TOTAL	152	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Jimena Espinoza Jipa

GRÁFICO N° 3



Fuente: Cuadro N° 5

Elaborado por: Patricia Jimena Espinoza Jipa

Análisis: De acuerdo a los datos obtenidos el 47% de encuestados asegura que el personal de la Dirección Distrital 15D01, que le atendió no explico sobre el proceso del trámite a seguir y no le agendo una nueva cita, el 53 % de encuestados afirman que el personal de la Dirección Distrital 15D01, que le atendió no les explico sobre el proceso del trámite a seguir y no le agendo una nueva cita,

Interpretación: Un poco menos de la mitad opinan que el personal de la Dirección Distrital 15D01, que le atendió no explico sobre el proceso del trámite a seguir y ni les agendo una nueva

PREGUNTA No. 4:

¿Hubo algún comentario negativo que le hizo sentir mal o avergonzado durante la visita al establecimiento, por parte del personal de la Dirección Distrital 15D01?

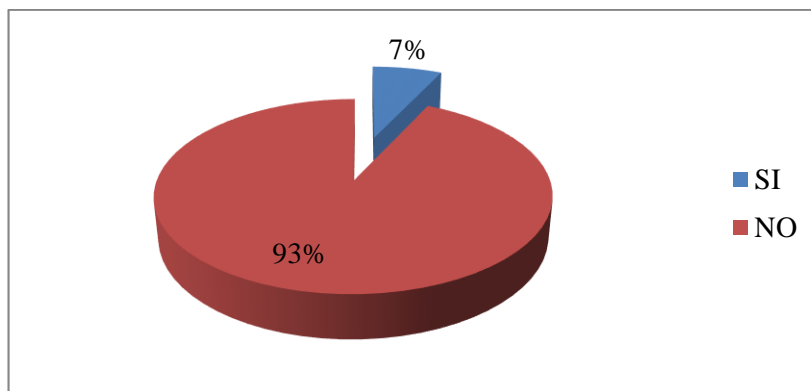
**CUADRO N° 5
MALTRATO AL USUARIO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	7%
NO	142	93%
TOTAL	152	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Jimena Espinoza Jipa

GRÁFICO N° 4



Fuente: Cuadro N° 6

Elaborado por: Patricia Jimena Espinoza Jipa

Análisis: De acuerdo a los datos obtenidos el 93% de los encuestados afirman que por parte del personal de la Dirección Distrital 15D01 no hubo ningún comentario negativo que les hizo sentir mal o avergonzados, mientras que el 7% comenta que si hubo algún comentario negativo que les hizo sentir mal o avergonzado durante la visita al establecimiento, por parte del personal de la Dirección Distrital 15D01.

Interpretación: La mayor parte de los encuestados afirma que no hubo ningún comentario negativo por parte del personal de la Dirección Distrital 15D01 que les hizo sentir mal o avergonzado, durante la visita al establecimiento.

DIMENSIÓN COMPORTAMIENTO

PREGUNTA No. 5:

¿El personal que le atendió está capacitado en el manejo de los equipos y recursos tecnológicos?

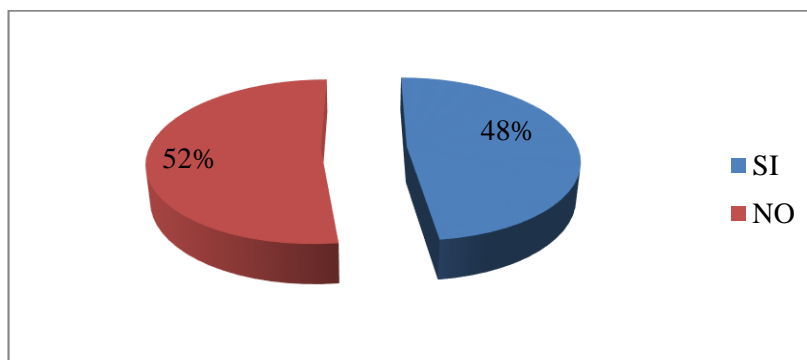
CUADRO N° 6
PERFECCIONAMIENTO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	73	48%
NO	79	52 %
TOTAL	152	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Jimena Espinoza Jipa.

GRÁFICO N° 5



Fuente: Cuadro N° 7

Elaborado por: Patricia Jimena Espinoza Jipa

Análisis: El 52% de los encuestados testifica que el personal que le atendió no está capacitado en el manejo de los equipos y recursos tecnológicos, el 48% está capacitado en el manejo de los equipos y recursos tecnológicos.

Interpretación: La mayoría de los encuestados dicen que el personal que le atendió no está capacitado en el manejo de los equipos y recursos tecnológicos.

PREGUNTA No. 6:

¿Está de acuerdo con el tiempo empleado por el personal de la Dirección Distrital 15D01 para atender su requerimiento?

CUADRO N° 7

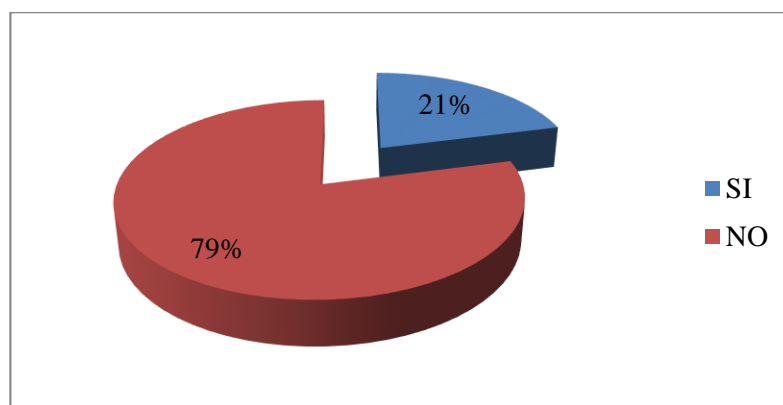
ACTITUD

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	32	21%
NO	120	79%
TOTAL	152	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Jimena Espinoza Jipa

GRÁFICO N° 6



Fuente: Cuadro N° 8

Elaborado por: Patricia Jimena Espinoza Jipa

Análisis: De acuerdo a los datos obtenidos el 79 % afirma que no está de acuerdo con el tiempo empleado por el personal de la Dirección Distrital 15D01 para atender su requerimiento, el 21% afirma que se están de acuerdo con el tiempo empleado por el personal de la Dirección Distrital 15D01 para atender su requerimiento.

Interpretación: Más de la tres terceras partes de los encuestados afirman que no está de acuerdo con el tiempo empleado por el personal de la Dirección Distrital 15D01 para atender su requerimiento,

PREGUNTA No. 7:

¿Cómo califica el servicio ofrecido por el personal de la Dirección Distrital 15D01 en la atención prestada a su requerimiento?

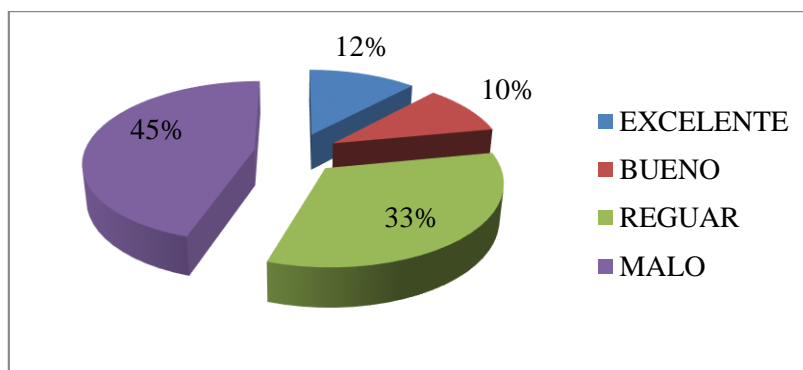
CUADRO N° 8
TRATO OFENSIVO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	18	12%
BUENO	16	10%
REGULAR	50	33%
MALO	68	45%
TOTAL	152	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Jimena Espinoza Jipa

GRÁFICO N° 7



Fuente: Cuadro N° 9

Elaborado por: Patricia Jimena Espinoza Jipa

Análisis: El 12% de los encuestados califica el servicio ofrecido por el personal de la Dirección Distrital 15D01 en la atención prestada a su requerimiento como excelente, el 10% como bueno, seguido de un 33% que indica al servicio como regular y el 45 % considera el servicio

Interpretación: La mayoría de los encuestados dicen que el servicio ofrecido por el personal de la Dirección Distrital 15D01 en la atención prestada a su requerimiento es mala

PREGUNTA No. 8:

¿Considera que las estrategias de atención al cliente empleadas por el personal del Distrito 15D01 Napo son de calidad y le brindan satisfacción?

CUADRO N° 9

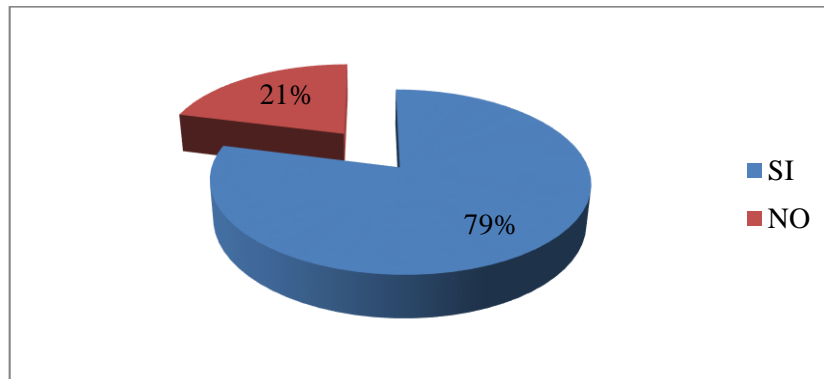
VALORES

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	120	79%
NO	32	21%
TOTAL	152	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Jimena Espinoza Jipa

GRÁFICO N° 8



Fuente: Cuadro N° 10

Elaborado por: Patricia Jimena Espinoza Jipa

Análisis: El 79% considera que las estrategias de atención al cliente empleadas por el personal de la Dirección Distrital 15D01 Napo si son de calidad y le brindan satisfacción y el 21% indico que las estrategias no son de calidad y no brindan satisfacción

Interpretación: La mayoría considera que las estrategias de atención al cliente empleadas por el personal del Distrito 15D01 Napo si son de calidad y le brindan satisfacción.

REACCIÓN DEL PERSONAL

PREGUNTA No. 9:

¿Cree que la capacitación al personal con nuevas estrategias de atención al cliente en el Distrito 15D01 Napo ayudaría a lograr la satisfacción de los clientes y a mejorar la imagen de la Institución?

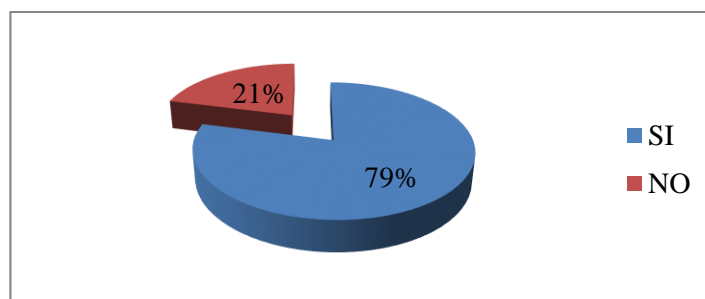
CUADRO N° 10
REACCIÓN DEL PERSONAL

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	120	79%
NO	32	21%
TOTAL	152	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Jimena Espinoza Jipa

GRÁFICO N° 9



Fuente: Cuadro N° 11

Elaborado por: Patricia Jimena Espinoza Jipa

Análisis: El 79 % de los encuestados asegura que la capacitación al personal con nuevas estrategias de atención al cliente en el Distrito 15D01 Napo, si ayudaría a lograr la satisfacción de los clientes y a mejorar la imagen de la Institución. El 21% de los encuestados asegura que la capacitación al personal con nuevas estrategias de atención al usuario en el Distrito 15D01 Napo, No ayudaría a lograr la satisfacción de los clientes y a mejorar la imagen de la Institución de buena manera,

Interpretación: La mayoría de los encuestados asegura que la capacitación al personal con nuevas estrategias de atención al cliente en el Distrito 15D01 Napo, si ayudaría a lograr la satisfacción de los clientes y a mejorar la imagen de la Institución.

PREGUNTA No. 10:

¿Señale el área de atención al usuario que se debería capacitar al personal que laborar en el Distrito 15D01?

CUADRO N° 11

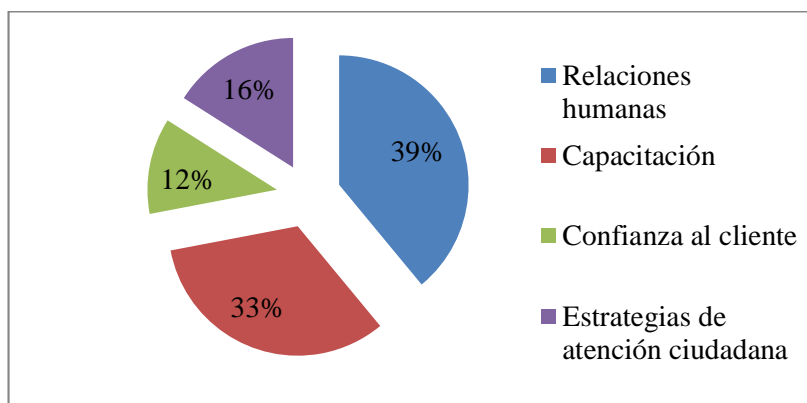
RELACIONES INTERPERSONALES

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Relaciones humanas	60	39%
Capacitación en el manejo de equipos tecnológicos	50	33%
Confianza al cliente	17	12%
Estrategias de atención ciudadana	25	16%
TOTAL	152	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Jimena Espinoza Jipa

GRÁFICO N° 10



Fuente: Cuadro N° 12

Elaborado por: Patricia Jimena Espinoza Jipa

Análisis: el 39% afirma que las relaciones humanas es lo que más se debe dar tratamiento, El 33% afirma que las capacitación en el manejo de equipos tecnológicos es otra área que más se le debe dar tratamiento, el 16% afirma que la confianza al cliente y 12 % afirma que las estrategias de atención ciudadana son las que se deben dar tratamiento

Interpretación: Un poco menos de la mitad descifra que la reacción a la aplicación de las estrategias para desarrollar las relaciones humanas es bueno,

3.6 VERIFICACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER

La idea general proyectada en este trabajo de titulación se plantea, “estrategias para mejorar el servicio al cliente en la Dirección Distrital de Educación 15DO1, Provincia de Napo, Cantón Tena”

Se ha establecido que en las encuestas realizadas a los usuarios que se benefician de los tramites que realiza en esta entidad, al manifestar en la Pregunta N° 1 acerca del trato por parte del personal de la Dirección Distrital de Educación 15DO1, fue con amabilidad y dinamismo, un 52% mencionan que la manera de tratar de los funcionarios no es la correcta y deja mucho que decir para el buen trato al usuario; de la misma forma en la pregunta N° 6, indica que si el beneficiario está de acuerdo con el tiempo empleado por el personal de la Dirección Distrital de Educación 15DO1 para atender los requerimientos de las personas que ingresan a la Institución, consideran un 79% que no están debidamente empleando el tiempo requerido que el usuario se merece, y finalmente se señala que la mayoría de las personas que asisten a la Entidad confirman que el trato brindado hacia el usuario no es el adecuado, es por eso que se considera que con estas estrategias se beneficiará tanto la entidad como los funcionarios mismo ya que podrán tener mayor conocimiento sobre el buen trato hacia el usuario y las mejores alternativas para trabajar de manera eficiente y eficaz para las personas que requieren el servicio. Es por eso que surge la idea de presentar esta propuesta, debido a las necesidades que se ha observado e investigado.

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 TÍTULO

ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE EN LA DIRECCIÓN DISTRITAL DE EDUCACIÓN 15D01, PROVINCIA DE NAPO, CANTÓN TENA, PERIODO 2015”.

4.2 CONTENIDO DE LA PROPUESTA

4.2.1 Caracterización

4.2.1.1 Antecedentes de la Dirección Distrital 15D01 Archidona-Carlos Julio Arosemena Tola-Tena-Educación

La Dirección Distrital 15D01, creada con Acuerdo 078-12 de fecha 25 de enero de 2012 en su Art. 1 establece crear, dentro de la jurisdicción de la Coordinación Zonal de Educación Zona 2, el Distrito Educativo Intercultural y Bilingüe “ARCHIDONA, CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA, TENA” ubicado en el cantón Tena, provincia de Napo; con la estructura orgánica, atribuciones y responsabilidades determinadas en el Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos del Ministerio de Educación, expedido con Acuerdo Ministerial 020 de 25 de enero de 2012 y con competencia en la circunscripción territorial definida por la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo mediante Oficio N° SENPLANDES-SGDE-2011-0106 del 07 de junio de 2011. Su sede estará situada en el cantón Tena.

Con Acuerdo N° 0481-12, del 28-11-2012, establece en el Art. 1.- Determinar que los nombres y denominaciones de las Direcciones Distritales de Educación, tomen como referencia las jurisdicciones territoriales en donde se hallan ubicadas.

Con Acuerdo N° 0015-14, del 03-02-2014, en el Art. 1.- Dispone el cierre definitivo de las Direcciones Provinciales de Educación Hispanas y Bilingües bajo los lineamientos que se describen en el presente Acuerdo Ministerial. Art. 2.- A partir del 01 de febrero

de 2014, las actividades y responsabilidades que venían siendo ejecutadas por las Direcciones Provinciales de Educación Hispanas y Bilingües, serán asumidas por las nuevas Unidades Administrativas (Direcciones Distritales de Educación).

La Dirección Distrital 15D01 Archidona-Carlos Julio Arosemena Tola-Tena-Educación, creada mediante Acuerdo Ministerial No.0015-14 del 03 de febrero del 2014, suscrito por Augusto X. Espinosa A. Ministro de Educación, con el cierre de las ex Direcciones Provinciales de Educación Hispana y Bilingüe, está ubicada en la ciudad de Tena, capital provincial de Napo, entre las calles Juan Montalvo y Abdón Calderón; cuenta actualmente con 57 servidores públicos.

Empresa del sector Educación, localizada en Napo.

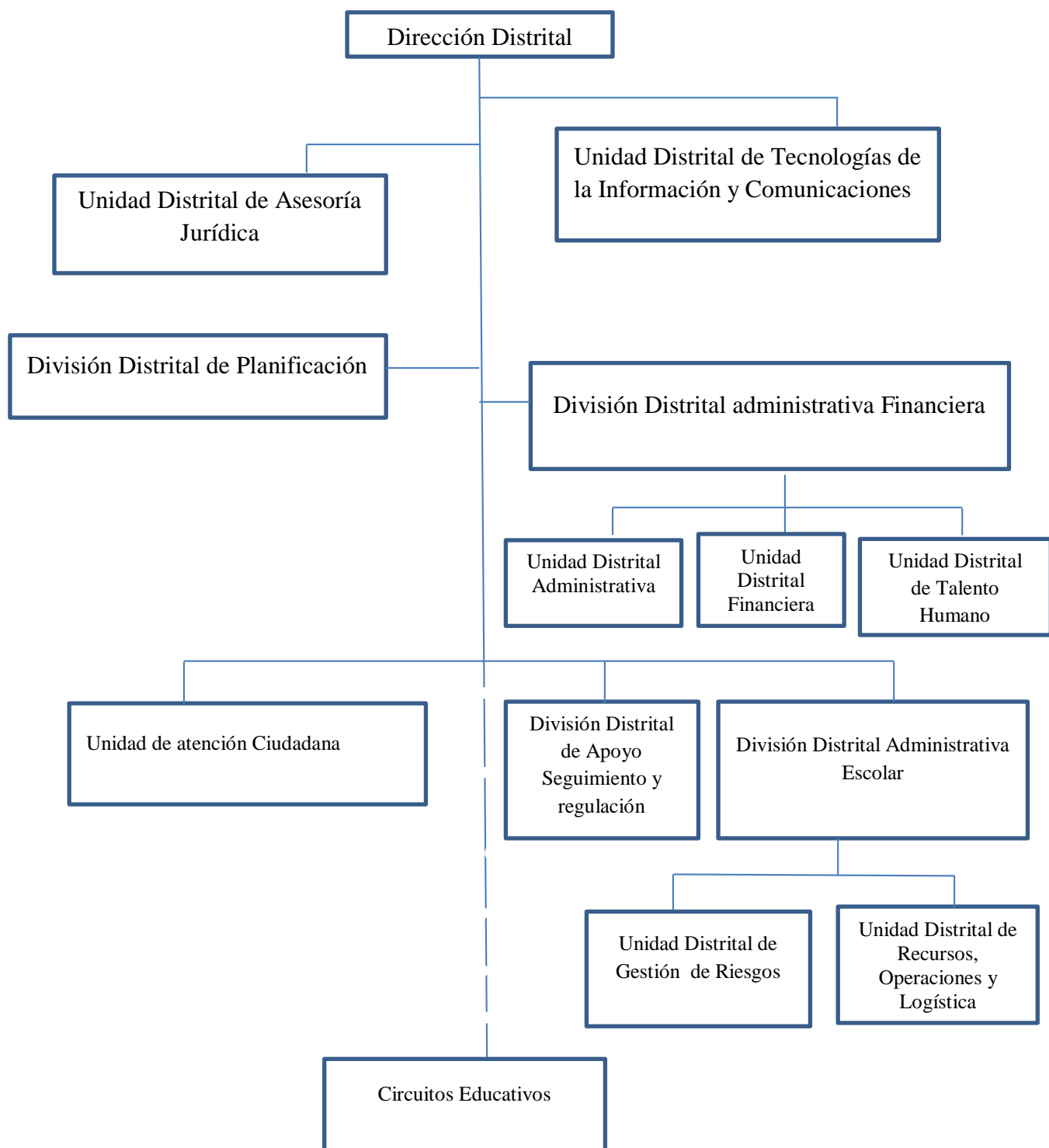
VISIÓN:

Quienes hacemos la Dirección Distrital 15D01 de Educación de Napo, aspiramos en el próximo quinquenio, contar con tecnología de punta, personal capacitado para ofertar servicios de calidad la comunidad educativa de Napo, dando cumplimiento a las leyes y reglamentos vigentes.

MISIÓN:

La Dirección Distrital 15D01 de Educación de Napo buscará la aplicabilidad de las políticas educativas del Ministerio de Educación, a través de los diferentes estamentos, estimulando participación activa de la comunidad, proyectándose a la formación integral de la identidad amazónica y ecuatoriana.

GRÁFICO N° 11
ORGANIGRAMA DE LA DIRECCIÓN DISTRITAL 15D01 ARCHIDONA-
CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA-TENA-EDUCACIÓN



Fuente: Dirección Distrital 15D01

4.2.2 Diagnóstico estratégico

La Dirección Distrital de Educación 15DO1 Napo, institución dedicada a la rectoría de la educación, gestión, planificación y cumplimiento de lineamiento en beneficio de educación del niño y la familia en la provincia de Napo; dado que es una empresa con un amplio número de personal, se ha considerado relevante analizar generalmente el ámbito interno como:

En la Dirección Distrital de Educación 15DO1 Napo, se considera que existe un ambiente rutinario para cumplir determinadas funciones, ya que la comunicación es inapropiada y el trabajo en equipo no se lo aplica, razón por la cual el ambiente laboral se vuelve tenso y el rendimiento en el trabajo es ineficiente.

La inexistencia de capacitación a todo el personal que labora en esta institución en temas de relaciones humanas, hace que los empleados hagan de su trabajo una rutina diaria, el desempeño y resultado son siempre insuficientes.

Dentro de la Dirección Distrital de Educación 15DO1 Napo se establece acuerdos, normas, sanciones las cuales no se aplica de acuerdo a las resoluciones tomadas y que constan en el reglamento interno de trabajo. Lo cual produce desmotivación al no dar solución a los problemas por las malas relaciones interpersonales, y produciendo malestar por las preferencias laborales entre los miembros, este es un gran problema que a diario suscita en la Dirección Distrital, creando así un ambiente de envidia, enemistad entre compañeros y por ende con los trabajadores.

Las actividades cotidianas que se realizan dentro de la institución se desenvuelven en un ambiente hostil, que muchas veces se distorsionan las órdenes e información y crean confusión y afecta el clima laboral y referente a la atención al usuario no se brinda un buen trato debido a la falta de buenas relaciones humanas o por el desconocimiento en la utilización de tecnología o por una carencia comunicacional.

4.2.3 Dirección Estratégica (Matriz FODA)

CUADRO 12
Análisis de factores internos

Nº	FACTORES CLAVES DE ÉXITO	F	D	PONDERACIÓN				
				1	2	3	4	5
1	Deseo de mejorar el desempeño profesional en el campo de las relaciones humanas		x			x		
2	No existe una comunicación horizontal entre la directora y los colaboradores		x				x	
3	herramientas y medios de comunicación	x				x		
4	Estructura física adecuada	X						X
5	Trato respetuoso y oportuno a los usuarios internos y externos		x		x			
7	Integración		x			x		
8	Escasa información clara y oportuna a usuarios internos y externos		x				x	
9	No existe una estrategia de capacitación en las relaciones humanas.		x	x				
10	Herramientas y equipo tecnológico	x					x	
11	Carencia de cumplimiento de políticas de capacitación al personal		x				x	
12	cumplimiento de leyes y reglamentos institucionales		x				x	
13	Motivación y estímulos		x	x				
14	Imagen corporativa	x					x	
15	la Unidad de Talento Humano no cumple los objetivos institucionales		x	x				
16	Presupuesto para capacitación profesional	x					x	

Fuente: FODA Institucional

Elaborada: Patricia Espinoza

PONDERACIÓN

1	DEFICIENTE
2	REGULAR
3	BUENA
4	MUY BUENA
5	EXCELENTE

En el análisis interno se conocen las fortalezas que posee La Dirección Distrital de Educación 15DO1 Napo. Entre los factores que se destacan como Fortalezas están:

1) Las herramientas o equipo tecnológico, 2) infraestructura física, 3) presupuesto para capacitación, 4) imagen corporativa.

Con respecto a las herramientas o equipo tecnológico, existen equipos nuevos que no están siendo utilizados adecuadamente por falta de capacitación del personal y mejorar la atención al público. En cuanto a infraestructura física, se goza de instalaciones adecuadas y modernas. Existe también un presupuesto para capacitación que debe gestionarse para obtener el beneficio esperado de esta fortaleza, el primer paso sería decidir en qué capacitarse y establecer un cronograma de capacitaciones. Con respecto a la imagen corporativa, ha sido trabajada en forma positiva y proyecta una institución que trabaja en beneficio de la ciudadanía. Como conclusión, existe un personal de la Dirección Distrital de Educación 15D01 Napo, con el mejor deseo de fortalecer su desempeño profesional.

Entre las debilidades encontramos que el deseo de mejorar el desempeño profesional en el campo de las relaciones humanas, no existe una comunicación horizontal entre la Directora de Educación y los colaboradores, la integración, escasa información clara y oportuna a usuarios internos y externos, carencia de cumplimiento de políticas de capacitación al personal, no existe el cumplimiento de leyes y reglamentos institucionales.

La motivación y estímulos no han sido considerados como importantes para los miembros de la institución, la unidad de Talento Humano no cumple con los objetivos claros y así se encargue de los procesos de selección, reclutamiento y desarrollo, asegurándose de esta forma la contratación de personal adecuado, evaluación del desempeño, capacitación y satisfacción de expectativas personales, de la misma manera la debilidad se extiende acerca que no se cuenta con un plan de capacitación de manera continua sobre relaciones humanas orientada al personal, a pesar que existe el presupuesto destinado a la misma.

Finalmente, a nivel interno, el personal de la Dirección Distrital de Educación 15D01 Napo, en relación con los usuarios internos, no cuenta con un proceso claro de cómo interactuar, para que existan relaciones interpersonales de calidad, evidenciando un trabajo regular del personal de la institución en el área de las relaciones humanas.

Cuadro N° 13
Resumen Factores Externos

N°	FACTORES	O	A	PONDERACION				
				1	2	3	4	5
1	Inestabilidad política y social		x				x	
2	Recesión económica		x			x		
3	La monotonía del trabajo y los bajos niveles de remuneración		x			x		
4	Limitada socialización del marco legal institucional		x				x	
5	Reducido liderazgo y gestión de las autoridades de la institución		x				x	
6	Sistema de capacitación con el apoyo de la Dirección Nacional de Cooperativas.	x					x	
7	Mayor participación en la comunidad educativa	x					x	
9	Inestabilidad y falta de capacitación del personal		x			x		
10	Búsqueda de innovación de servicios.	x				x		
11	Estatus institucional	x					x	
12	Cumplimiento de objetivos	x				x		
13	Envidias profesionales		x			x		
14	Reingeniería de procesos	x				x		
15	Implementación tecnológica	x					x	

Fuente: FODA Institucional

Elaborado por: Patricia Espinoza.

PONDERACIÓN:

1	DEFICIENTE
2	REGULAR
3	BUENA
4	MUY BUENA
5	EXCELENTE

Al analizar este cuadro, identificamos como oportunidades las siguientes:

La Dirección Distrital de Educación 15D01 Napo cuenta con el apoyo de otras instituciones como el Ministerio de Educación, lo cual le permite mayor participación

en la comunidad educativa, búsqueda de innovación de servicios, cumplimiento de objetivos, reingeniería de procesos, que intenta incidir en los usuarios, con una propuesta de atención de calidad, fortaleciendo el status e imagen institucional, adoptando políticas de servicio de calidad y finalmente la implementación de la tecnología moderna que permite mejorar la agilidad de los procesos de atención al usuario.

Como **AMENAZAS** se cuentan las siguientes:

Inestabilidad política y social, la recesión económica, la monotonía del trabajo y los bajos niveles de remuneración, que se evidencia en el país, la limitada socialización del marco legal institucional, el reducido liderazgo y gestión de las autoridades de la, Recesión económica en el país que afectan el cumplimiento de las objetivos por falta del recurso económico, inestabilidad y falta de capacitación del personal, envidias profesionales

A partir de la determinación de: Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas que tiene el departamento de Planificación, se crea la matriz de estrategias que provee de la información necesaria para crear estrategias para mejorar la atención del usuario de la Dirección Distrital.

Cuadro N° 14

Resumen Factores Internos –Externos (FODA)

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none">1) Las herramientas o equipo tecnológico.2) Infraestructura física.3) Presupuesto para capacitación.4) Imagen corporativa.	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none">1) No existe una comunicación horizontal entre la directora y colaboradores2) Escasa información clara y oportuna a usuarios internos y externos3) No existe un Plan de capacitación en las relaciones humanos4) Carencia de cumplimiento de políticas de capacitación al personal5) La Unidad de Talento Humano disfuncional6) Motivación y estímulos no han sido considerados como importantes para los socios de la empresa.
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none">1) Sistema de capacitación con el apoyo del Ministerio de Educación.2) Mayor participación en la comunidad.3) Búsqueda de innovación de servicios4) Estatus institucional5) Implementación tecnológica	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none">1) Inestabilidad política y social2) La monotonía del trabajo y los bajos niveles salariales en el país por la SESS3) Limitada socialización del marco legal4) limitada capacitación de la SESS.5) Recesión económica en el país que afectan el cumplimiento de las objetivos por falta del recurso económico

Fuente: FODA INSTITUCIONAL

Elaborada: Patricia Espinoza

CUADRO N° 15

MATRIZ DE ESTRATEGIAS

	<p align="center">FORTALEZAS</p> <p>1) Las herramientas o equipo tecnológico. 2) Infraestructura física. 3) Presupuesto para capacitación. 4) Imagen corporativa.</p>	<p align="center">DEBILIDADES</p> <p>1) No existe una comunicación horizontal entre la Directora Distrital y colaboradores 2) Escasa información clara y oportuna a usuarios internos y externos 3) No existe estrategias de capacitación en las relaciones humanos 4) Carencia de cumplimiento de políticas de capacitación al personal 5) La Unidad de Talento Humano no cumple con sus objetivos 6) Motivación y estímulos no han sido considerados como importantes para miembros de la empresa.</p>
<p align="center">OPORTUNIDADES</p> <p>1) Sistema de capacitación con el apoyo de Ministerio de Educación. 2) Mayor participación en la comunidad. 3) Búsqueda de innovación de servicios 4) Estatus institucional 5) Implementación tecnológica</p>	<p align="center">ESTRATEGIAS F.O</p> <p>1.Fomentar talleres de formación en relaciones humanas (F1, F2O1, O2) 2.Capacitación al personal sobre manejo adecuado del equipo tecnológico (F2, O1, O2, O3, O4)</p>	<p align="center">ESTRATEGIAS D.O</p> <p>1.Rediseño de una Unidad de Talento Humano. (D1,D5,O3,O,4) 2.Estructurar un estrategias de capacitación motivacional para que los Jefes departamentales y colaboradores se integren adecuadamente a sus obligaciones laborales (D2 – D5- D6; O1, O2, O3, O4)</p>
<p align="center">AMENAZAS</p> <p>1) Inestabilidad política y social 2) La monotonía del trabajo y los bajos niveles salariales en el país por la SESS 3) Limitada socialización del marco legal 4) limitada capacitación de la SESS. 5) Recesión económica en el país que afectan el cumplimiento de las objetivos por falta del recurso económico</p>	<p align="center">ESTRATEGIAS F.A</p> <p>1.Utilizar recursos informáticos como el Internet, correo electrónico, página Web, con la finalidad de socializar el marco legal de la Dirección Distrital de Educación 15DO1 Napo (F1,A2) 2. Fomentar planes de formación continua para el personal de la Dirección Distrital de Educación 15DO1 Napo (F3, A4)</p>	<p align="center">ESTRATEGIAS D.A</p> <p>1 Establecer estrategias de incentivos laborales.(D1,D6 A4, A5) 2 Fomento de actividades para integrar la Dirección Distrital con la comunidad y mejorar el clima laboral del personal de la institución (D2, D3, D4 A1, A3, A4)</p>

Elaborado por: Patricia Espinoza

4.2.4 Formulación estratégica

La estructura organizacional de la “DIRECCIÓN DISTRITAL DE EDUCACIÓN 15DO1 Napo” se sustenta en su misión y visión.

4.2.4.1 Misión

LA DIRECCIÓN DISTRITAL DE EDUCACIÓN 15DO1 Napo, buscará la aplicabilidad de las políticas educativas del Ministerio de Educación, a través de los diferentes estamentos, estimulando participación activa de la comunidad, proyectándose a la formación integral de la identidad amazónica y ecuatoriana.

4.2.4.2 Visión

Quienes hacemos la DIRECCIÓN DISTRITAL DE EDUCACIÓN 15DO1 Napo, aspiramos en el próximo quinquenio, contar con tecnología de punta, personal capacitado para ofertar servicios de calidad a la comunidad educativa de Napo, dando cumplimiento a las leyes y reglamentos vigentes.

4.2.4.3 Valores

Son el soporte de la visión y misión, están encargados de establecer el modelo de vida corporativa que va a seguir la organización. Excelencia en el servicio Otorgar un servicio según las necesidades y expectativas del cliente, diferenciándose de la competencia en el logro de su plena satisfacción.

Axiológica.- es todo lo que se refiere a un concepto de valor o que constituye una axiología, es decir, los valores predominantes en una determinada sociedad.

El aspecto axiológico o la dimensión axiológica de un determinado asunto implican la noción de elección del ser humano por los valores morales, éticos, estéticos y espirituales. La axiología es la teoría filosófica encargada de investigar estos valores, con especial atención a los valores morales.

Etimológicamente, la palabra axiología significa "teoría del valor", que se forma a partir de los términos griegos "*axios*", que significa valor, y "*logos*", que significa estudio, teoría.

CUADRO N° 16
MATRIZ AXIOLÓGICA

Grupo de Referencia	Directora	Jefes Departamentales	Colaboradores	Técnicos
Principios				
Comunicación			X	x
Motivación				
Trabajo en equipo				
Honestidad				
Respeto	x	X		
Puntualidad	x	X	X	x
Responsabilidad	x		X	
Calidad		X	X	

Elaborado por: Patricia Espinoza

En este contexto, el valor, o lo que es valorado por las personas, es una decisión individual, subjetiva y producto de la cultura del individuo. El valor, como un componente que estructura la filosofía institucional y que se encuentra enmarcado en principios esenciales de una convivencia sana y armónica entre los cuales se afianza la Dirección Distrital 15DO1 de Napo, para determinar sus acciones, las mismas que a continuación los anotamos:

Comunicación:

La comunicación se ha definido como “el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales”

Todas las formas de la comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor destinado, pero el receptor no necesita estar presente ni consciente del intento comunicativo por parte del emisor para que el acto de comunicación se realice.

Motivación:

La palabra motivación es resultado de la combinación de los vocablos latinos motus (traducido como “movido”) y motio (que significa “movimiento”). A juzgar por el sentido que se le atribuye al concepto desde el campo de la psicología y de la filosofía, una motivación se basa en aquellas cosas que impulsan a un individuo a llevar a cabo ciertas acciones y a mantener firme su conducta hasta lograr cumplir todos los objetivos planteados.

La noción, además, está asociada a la voluntad y al interés. En otras palabras, puede definirse a la motivación como la voluntad que estimula a hacer un esfuerzo con el propósito de alcanzar ciertas metas.

Trabajo en Equipo:

Participación conjunta de todos quienes integran la empresa, en el desarrollo de actividades para el cumplimiento de metas planteadas.

Honestidad:

Transparencia en las actividades, logrando la confianza de los clientes y de quienes tienen relación directa e indirecta con la empresa.

Respeto:

Consideración a la dignidad humana de los clientes, empleados y de todas las personas con las que se interactúa, así como con el entorno y el medio ambiente.

Puntualidad:

Cumplimiento de las actividades definidas previamente en el tiempo estipulado.

Responsabilidad:

Compromiso con uno mismo y con la sociedad en general, aceptando las consecuencias de los actos, buscando ofrecer un buen servicio y satisfacer las necesidades de los clientes.

Calidad:

Cumplimiento del trabajo dirigido hacia la satisfacción de los clientes y grupos de interés, solucionando requerimientos con actitud positiva.

Objetivos Estratégicos:

Desarrollar un clima organizacional favorable al desarrollo humano. Capacitar trimestralmente al personal para un mejor desempeño en su labor diaria

Acciones:

Involucramiento y compromiso de todo el personal de la Dirección Distrital 15DO1, teniendo conocimiento pleno de la Misión, Visión, Valores, Objetivos, Políticas y Acciones Estratégicas.

Acciones Estratégicas a Corto Plazo:

Fomentar planes de formación continua para los colaboradores y jefes departamentales controladores sobre la cultura del buen trato y la calidad del servicio.

Acciones Estratégicas a Mediano Plazo:

Fortalecer estrategias para integrar a la Dirección Distrital con la comunidad y mejorar el clima laboral del personal.

Desarrollar una estrategia de incentivos que proporcione un clima laboral agradable recompensando de esta manera los logros y entrega total en la consecución de los objetivos empresariales.

Estructurar estrategias de capacitación motivacional para que los colaboradores y se integren adecuadamente a sus obligaciones laborales.

Incrementar los niveles de satisfacción del talento humano.

Fomentar capacitaciones periódicas de relaciones humanas orientadas a resolver problemas específicos de la Dirección Distrital

Fomentar capacitaciones periódicas del manejo de equipo de cómputo orientadas a resolver problemas específicos de la actividad de atención al cliente y agenda de visitas.

4.3 Matriz de Estrategias

CUADRO N° 17

OBJETIVO GENERAL	ESTRATEGIAS	POLÍTICAS
	<p>ESTRATEGIAS F.O</p> <p>1.Fomentar talleres de formación en relaciones humanas</p> <p>2. Fomentar el idioma Kichwa en la Dirección Distrital de Educación 15DO1</p>	<p>Difundir estrategias con los miembros de la organización ya que son el eje fundamental para alcanzar los objetivos y metas trazadas.</p> <p>Permitir usar estrategias de idiomas que permitan tener una mejor comunicación del personal de la Institución hacia el usuario.</p>
<p>Analizar estrategias para mejorar las relaciones humanas del personal de la Dirección Distrital 15DO1.</p>	<p>1. Rediseñar la Unidad de Talento Humano.</p> <p>2. Fortalecimiento de estrategias de capacitación motivacional para que los jefes departamentales, y colaboradores se integren a adecuadamente a sus obligaciones laborales</p>	<p>Rediseñar la una unidad de Talento Humano, que se encargue de los procesos de selección, reclutamiento y desarrollo, asegurándose de la contratación de personal, evaluación del desempeño, capacitación y satisfacción de expectativas personales.</p>
	<p>1. Establecer una estrategia de incentivos laborales.</p> <p>2.Fomento de actividades para integrar la Dirección Distrital 15DO1 con la comunidad y mejorar el clima laboral del personal de la cooperativa</p>	<p>Establecer una adecuado estrategia de incentivos, que permita incrementar el deseo de trabajo, buen clima laboral y reducir tiempos improductivos que afectan la eficiencia de las actividades diarias de la empresa</p>
	<p>1.Utilizar recursos informáticos como el Internet, correo electrónico, página Web, con la finalidad de socializar el marco legal de la Dirección Distrital 15DO1</p> <p>2. Fomentar planes de formación continua para el personal de la Dirección Distrital 15DO1</p>	<p>Proveer cursos de capacitación al personal de acuerdo al requerimiento de sus necesidades, esto permitirá brindar un mejor servicio al cliente.</p> <p>Crear una cultura institucional de relaciones humanas para mejorar el clima organizacional y su efecto en la productividad individual</p>

Elaborado por: Patricia Espinoza

4.3.1 Estrategias para mejorar la satisfacción de los clientes

CUADRO N° 18

Estrategia 1: Fomentar talleres de formación en relaciones humanas.

OBJETIVO OPERACIÓN AL 1	META	INDICADORES	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	RECURSO	TIEMPO	PRESUPUESTO	FINANCIAMIENTO	IMPACTO
Fomentar capacitaciones periódicas de relaciones humanas orientadas a resolver problemas específicos de la institución.	Capacitar al 100% al personal de la Dirección Distrital 15DO1	2 módulos de capacitaciones programadas para el personal de la institución. Miembros de la institución (Jefes departamentales y colaboradores) que recibieron las capacitaciones. <i>Número de participantes</i> <i>Número de personas de la empresa</i>	Conferencia sobre la importancia de las relaciones humanas Curso taller introductorio de 40 horas sobre las normas de urbanidad, tolerancia y respeto 4 talleres sobre la cordialidad en las relaciones humanas	Directora de la Dirección Distrital. Unidad de Talento Humano	Financieros Materiales Humanos	05/03/2017 05/04/2017 08/04/2017 27/04/2017	\$100USD Primer módulo \$ 500USD Segundo módulo de \$500USD Total \$ 1100,00	Dirección Distrital 15DO1 \$1100USD	Mejorar las relaciones humanas del personal de la Dirección Distrital 15DO1

Fuente: Plan de Gestión para la Dirección Distrital 15DO1

Elaborado por: Patricia Espinoza.

Cuadro N° 19

Estrategia 2: Capacitación al personal sobre manejo adecuado del equipo tecnológico para la atención ciudadana.

OBJETIVO OPERACIONAL 2	META	INDICADORES	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	RECURSO	TIEMPO	PRESUPUESTO	FINANCIAMIENTO	IMPACTO
Fomentar capacitaciones periódicas del manejo de equipo tecnológico orientadas a resolver problemas específicos de la actividad de atención ciudadana en la institución.	Capacitar al 100% al personal de las oficinas de la Dirección Distrital 15DO1	2 módulos de capacitaciones programadas para el personal de Dirección Distrital 15DO1 $\frac{\text{Número de participantes}}{\text{Número de personas de la empresa}}$	Conferencia sobre la importancia de la utilización de las nuevas tecnologías Curso taller introductorio de 40 horas en el manejo de equipo tecnológico. 4 talleres sobre el uso de equipos para la solución de problemas específicos del sistema informático para la atención ciudadana	Directora Jefes Departamentales	Financieros Materiales Humanos	02/05/2017 18/05/2017 20/05/2017 27/05/2017	\$100USD Primer módulo \$ 700 Segundo módulo de \$600 Total \$ 1300,00	Dirección Distrital 15DO1 \$1300USD	El personal de las oficinas de la Dirección Distrital 15DO1 son completamente solventes en el uso de programas y de equipos que tiene a su disposición para la atención ciudadana

Fuente: Plan de Gestión para la Dirección Distrital 15DO1

Elaborado por: Patricia Espinoza

Cuadro N° 20

Estrategia 3: Fortalecimiento de los niveles de satisfacción del Talento Humano.

OBJETIVO OPERACION AL 3	META	INDICADORES	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	RECURSO	TIEMPO	PRESUPUESTO	FINANCIAMIENTO	IMPACTO
Incrementar los niveles de satisfacción del Talento Humano.	Rediseñar la Unidad de Talento Humano, encargada de los procesos de selección, reclutamiento y desarrollo, evaluación del desempeño, capacitación y satisfacción de expectativas personales.	El 100% de los usuarios se encuentran con un buen nivel bien de satisfacción Nivel de satisfacción logrado Nivel de satisfacción esperado	Rediseñar la Unidad de Talento Humano Responder todas las peticiones virtuales del usuario. Mantener un ambiente Organizacional sano.	Autoridades Personal de la Dirección Distrital 15DO1 Especialista en Relaciones Humanas.	Humanos Materiales Financieros	08 /06/ 2017 17/06/2017 22/ 06/2017 14/06 /2017	1ª intervención 8 horas \$560USD 2ª intervención 8 horas \$560USD 3ª intervención 8 horas \$560USD 4ª intervención 8 horas \$560USD Total \$2240USD	Dirección Distrital 15DO1 \$2240USD	Mejorar los niveles de satisfacción del Talento Humano.

Fuente: Plan de Gestión para la Dirección Distrital 15DO1

Elaborado por: Patricia Espinoza

Cuadro N° 21

Estrategia 4: Fomentar el idioma Kichwa en todas las Unidades, Divisiones y Circuitos de la Dirección Distrital 15D01.

OBJETIVO OPERACIONAL 4	META	INDICADORES	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	RECURSO	TIEMPO	PRESUPUESTO	FINANCIAM.	IMPACTO
Fomentar el idioma kichwa en todas las unidades, Divisiones y Circuitos de la Dirección Distrital 15D01.	Contar con una estrategia de capacitación sobre el idioma kichwa que mejore la atención hacia los usuarios de la Dirección Distrital 15D01	El 100% de los funcionarios que hablen el idioma kichwa <u>Nivel de motivacional logrado</u> Nivel de motivacional esperado	Fomentar y organizar un sistema de capacitación sobre la base del idioma kichwa	Autoridades Personal de la Dirección Distrital 15D01 Especialista en El Idioma Kichwa.	Humanos Materiales Financieros	08/06/2017 17/06/2017 20/06 /2017 04/07/ 2017	1ª intervención 6 horas \$360 2ª intervención 6 horas \$360 3ª intervención 6 horas \$3600 4ª intervención 6 horas \$360 Total \$1440	Dirección Distrital 15D01 \$1440	Mejorar los niveles del habla del idioma kichwa

Fuente: Plan de Gestión para la Dirección Distrital 15D01

Elaborado por: Patricia Espinoza

Cuadro N° 22

Estrategia 5: Generar procesos de comunicación clara y objetiva en la Dirección Distrital 15DO1.

OBEJTIVO OPERACIONAL 5	META	INDICADORES	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	RECURSO	TIEMPO	FINANCIA MIENTO	IMPACTO
Desarrollar un estrategia de Incentivos que proporcione un clima laboral agradable recompensando de ésta manera los logros y entrega total, en la consecución de los objetivos empresariales	Fijar una adecuado estrategia de incentivos, que permita incrementar la motivación, deseo de trabajo, buen clima laboral y reducir tiempos improductivos que afectan la eficiencia de las actividades diarias de la empresa.	Resultados de Encuestas sobre el Estudio de satisfacción actual del personal de tanto colaboradores, como a los jefes departamentales	Reunión: Directora Distrital Financiero y Jefe de Talento Humano	Jefe del departamento de Talento Humano	Humanos	06/07 al 19/07/2017	Dirección Distrital 15DO1 \$3000USD	Recompensar de ésta manera a personal los logros y entrega total, en la consecución de los objetivos empresariales
			Estudio de satisfacción actual del personal de Dirección Distrital 15DO1		Materiales	22 al 30/07 2017		
			Tabulación y resultado de los estudios		Financieros	20/07/2017		
			Establecimiento de objetivos			25/07/2017		
			Propuesta de incentivos	Oficinas de Diseño gráfico responsable				
			Material informativo de los incentivos logrados en consenso en beneficio del personal					

Fuente: Plan de Gestión para la Dirección Distrital 15DO1

Elaborado por: Patricia Espinoza

Cuadro N° 23

Estrategia 6: Utilizar estrategias de formación continua para Jefes Departamentales y colaboradores de la Dirección Distrital 15DO1 sobre la cultura del buen trato y la calidad del servicio.

OBJETIVO OPERACIONAL	META	INDICADORES	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	RECURSO	TIEMPO	PRESUPUESTO	FINANCIAMIENTO	IMPACTO
Fomentar estrategias de formación continua para los jefes departamentales y colaboradores sobre la cultura del buen trato y la calidad del servicio	Formar al 100 % de Jefes departamentales y colaboradores de la Dirección Distrital 15DO1 sobre la cultura del buen trato y la calidad del servicio	El 100% de los usuarios se beneficiaran de los resultados de capacitación planificada	Preocuparse que los servicios estén en buen estado y funcionales para mantener la calidad en el servicio a la ciudadanía.	Autoridades Jefe de Talento Humano Jefes Departamentales y colaboradores.	Humanos Materiales Financieros	Mayo a Agosto	\$4.000 USD	Dirección Distrital 15DO1 \$4000	La ciudadanía Identificara a la Dirección Distrital 15DO1 como sinónimo de buen trato y la calidad del servicio al usuario

Fuente: Plan de Gestión para la Dirección Distrital 15DO1

Elaborado por: Patricia Espinoza

CONCLUSIONES

- Al definir las relaciones humanas del distrito de educación, se pudo comprobar que jefes departamentales y los colaboradores conocen de la importancia de las buenas relaciones humanas, pero no emplean en su trabajo diario, es por eso que se ha elaborado las estrategias en base a las necesidades reales de la institución con la finalidad de brindar un aporte que beneficie al desarrollo de la misma.
- Al investigar los intereses de cada uno de los jefes departamentales y los colaboradores, nos vinculamos con el objetivo general y se analizó las alternativas para crear un ambiente agradable, aquí determinamos que se trabaja bajo un modelo de gestión reactivo, el cual se basa en la solución de los problemas que se presentan en el día a día, lo que impide una proyección preventiva a mediano y largo plazo, indispensable para un ordenado desarrollo y una clara alineación del trabajo por la carencia de estrategias que mejoren la motivación, la comunicación y en si el clima laboral de su personal.
- Se ha diseñado estrategias para mejorar la capacitación, la motivación, las relaciones humanas, la satisfacción y el clima laboral del personal que labora en el distrito, estableciendo plazos y actividades a cumplirse con un presupuesto aproximado que puede ser manejable para los directivos, teniendo como base el fortalecimiento de las relaciones humanas y evaluando continuamente el desarrollo de la propuesta.

RECOMENDACIONES

- ✓ Implementar y difundir entre los miembros de la dirección distrital las estrategias descrito en este estudio, asegurando de esta manera el poder plantarse las exigencias requeridas en los mercados actuales, así como la participación decidida y el compromiso por parte del personal de la Dirección Distrital.

- ✓ Los directivos de la dirección distrital deben apoyar definitivamente ésta nueva forma de gestión empresarial por los beneficios tanto económicos como de desarrollo institucional que otorga, y mantener al personal satisfecho por lo que involucrarlos en un proceso de capacitación continua, es favorable para el logro de los objetivos de la institución.

- ✓ La Dirección distrital institución debe aplicar el conjunto de estrategias propuestas para mejorar la capacitación, las relaciones humanas, la satisfacción y el clima laboral del personal que labora en el distrito de educación y evaluar la gestión cada determinado tiempo para buscar correcciones oportunas en caso de ser necesarias, con la finalidad de que la retroalimentación sea la adecuada.

BIBLIOGRAFÍA

- Arias, F. (2006). El Proyecto de Investigación: Introducción a la Metodología Científica. Caracas: Episterme.
- Armistead, C. (2005). Servicio y Dedicación al Cliente: respuesta al mayor reto empresarial de los.
- Barlow, J., & MOELLER, C. (1998). Una queja es un regalo: cómo utilizar la opinión de los.
- Barroso, C., & Enrique, M. (1999). Marketing Relacional, Editorial ESIC,. Madrid.
- Carcamo, M. (1968). Las Relaciones Humanas y la Administración del personal. Santiago de Chile: Andres Bello.
- Cardona, A. (2002). formación de valores: teoría, reflexiones y respuestas. México: Grijalbo.
- Chiavenato, I. (1994). Administración de Recursos Humanos. México: Mc Graw-Hill interamericana.
- Chiavenato, I. (1994). Administración de Recursos Humanos. México: Mc Graw-Hill interamericana.
- Cobra, M. E. (2002). Marketing de Servicios conceptos y estrategias. México Mc Graw Hill.
- Coulter, R. Y. (2004). Definición de Comunicación. México: Prentice Hall.
- Dalton, H. (2010). Relaciones Humanas. México: Thomson.
- Dess, L. &. (2003). Dirección estratégica, creando ventajas competitivas. Madrid hill.
- Dobkin, B & Pace. R. (2007). Comunicación en un mundo cambiante. México: Impreso en México.
- El Libro de los Valores. (s.f.). Obtenido de <http://elvalordelosvalores.com/definicion-de-los-valores/>

- Escudero, M . (2012). Comunicación y atención al cliente. España: Creaciones Vincent Gabrielle.
- Fergus, L& Panton. (1997). La esencia de la comunicaión. México: Prentice-Hall Hispanoamericana S.A.
- Fernandez, C. (1991). La comunicación en las organizaciones. México: Trillas.
- Granjo, J. (2008). Cómo hacer un plan estraégico de recursos humanos. España: Netbiblo, S.L.
- Graw-Hill, M. (1970). Personalidad y relaciones humanas. México: ISBN.
- Herrera, G. (2004). ¿Vale la pena vivir en comunicacion organizacional? Argentina: Mico Paroch.
- Hurtado, J. (2010). El Proyecto de Investigación: Comprensión Holística de la Metodología y la Investigación. Bogotá: Quirón.
- Livington, B. (2009). pasión por las relaciones humanas. Cómo ganar clientes de por vida. méxico: The Mc Graw-Hill companies.
- Ministerio de Educación. (2012). Nueva de la gestion educativa . Ecuador : IGM.
- Neef, M. (1986).
- Nieves , F. (2006). Plan Estratégico de Comunicación. México: Paute Facil.
- Niño, V. (2002). Competencias en la comunicación/ Hacia las practicas del discurso. Colombia: impreso y hecho en colombia.
- Omalendi, G. (2003). Cómo realizar un plan de comunicación. Argentina: Dick Bigh.
- Orejuela, E. (2001). Relaciones Humanas Psicología Social. Guayaquil: Impresos Nueva Luz.
- Paz, R. (2010). Atencion al cliente, guia práctica de técnicas y estrategias. Bogota, Colombia: Ideas propias editorial.
- Tamayo , M. (2004). El proceso de la Investigación Científica. México: Lumisa

Valencia, A. (2012). Definición d plan.

Velazquez, S. (s.f.). Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos98/plan-estrategico-gerencial-mejorar-comunicacion-y-relaciones-interpersonales/plan-estrategico-gere> (Velasquez, s.f.)ncial-mejorar-comunicacion-y-relaciones-interpersonales2.shtml#definicioa#ixzz3Qd6mJJMw

Vicuña, Jose. (2010). El plan estratégico en la práctica. Madrid: Altair.

Watts,D. (2006). Relaciones Humanas. México: Thomson.

Wheelen, T, Hunger, D. (2007). Administración Estratégica y Política de negocios. Conceptos y Casos. México: Pearson Educación.

ANEXOS

FACHADA PRINCIPAL DE LA DIRECCIÓN DISTRITAL 15DO1



Personal de la Institución



TALLERES



ATENCIÓN AL USUARIO



MODELO DE LA ENCUESTA



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS LICENCIATURA EN SECRETARIADO GERENCIAL

Encuesta realizada a los clientes o usuarios de la dirección Distrital 15D01 Napo

Instructivo:

- Lea cuidadosamente cada pregunta
- Conteste con sinceridad
- Elija una sola alternativa y marque con una X

PREGUNTA No. 1: ¿El trato recibido por el personal de la Dirección Distrital 15D01 fue con amabilidad y dinamismo?

Sí () No ()

PREGUNTA No. 2: ¿El personal de la Dirección Distrital 15D01 le brindó confianza y le prestó atención para expresar su requerimiento?

Sí () No ()

PREGUNTA No. 3: ¿El personal de la Dirección Distrital 15D01 que le atendió le explicó sobre el proceso del trámite a seguir y le agendó una nueva cita?

Sí () No ()

PREGUNTA No. 4: ¿Hubo algún comentario negativo que le hizo sentir mal o avergonzado durante la visita al establecimiento, por parte del personal de la Dirección Distrital 15D01?

Sí () No ()

PREGUNTA No. 5: ¿El personal que le atendió está capacitado en el manejo de los equipos y recursos tecnológicos?

Sí () No ()

PREGUNTA No. 6: ¿Está de acuerdo con el tiempo empleado por el personal de la Dirección Distrital 15D01 para atender su requerimiento?

Sí () No ()

PREGUNTA No. 7: ¿Cómo califica el servicio ofrecido por el personal de la Dirección Distrital 15D01 en la atención prestada a su requerimiento?

Excelente ()
Bueno ()
Regular ()
Malo ()
Deficiente ()

PREGUNTA No. 8: ¿Considera que las estrategias de atención al cliente empleadas por el personal del Distrito 15D01 Napo son de calidad y le brindan satisfacción?

Sí () No ()

PREGUNTA No. 9: ¿Cree que la capacitación al personal con nuevas estrategias de atención al cliente el Distrito 15D01 Napo ayudaría a lograr la satisfacción de los clientes y a mejorar la imagen de la Institución?

Sí () No ()

PREGUNTA No. 10: ¿Señale el área de atención al cliente que se debería capacitar al personal que laborar en el Distrito 15D01?

Relaciones humanas ()
Capacitación en el manejo de equipos tecnológicos ()
Confianza al cliente ()
Estrategias de atención ciudadana ()

¡Gracias por su colaboración!

MODELO DE LA ENCUESTA



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS LICENCIATURA EN SECRETARIADO GERENCIAL

Encuesta realizada a los empleados de la Dirección Distrital de Educación 15D01

Napo

Instructivo:

- Lea cuidadosamente cada pregunta
- Conteste con sinceridad
- Elija una sola alternativa y marque con una X

PREGUNTA No. 1: ¿El trato que brinda al usuario de la Dirección Distrital 15D01 es con amabilidad y dinamismo?

Sí () No ()

PREGUNTA No. 2: ¿El personal de la Dirección Distrital 15D01, siempre brinda confianza y presta atención al requerimiento de cada usuario?

Sí () No ()

PREGUNTA No. 3: ¿Al usuario de la Dirección Distrital 15D01 que Ud. Atendió le explicó sobre el proceso del trámite a seguir y si es necesario le agendo una nueva cita?

Sí () No ()

PREGUNTA No. 4: ¿Ha realizado comentarios negativos que hizo sentir mal o avergonzó a algún usuario de la Dirección Distrital 15D01?

Sí () No ()

PREGUNTA No. 5: ¿Está capacitado en el manejo de los equipos y recursos tecnológicos para atender al usuario de la Dirección Distrital 15D01?

Sí () No ()

PREGUNTA No. 6: ¿Está de acuerdo con el tiempo empleado para atender el requerimiento del usuario de la Dirección Distrital 15D01?

Sí () No ()

PREGUNTA No. 7: ¿Cómo califica el servicio ofrecido por el personal de la Dirección Distrital 15D01 en la atención prestada al usuario en su requerimiento?

Excelente ()
Bueno ()
Regular ()
Malo ()
Deficiente ()

PREGUNTA No. 8: ¿Considera que las estrategias de atención al cliente empleadas por el personal del Distrito 15D01 Napo son de calidad y le brindan satisfacción?

Sí () No ()

PREGUNTA No. 9: ¿Cree que la capacitación al personal con nuevas estrategias de atención al cliente el Distrito 15D01 Napo ayudaría a lograr la satisfacción de los clientes y a mejorar la imagen de la Institución?

Sí () No ()

PREGUNTA No. 10: ¿Señale el área de atención al cliente que se debería capacitar al personal que laborar en el Distrito 15D01?

Relaciones humanas ()
Capacitación en el manejo de equipos tecnológicos ()
Confianza al cliente ()
Estrategias de atención ciudadana ()

¡Gracias por su colaboración!