



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA

LICENCIATURA EN SECRETARIADO GERENCIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del título de:

LICENCIADA EN SECRETARIADO GERENCIAL

TEMA:

“PLAN DE ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS EN EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL ÁREA DE SECRETARÍA, EN EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DAYUMA, CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA, PROVINCIA DE ORELLANA”

AUTORA:

MÉLIDA MARÍA ACARO LAPO

ORELLANA - ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de investigación previo a la obtención del título, ha sido desarrollado por la Srta. Mélida María Acaro Lapo, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Dr. Rodrigo Gabriel Abarca Carrasco
DIRECTOR

Ing. Gladis Lucía Cazco Balseca
MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Mélida María Acaro Lapo, 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 de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 04 de Agosto del 2016

Mélida María Acaro Lapo

C.I. 2200037022

DEDICATORIA

A Dios como muestra de agradecimiento de sus infinitas bondades en mi vida, por darme la oportunidad de vivir, salud para lograr todos los objetivos que me he planteado y fortaleza para sobrellevar cualquier obstáculo que se me ha presentado, y por haber puesto en mi camino a personas irremplazables que me demuestran día a día su cariño apoyándome siempre.

A mis padres quien han sido el pilar fundamental que con su confianza y afecto incondicional me han dado el valor de luchar siempre por conseguir las metas propuestas, y me ha sabido guiar por el camino correcto; y en general a todos los miembros de mi familia, quien han estado conmigo a lo largo de mi vida, apoyándome, aconsejándome y haciéndome ver los aciertos y errores cometidos, para ayudar a mi crecimiento profesional, personal y espiritual, quiero a través de este trabajo devolverles de alguna manera tanto amor y preocupación por mí. Sé que están tan felices como yo por este logro alcanzado.

Mélida María Acaro Lapo

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser mi guía y fortaleza, por haberme regalado los mejores padres y por mantenerlos hoy conmigo a lo largo de mi vida, por su amor incondicional y por las fuerzas necesarias que me brindaron para estar aquí cumpliendo otro sueño de mi vida.

A cada una de esas personas que Dios fue cruzando en mi camino y que de alguna manera me ayudaron a salir adelante cuando necesitaba.

A mis tutores por su amplia gama de conocimientos, experiencias, tiempo y paciencia brindada para el desarrollo de este proyecto, que hoy me han ayudado a estar culminando otra etapa de mi vida.

Mélida María Acaro Lapo

ÍNDICE GENERAL

Portada.....	i
Certificación del tribunal	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice general.....	vi
Índice de cuadros	xi
Índice de gráficos.....	xii
Índice de tablas	xiii
Índice de anexos.....	xiv
Resumen ejecutivo	xv
Summary.....	xvi
Introducción	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	3
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.1.1 Formulación del Problema.....	5
1.1.2 Delimitación del Problema	5
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	8
2.1.2 Fundamentación legal.....	11
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	12
2.2.1 Plan estratégico.....	12
2.2.1.1 Plan Estratégico	12
2.2.1.2 Estrategia	13
2.2.1.3 Administración Estratégica.....	13
2.2.2.4. Implementación de la estratégica.....	13

2.2.2.5	Administración Estratégica.....	13
2.2.2.6	Beneficios de la administración estratégica.....	14
2.2.2.7	Elementos de la administración estratégica.....	15
2.2.2.8	Planificación estratégica.....	15
2.2.2	Definición de políticas.....	16
2.2.2.1	Políticas.....	16
2.2.2.2	Formulación de las políticas.....	17
2.2.2.3	Consideraciones en la formulación de las políticas.....	17
2.2.3	Atención al cliente.....	18
2.2.3.1	Servicio.....	18
2.2.3.2	Servicio al Cliente.....	18
2.2.3.3	Principios de atención al Cliente.....	19
2.2.3.4	Características de atención al Cliente.....	19
2.2.3.5	Recomendaciones en atención al Cliente.....	20
2.2.3.6	Perspectivas del Cliente.....	20
2.2.4	Cliente.....	21
2.2.4.1	El Cliente.....	21
2.2.4.2	Tipos de Clientes.....	22
2.2.4.3	Clientes Internos.....	22
2.2.4.4	Clientes Externos.....	23
2.2.4.5	Clientes Complacidos.....	23
2.2.4.6	Clientes Insatisfechos.....	24
2.2.4.7	Satisfacción del Cliente.....	25
2.2.4.8	Beneficios de lograr la satisfacción del cliente:.....	25
2.2.5	La comunicación.....	26
2.2.5.1	La Comunicación Empresarial.....	26
2.2.5.2	Proceso de la Comunicación.....	27
2.2.5.3	Elementos de la Comunicación.....	27
2.2.6	Importancia de la calidad en el servicio al cliente.....	28
2.2.6.1	Servicio al Cliente.....	28
2.2.6.2	Características de la Calidad del Servicio.....	28
2.2.6.3	Clasificación de los Servicios.....	29
2.2.6.4	Características Específicas de los Servicios.....	30
2.2.6.5	Importancia del Servicio al Cliente.....	31

2.2.6.6	Factores Claves de las Expectativas del Cliente.....	31
2.3	IDEA A DEFENDER.....	33
2.3.1	Idea General.....	33
2.3.2	Ideas Específicas.....	33
2.4	VARIABLES.....	34
2.4.1	Variable Independiente.....	34
2.4.2	Variable Dependiente.....	34
CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO.....		35
3.1	MODALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
3.1.1	Modalidad Cuantitativa.....	35
3.1.2	Modalidad Cualitativa.....	35
3.2	Tipos de investigación.....	35
3.2.1	Tipos de estudio de investigación.....	35
3.3	Población y Muestra.....	36
3.3.1	Población.....	36
3.3.2	Muestra.....	36
3.4	MÉTODOS TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	38
3.4.1	Método Inductivo- Deductivo.....	38
3.4.2	Técnicas.....	38
3.4.2.1	Observación.....	38
3.4.2.2	Encuestas.....	38
3.4.2.3	Entrevista.....	39
3.4.3	Instrumentos.....	39
3.4.3.1	Cuestionario.....	39
3.5	RESULTADOS.....	39
3.5.1	Generalidades.....	39
3.5.2	FODA del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma ..	40
3.5.2.1	Proceso Metodológico del Diagnostico Estratégico.....	40
3.5.2.2	FODA aplicada en el GAD Parroquial Rural Dayuma.....	41
3.5.3	Interpretación de Resultados.....	43
3.5.3.1	Encuesta dirigida a los Usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma.....	43
3.5.3.2	Encuestas dirigidas a los funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma.....	54

3.5.4	Resultados.....	63
3.5.4.1	Resultados de las encuestas a los usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Dayuma.....	63
3.5.4.2	Resultados de las encuestas a los funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma.	64
3.6	RESUMEN DE HALLAZGOS DE LAS ENCUESTAS.....	65
3.6.1	Encuesta aplicada a los usuarios del GAD Parroquial Rural Dayuma.	66
3.6.2.1	Resumen de Hallazgos de las encuestas a los funcionarios.....	67
3.6.3	Entrevista aplicada a la Presidenta del GAD Parroquial Rural Dayuma.....	68
3.6.3.1	Resumen de hallazgo de la entrevista.....	70
	CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....	72
4.1	TÍTULO.....	72
4.2	INTRODUCCIÓN.....	72
4.3	OBJETIVOS.....	73
4.4	GENERALIDADES DEL GAD.....	74
4.4.1	Breve reseña histórica.....	74
4.2.2	Identificación del GAD.....	75
4.4.3	Que ofrece el GAD.....	76
4.4.4	OBJETIVOS DEL GAD.....	77
4.4.5	COMPETENCIAS DEL GAD.....	77
4.4.6	ESTRUCTURA ORGANICA DEL GAD.....	79
4.4.7	VALORES.....	80
4.4.7.1	VISIÓN Y MISIÓN.....	81
4.8	FUENTES DEESTUDIO.....	82
4.9	CONTENIDO DE LA PROPUESTA.....	82
4.9.1	Formulación de la estrategia.....	83
4.9.1.1	Objetivos Estratégicos.....	83
4.10.	EJECUCIÓN ESTRATÉGICA.....	85
4.10.1	Plan de Gestión.....	85
4.10.2	Objetivos Operacionales 1.....	85
4.10.3	Objetivos Operacionales 2.....	86
4.10.4.	Objetivos Operacionales 3.....	87
4.10.5.	Objetivos operacionales 4.....	88

4.11.	ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE EN LA UNIDAD DE SECRETARÍA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DAYUMA.	91
4.11.1	Estrategia 1: Realizar eventos de capacitación en el servicio al cliente, al personal del GADPRD.	91
4.11.2	Estrategia 2: Guía para el mejoramiento de la calidad de servicio en la Unidad de Secretaría del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma.....	101
4.11.3	Guía de servicio y atención al cliente	102
4.11.4	Estrategia 3: Revisión permanente del buzón de quejas y/o sugerencias en la Unidad de Secretaría del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma.....	116
4.11.5	Buzón de quejas y/o sugerencias	117
	CONCLUSIONES	121
	RECOMENDACIONES.....	122
	BIBLIOGRAFÍA	123
	ANEXOS	125

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1: Población	36
CUADRO N° 2: Foda del gad parroquial dayuma	41
CUADRO N° 3: Resumen de hallazgos de la encuesta aplicada a los usuarios	66
CUADRO N° 4: Resumen de hallazgos de la encuesta aplicada a los funcionarios	67
CUADRO N° 5: Resumen de hallazgos de la entrevista aplicada a la presidenta	71
CUADRO N° 6: Actividad 1	95
CUADRO N° 7: Actividad 2	96
CUADRO N° 8: Actividad 3	97

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1: Atención que brinda la institución.....	44
GRÁFICO N° 2: Personal capacitado para brindar el servicio.....	45
GRÁFICO N° 3: Experiencia para realizar dicha actividad.....	46
GRÁFICO N° 4: Comunicación interna de la institución.....	47
GRÁFICO N° 5: Frecuencia que visitan la institución.....	48
GRÁFICO N° 6: Nivel de profesionalismo de la institución.....	49
GRÁFICO N° 7: Cortesía de la secretaria a los usuarios.....	50
GRÁFICO N° 8: Resolución de los requerimientos.....	51
GRÁFICO N° 9: Atención al cliente.....	52
GRÁFICO N° 10: Diseño del plan.....	53
GRÁFICO N° 11: Ambiente laboral.....	55
GRÁFICO N° 12: Relaciones interpersonales.....	56
GRÁFICO N° 13: Capacitación para brindar el servicio.....	57
GRÁFICO N° 14: Considera que el cliente es lo primero.....	58
GRÁFICO N° 15: Atención a un usuario difícil.....	59
GRÁFICO N° 16: Capacitación en temas de atención y servicio al cliente.....	60
GRÁFICO N° 17: Nivel de importancia que tiene el área de secretaría.....	61
GRÁFICO N° 18: Diseño del plan de estrategias y políticas.....	62

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1: Atención que brinda la institución.....	44
TABLA N° 2: Personal capacitado para brindar el servicio.....	45
TABLA N° 3: Experiencia para realizar dicha actividad.....	46
TABLA N° 4: Comunicación interna de la institución.....	47
TABLA N° 5: Frecuencia que visitan la institución.....	48
TABLA N° 6: Nivel de profesionalismo de la institución.....	49
TABLA N° 7: Cortesía de la secretaria a los usuarios.....	50
TABLA N° 8: Resolución de los requerimientos.....	51
TABLA N° 9: Atención al cliente.....	52
TABLA N° 10: Diseño del plan.....	53
TABLA N° 11: Ambiente laboral.....	55
TABLA N° 12: Relaciones interpersonales.....	56
TABLA N° 13: Capacitación para brindar el servicio.....	57
TABLA N° 14: Considera que el cliente es lo primero.....	58
TABLA N° 15: Atención a un usuario difícil.....	59
TABLA N° 16: Capacitación en temas de atención y servicio al cliente.....	60
TABLA N° 17: Nivel de importancia que tiene el área de secretaría.....	61
TABLA N° 18: Diseño del plan de estrategias y políticas.....	62
TABLA N° 19: Estrategia 1.....	85
TABLA N° 20: Estrategia 2.....	86
TABLA N° 21: Estrategia 3.....	87
TABLA N° 22: Estrategia 4.....	88

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1: Nomina del personal de secretaría	125
ANEXO N° 2: Encuesta a usuarios	126
ANEXO N° 3: Encuesta a empleados.....	126
ANEXO N° 4: Entrevista aplicada a la presidenta del gad parroquial rural dayuma...	126
ANEXO N° 5: Organigrama estructural del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural dayuma.	126
ANEXO N° 6: Fotos del área de secretaría del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural dayuma.	126

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación del diseño del Plan de Estrategias y Políticas en el servicio de atención al cliente, en el Área de Secretaría en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma, tiene el propósito de determinar la eficacia y la eficiencia en las actividades a realizar, con el fin de mejorar la atención Institucional. Para llevar a cabo el Plan de Estrategias y Políticas fue necesario aplicar encuestas tanto a clientes internos como clientes externos con la finalidad de medir la eficacia y eficiencia de los procedimientos ejecutados. La investigación realizada aportó al desarrollo de estrategias que contiene técnicas para el mejoramiento para el óptimo desempeño del personal siendo estas; Realizar eventos de capacitación en el servicio al cliente al personal del GADPRD, Guía para el mejoramiento de la calidad de servicio, Revisión permanente del buzón de quejas y/o sugerencias, se plantea estas estrategias a fin de brindar un servicio de calidad, cubriendo las expectativas y necesidades de los clientes internos del GAD, Parroquial Rural Dayuma.

Lo cual se recomienda que las autoridades del GAD Parroquial Rural Dayuma, programen procesos de capacitación en temas de atención y servicio al cliente a los funcionarios de las diferentes áreas, así como también es necesario que se implemente el buzón de quejas y/o sugerencias, y la guía diseñada para el mejoramiento del servicio al cliente, ya que con estos métodos se estará satisfaciendo por completo las necesidades tanto de los clientes internos como externos del GAD Parroquial Rural Dayuma.

PALABRAS CLAVES: ATENCIÓN AL CLIENTE, ESTRATEGIAS, POLÍTICAS, SERVICIOS.

Dr. Rodrigo Gabriel Abarca Carrasco
DIRECTOR TRABAJO DE TITULACIÓN

SUMMARY

This research plan design strategies and policies in the customer service in the area of secretary in the Autonomous Government Decentralized Rural Parish Dayuma, it has the purpose of determining the effectiveness and efficiency of the activities undertaken to improve institutional attention. To carry out the plan of strategies and policies was necessary to apply surveys both internal customers and external customers in order to measure the effectiveness and efficiency of the procedures performed. The conducted research helped the develop strategies that contains techniques for improving optimum performance for the staff being these; Doing training events in the customer service to the staff of GADPRD, Guide for improving service quality, Permanent revision of the mailbox of complaints and / or suggestions, these strategies arises to provide quality service, covering expectations and needs of internal customers of GAD, Rural Parish Dayuma.

Which recommended that the authorities of the Rural Parish GAD Dayuma, program training processes on issues of care and customer service to officials of different areas, as well as it must implement the mailbox of complaints and / or suggestions, and guidance designed to improve customer service, because with these methods will completely satisfy the needs of both internal and external Dayuma Rural Parish GAD clients.

KEYWORDS: CUSTOMER SERVICE, STRATEGIES, POLICIES, SERVICES.

INTRODUCCIÓN

La Asamblea Nacional del Ecuador, el 19 de Octubre de 2010, crea la ley para los GADS, Municipales, Provinciales, y Juntas Parroquiales que es el Código Orgánico y de Organización Territorial Autonomía y Descentralización (COOTAD), con el fin de promover el desarrollo equitativo, solidario y sustentable del territorio, la integración y participación ciudadana, así como el desarrollo social y económico de la población.

El mismo que organiza su Institución dividiéndolo en partes iguales para poder administrarlo eficientemente como áreas o departamentos: Administrativa, Financiera, Talento Humano y Servicios, promoviendo el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial parroquial, para garantizar la realización del buen vivir, permitiendo realizar una buena legislación de los GADS Parroquiales, los mismos que permite prestar servicios públicos que les sea expresamente delegados o descentralizados con criterios de calidad, eficacia y eficiencia; observando los principios de universalidad, accesibilidad, regularidad y continuidad.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma, de la Provincia de Orellana, es un Institución con autonomía, administrativa, económica, financiera responsable de buscar el adelanto de la parroquia, que tiene la obligación de planificar, gestionar, coordinar y ejecutar programas y proyectos de desarrollo con los organismos públicos y privados que tengan injerencia en la Parroquia, debiendo al mismo tiempo evaluar y fiscalizar los mismos; todo esto en concordancia con la Constitución Política de la República y Código Orgánico de Organización Territorial, en beneficio de la ciudadanía.

Actualmente el GAD Parroquial, se ve en la necesidad de diseñar un Plan de estrategias y políticas para mejorar el servicio de atención al usuario, ya que las gestiones que realizan los habitantes de la parroquia, consideran que hay falencias en cuanto a la atención; la misma que carece de calidad y calidez, manifestado el descontento de los usuarios, llevando a la Institución a dar una mala imagen frente a la ciudadanía.

Bajo este contexto de estructura la presente investigación, la misma que se encuentra detallada a continuación.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.- En este contexto se desarrolló un análisis macro, meso y micro del problema en estudio, al igual se plantearon objetivos para dar solución al mismo.

CAPÍTULO II. MARCO TEORICO.- Está conformado por las bases teóricas y científicas, ya que se la obtiene de fuentes bibliográficas como, libros, e internet, que ayudan a reafirmar los conocimientos para desarrollar nuevas ideas en mejoramiento al servicio de atención al usuario, además se planteó la idea a defender.

CAPITULO III: METODOLOGIA.- Se definieron las modalidades y tipos de investigación a utilizarse así como también se estableció la población y muestra de estudio, las técnicas y herramientas que se utilizarán para recolectar la información. Se realizó la tabulación, análisis e interpretación de cada una de las interrogantes planteadas en los cuestionarios.

CAPITULO IV: LA PROPUESTA.- Se dará soluciones al problema de investigación a través del Diseño del Plan de Estrategias y Políticas que incidan en el mejoramiento del servicio de atención al usuario en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma, en la Provincia de Orellana; así como también se establecerán las conclusiones y recomendaciones que están a consideración del GAD Parroquial.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Constitución del Ecuador en el Título V de la Organización Territorial del Estado, en su artículo 238 manifiesta que: Los Gobiernos Autónomos Descentralizados gozarán de autonomía política, administrativa y financiera, y se regirán por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana.

El código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), en su artículo 64, de las competencias exclusivas del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural manifiesta en el literal J, prestar servicios públicos que les sean expresamente delegados o descentralizados con criterios de calidad, eficacia y eficiencia; y observando los principios de universalidad, accesibilidad, regularidad y continuidad por lo que es de destacar que la ciudadanía asiste con frecuencia al GAD Parroquial con el fin de solventar sus necesidades y obtener un servicio satisfactorio.

Es necesario realizar una mención social de la formación de la Parroquia Dayuma, que es una de las 12 Parroquias Rurales que conforma la Provincia de Orellana, situada en la Zona sur de la misma, en la Amazonía Ecuatoriana lleva su nombre en honor a la indígena Wuaorani quien vio crecer día a día al pueblo; en la actualidad existen descendientes de su raza que viven en su entorno cultural ancestral. Cuenta con una población de 6.298 habitantes según el censo del año 2010. Esta población se encuentra distribuida en las comunidades que corresponde a la Parroquia.

La población frecuentemente visita al GAD Parroquial, con la finalidad de realizar trámites o solicitar cualquier información o apoyo debido a sus necesidades. Las diferentes oficinas continuamente se encuentran concurrida por usuarios los mismos que presentan inconformidad al no ser atendidos de forma adecuada; los usuarios manifiestan que es debido a que no existe una cultura de servicio y falta de cortesía por parte de la servidora pública. Ya que como ciudadanos tienen la libertad en el más

amplio sentido de vivir, decidir sobre su futuro y de transmitir o comunicar por cualquier medio su pensamiento y de actuar de acuerdo a sus convicciones, con las únicas limitaciones de no dañar el honor, los intereses o la sensibilidad de los demás usuarios.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial, cumple con la función de planificar, organizar, coordinar y controlar los recursos financieros, humanos y físicos de la Institución para cumplir los objetivos que se ha planteado para el buen desarrollo de la Parroquia la cual gobierna.

La correcta relación que se debe tener con los clientes es primordial para el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma, esto permitirá que la Institución conozca los cambios en sus actitudes y expectativas para poder anticiparse a sus necesidades, ya que de ello depende la primera imagen y preferencia que el usuario tenga sobre la Institución.

Progresivamente el servicio al usuario ha ido desfavoreciendo debido a la falta de conocimiento de las normas de atención al cliente y por tanto debilita la imagen de la Institución que posee el GAD Parroquial. Desde el punto de vista del investigador se puede observar ciertas dificultades en el proceso de atención al usuario, la comunicación también se ve afectada por la inadecuada interpretación de la información entre empleados, esto impide mantener una buena relación entre empleado y usuario.

Otro de los inconvenientes observados es la falta de motivación, el mismo que no permite brindar una atención ágil y oportuna, y por tanto debilita la imagen Institucional que posee el GAD Parroquial. Por qué un empleado motivado es un empleado que brindará una excelente atención.

Concientizando que las actividades antes mencionadas requieren de un trato personalizado, se hace mención a cómo podría verse afectada la Institución si no se consideran opciones para superar estas falencias, porque si continuamos sin darle el verdadero valor que y el papel importante que se debe desarrollar para un excelente servicio, continuaría la insatisfacción del servicio de atención al usuario.

Por estas razones el diseño del presente trabajo de investigación se proyecta a crear estrategias y políticas que ayudarán a mejorar la atención al usuario generando en ellos algún nivel de satisfacción más completo y mejorado y así fortalecer la imagen Institucional.

1.1.1 Formulación del Problema

¿Incide el plan de estrategias y políticas en el servicio de atención al usuario, en el Área de Secretaría en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma?

1.1.2 Delimitación del Problema

El trabajo de investigación a realizar es en el campo administrativo, perteneciente al Área de Secretaría, donde se propone el diseño de un plan de estrategias y políticas para el mejoramiento de servicio de atención al cliente, en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma en el Cantón Francisco de Orellana, Provincia de Orellana. En el tiempo Comprendido de seis meses.

1.2 JUSTIFICACIÓN

El trabajo a realizar es importante porque permitirá cambiar la realidad actual que se ha observado en el GAD Parroquial Dayuma, reduciendo errores y defectos ya que han sido siempre objetivos de las Instituciones públicas, mejorando la coordinación de actividades atendiendo en mayor cantidad las necesidades de los mismos, el servicio que se brindará poseerá de calidad y calidez debido a que el personal que labora en dicha Institución cambie radicalmente la percepción que tiene sobre los clientes y actúen con eficiencia en el desarrollo de sus actividades generando un mejor prestigio para dicho establecimiento.

Esta investigación será un instrumento diseñado bajo la estructura bibliográfica fundamentada mediante la opinión de expertos y el aporte personal significativo de mi formación académica y la experiencia del conocimiento de la Institución, contando con la aportación de opiniones de los usuarios a través de encuestas, entrevistas, las mismas

que permitirán llegar a la solución del problema; el mismo que contribuirá al mejor desarrollo de servicio al usuario para el personal que carece de las normas de atención. Los resultados de este proyecto son importantes porque permitirán conocer las diferencias entre las expectativas de los usuarios y las percepciones de los funcionarios respecto a los mismos. Por tal razón es importante su aplicación en la Institución con la finalidad de reducir los aspectos negativos en función de alcanzar la calidad esperada por los usuarios.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Diseñar un plan de estrategias y políticas por el mejoramiento del servicio de atención al cliente para el área de secretaría del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma.

1.3.2 Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico en el área de secretaría, en la ejecución sobre el desarrollo de sus actividades del servicio de atención al usuario en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma.
- Plantear estrategias y políticas del servicio al usuario para su mejoramiento en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma.
- Socializar el Plan de estrategias y políticas a los miembros de la Institución sobre su manejo para el servicio de atención al usuario.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

En el GAD Parroquial de Dayuma, es necesario realizar el presente trabajo de investigación ya que es una de las Instituciones con más acogida a las diferentes dependencias, no cuenta con un diseño de un plan de estrategias y políticas en el servicio de atención al cliente, el mismo que no le permite brindar una atención de calidad y fortalecimiento de la imagen Institucional.

Es importante hacer referencia trabajos de investigaciones ya realizados, con temas similares, los mismos que sirven de guía, orientación y consulta y que se detallan a continuación.

Según la tesis de Lilian Rogel Quezada y Alexandra García Criollo realizada en el (2011), “Plan estratégico para renovar la calidad de atención al Cliente”; manifiesta que existe insatisfacción de los usuarios mismo que causa pérdida de tiempo dentro de la Institución Pública, donde debe enfocarse en la innovación continua en el servicio al cliente y dar paso a la modernización, adoptando nuevos modelos de gestión, basados en la cultura de diálogo, y eficiencia en el servicio con la finalidad de mejorar continuamente la atención al usuario y por ende obtener resultados completamente positivos y un excelente prestigio por parte de la ciudadanía.

Es necesario destacar que existe otro aporte esencial con referencia al tema, que se denomina “Implementación estratégica de calidad en el servicio y atención al cliente” donde señala que la atención al cliente que se brinda en esta Institución es insatisfactoria debido a que no existe una cultura de servicio, donde se debe prever los valores para así mantener el bienestar laboral y la calidad del servicio que cuanto más exalte el nivel de satisfacción tanto en los empleados y trabajadores se logrará alcanzar un servicio con calidad y eficiencia permanente dentro de la Institución.

El Gobierno Parroquial de Dayuma, se preocupa en mejorar la calidad del servicio y superar esta barrera que es un problema dentro del funcionamiento Institucional. Los

usuarios necesitan del GAD Parroquial para satisfacer sus necesidades en este contexto los clientes dejaron de ser el centro de atención de calidad para convertirse en un cliente necesitado, sin considerar que el factor más importante de la Institución son los usuarios, y que para mejorar se necesita cambiar a un servicio más eficiente logrando de este modo cubrir sus expectativas y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de los usuarios.

Con estas meditaciones a posibles cambios de mejora continua las diferentes dependencias y en especial el GAD Parroquial Rural Dayuma, va a tener que implementar las estrategias y políticas propuestas que le permitan definir y alcanzar las actividades organizacionales con satisfacción de las necesidades del cliente; para que este contagie esa satisfacción con nuevos públicos.

Comprendiendo la importancia que tiene el diseño de un plan de estrategias y políticas en el servicio de atención al cliente, permitirá mejorar la calidad de atención y fortalecimiento de la imagen Institucional.

2.1.1 Antecedentes Históricos

La Historia de la creación de Dayuma fue fundada el 16 de Junio de 1990, quien estaba durante la administración el Dr. Rodrigo Borja Cevallos, el Concejo Municipal de Orellana, presidia por el Ilustre Prof. Oswaldo Flores, con fecha 16 de Junio de 1990, expidió la ordenanza de la creación de la Parroquia Dayuma, en su correspondiente Jurisdicción Cantonal, para luego ser aprobado y publicado en el registro N-519 el 11 de septiembre de 1990.

Lleva su nombre en honor a la indígena Wuaorani Dayuma, en la actualidad existen descendientes de su zona que viven en su entorno cultural y ancestral, la Parroquia Dayuma pertenece al Cantón de la Provincia del mismo nombre, sus símbolos y sus colores representan su historia, su cultura, sus tradiciones y costumbres, el estandarte está constituido por un Lienzo de forma rectangular de 150 cm. De largo por 70 cm. De ancho; compuesto por los siguientes colores:

El verde cubre el triángulo superior de la bandera en una línea que una los vértices noroeste y suroeste y sureste en dirección izquierda – derecha. La parte inferior a su vez se divide en triángulos con una línea en dirección suroeste-noroeste, termina en la mitad de la línea noroeste-suroeste, el triángulo del medio es de color negro, y el inferior de color rojo, cuyos colores significan:

Verde: Símbolo de la naturaleza, de su flora, la esperanza de un mañana mejor, de un nuevo provenir, del amor a la tierra y su producción.

Negro: Símbolo de la producción petrolera, los múltiples sacrificios y penalidades por las subsistencias de los nuevos colores.

Rojo: Simboliza la sangre derramada por los wuaoranis, por conservar su territorio y los colonos por tener un pedazo de tierra para vivir.

El estandarte penderá de un asta elaborada de PUSHIGUA, en forma de lanza nativa de sus lados lleva dos cordones de piola de chambira, la una posee el color de la Bandera Nacional y la otra la Cantonal.

En el censo realizado por el INEC 2010, Dayuma tiene una población de 6.298 habitantes, y es una de las Parroquias más bonitas e importantes de la Amazonía Ecuatoriana, ya que posee zonas turísticas y con mayor producción Agrícola, petrolera. El sector económico ampliamente predominante es la agricultura (44,74%), un factor que limita la actividad agrícola es la tenencia de la tierra, predomina básicamente las fincas minifundistas por lo tanto su producción va encaminado en su mayor porcentaje al consumo familiar y una parte para la comercialización.

La segunda actividad en importancia económica es la producción petrolera con el 15,39%, seguido de los servicios administrativos con el 7,44% y construcción con el 4,10%. Las cuatro actividades representan el 71,67% del total del PEA.

Los límites están constituidos de la siguiente manera:

Al Norte: Con las Parroquias el Dorado, Taracoa.

Al Sur: Con la Parroquia Inés Arango.

Al Este: Con la Parroquia Alejandro Labaka.

Al Oeste: Con las Parroquias la Belleza y García Moreno.

Su altitud está entre los 380 msnm 220 msnm ya que Dayuma como cabecera Parroquial de la Provincia de Orellana y del Cantón Francisco de Orellana en su ámbito urbano cada vez se extiende más lo que ha sido obligatorio a la Parroquia a extender el ámbito urbano.

En lo que respecta a las comunidades constan registrados 79, según el Ministerio de Inclusión Social están entre las principales comunidades: El Cóndor, 31 de Mayo, Unión Laurence, 15 de Febrero, Cultura del Oriente, Nueva Unión, La Asunción, San Pedro, La Florida, La Victoria, Virgen del Cisne, Auca Sur, Tiputine, San Isidro, Saar Entsa, Nueva Joya, Cristal, Rumipamba, 24 de Mayo, Nueva Esperanza 2, Nantip, Flor de Oriente, Los Leones, Pindo Central, Buenos Amigos, entre otros.

Corresponde al clima muy húmedo tropical con una temperatura promedio entre 23° y 36° grados centígrados, la precipitación promedio anual es superior a 3000 milímetros llegando en ocasiones a 6315 milímetros.

Vale destacar que Dayuma tiene como medio de recreación turística y sustento de las comunidades indígenas tales como: Cabañas sol y mar, Nantip, Tiputine que pueden apreciados tanto por los turistas extranjeros como por los nacionales, en relación a los servicios turísticos, se debe mencionar que en el centro poblado de Dayuma existen 2 Hostales, y uno en la comunidad del Pindo, los cuales son ocupados por casi todo el tiempo, por los trabajadores que trabajan en el sector.

En la actualidad, el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Dayuma está presidida por la Presidenta Judith Magali Hidalgo Cuenca, por la Vicepresidenta Maura Guevara; es decir está constituida por tres vocales; y con una planificación tanto en departamentos de obras Públicas, Proceso de Asesoría Jurídica, Proceso Habilitante de Apoyo Secretaría y Tesorería y Unidades operativas como: Operador, Chofer y conserje, y con una fluencia de 6.298 habitantes.

2.1.2 Fundamentación legal

La Constitución del Ecuador en el Título V de la Organización Territorial del Estado, en su artículo 238 manifiesta que: Los Gobiernos Autónomos Descentralizados gozarán de autonomía política, administrativa y financiera, y se regirán por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana.

El Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), en su artículo 64, de las competencias exclusivas del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural manifiesta en el literal J, prestar servicios públicos que les sean expresamente delegados o descentralizados con criterios de calidad, eficacia y eficiencia; y observando los principios de universalidad, accesibilidad, regularidad y continuidad por lo que es de destacar que la ciudadanía asiste con frecuencia al GAD Parroquial con el fin de solventar sus necesidades y obtener un servicio satisfactorio.

Es necesario realizar una mención social de la formación de la Parroquia Dayuma que es una de las 12 Parroquias Rurales que conforman la Provincia de Orellana, situada en la Zona Sur de la misma, en la Amazonía Ecuatoriana lleva su nombre en honor a la indígena Wuaorani; en la actualidad existen descendientes de su raza que viven en su entorno cultural ancestral. Cuenta con una población de 6.298 habitantes según el censo del año 2010. Esta población se encuentra distribuida en las comunidades lo que corresponde a la Parroquia.

El Art. 28 del COOTAD en el Título III, con respecto a los Gobiernos Autónomos Descentralizados, indica que cada circunscripción territorial tendrá un Gobierno Autónomo Descentralizado para que garantice el buen vivir a través del ejercicio de sus competencias.

El Art. 29 del COOTAD en el Título III, Las funciones de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, el ejercicio de cada Parroquia se realizará a través de funciones integrales.

- a) De legislación, normatividad y fiscalización.
- b) De ejecución y administración; y
- c) De participación ciudadana y control social.

Por tanto, el Gobierno Autónomo Descentralizado (COOTAD), Parroquial Rural de Dayuma, velará por la unión, prosperidad y buen vivir de la ciudadanía, en la cual mejorará y agradará la atención de calidad a sus usuarios.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 Plan estratégico

2.2.1.1 Plan Estratégico

(Wheellen & Huger, 2007) Afirman que:.. La planificación o plan en el sentido más universal implica tener uno o varios objetivos a realizar junto con las acciones requeridas para concluirse exitosamente. Va de lo más simple a lo complejo, dependiendo el medio a aplicarse.

La acción de planear es la gestión se refiere a planes y proyectos en sus diferentes, ámbitos, niveles y actitudes. Por tanto, un plan estratégico es cuantitativo, manifiesto y temporal. Es cuantitativo porque indica los objetivos numéricos de la Institución. Es manifiesto porque especifica unas políticas y unas líneas de actuación para conseguir esos objetivos. Finalmente, es temporal porque establece unos intervalos de tiempo, concretos y explícitos, que deben ser cumplidos por la organización para que la puesta en práctica del plan sea exitosa.

La planeación debe responder a una verdadera previsión de cambio. Es decir debe cumplir tres condiciones, necesarias pero no suficientes para producir dicho cambio.

- Saber Hacer
- Querer Hacer
- Poder Hacer

2.2.1.2 Estrategia.

(Prieto, 2012) Manifiesta que:.. Estrategia es el conjunto de acciones anticipadamente, cuyo objetivo es alinear los recursos y potencialidades de una Empresa o Institución para el logro de sus metas y objetivos de expansión y crecimiento.

Las estrategias son métodos elementales en las perspectivas y planteamientos: los mismos que sirve para cumplir su propósito, misión, metas que suelen tener en su contenido y que tipos de actividades debe implementarse para obtener un mejor proceso o para alcanzar los objetivos.

2.2.1.3 Administración Estratégica

(Fred, R, 2003) Afirma que: “La administración estratégica es el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar las decisiones interfuncionales que permiten a la organización alcanzar sus objetivos”

2.2.2.4. Implementación de la estratégica

(Fred, R, 2003) Afirma que:... La Empresa o Institución debe establecer objetivos anuales, idear políticas, motivar a los empleados y asignar recursos, de tal manera que permita ejecutar las estrategias formuladas. Implica desarrollar una cultura que sostenga la estrategia.

El reto de la implementación consiste en estimular a los gerentes y empleados para que trabajen en el logro de los objetivos de la organización.

2.2.2.5 Administración Estratégica

(Wheellen & Huger, 2007) Define que:.. La administración estratégica es un conjunto de decisiones y acciones administrativas que determinan el rendimiento a largo plazo de una corporación. Incluye el análisis ambiental (tanto externo como interno), la formulación de la estrategia (planificación estratégica o a largo

plazo), implementación de la estrategia, así como la evolución y el control. Por lo tanto, el estudio de la administración estratégica hace hincapié en la vigilancia y la evolución de oportunidades y amenazas externas a la luz de las fortalezas y debilidades de una corporación. Conocida como política empresarial, la administración estratégica incorpora temas como planificación estratégica, análisis ambiental de la industria.

2.2.2.6 Beneficios de la administración estratégica.

(Wheellen & Huger, 2007) Define que:.. La administración es el logro de una correspondencia apropiada, o “concordancia”, entre el ambiente de una organización y su estrategia, estructura y procesos tienen efectos positivos en el rendimiento de la organización.

Entre los principales beneficios de la administración estratégica se encuentran:

- Un sentido más claro de la visión estratégica de la empresa.
- Un enfoque más definido de lo que es importante estratégicamente.
- Una mejor comprensión de un ambiente rápidamente cambiante.

Sin embargo para ser eficaz la administración estratégica no siempre necesita conformar un proceso formal, sino que puede empezar con algunas preguntas sencillas:

1. ¿Dónde se encuentra la organización ahora? (No donde esperamos que este)
2. Si no se realizan cambios, ¿Dónde estará en un año?, ¿en dos años?, ¿en 5 años?, ¿en 10 años? ¿Son aceptables las respuestas?
3. Si las respuestas no son aceptables, ¿qué acciones específicas debe llevar a cabo la administración? ¿Cuáles son los riesgos y las recompensas involucradas?

2.2.2.7 Elementos de la administración estratégica

(Whellen & Huger, 2003) Define a:... los siguientes elementos.

- Análisis ambiental.
- Formulación de la estrategia.
- Implantación de la estrategia.
- Evaluación y control.

2.2.2.8 Planificación estratégica

(Chiavenato, 2011) Define que:.. La planeación estratégica es esencialmente la labor de diseñar el futuro con visión de largo plazo, establecido las acciones, tiempos y recursos para lograr lo que se quiere.

La planificación estratégica es a largo plazo y se realiza en el nivel estratégica de la Empresa. Es un proceso por el cual los dirigentes ordenan sus objetivos y acciones a través del tiempo: Es el camino que la dirección de una Institución elige, para cumplir con la razón de ser de la Organización utilizando los recursos existentes, que permita lograrlos objetivos con mayor eficiencia y eficacia.

2.2.2.9 Niveles de planeación

(Chiavenato, 2009) Define que:.. Los niveles de planeación según son los siguientes:

- a) **Planeación estratégica:** Es la más amplia y abarca a la organización entera. Sus características son:
- Horizonte de tiempo: Proyección a corto plazo, incluyendo consecuencias y efectos que duran varios años.
 - Alcance: Comprender la organización como un todo, todos sus recursos y áreas de actividad, y se preocupa por alcanzar los objetivos del nivel organizacional.

- Contenido: Genérico sintético y comprensivo. Definición: está en manos de la alta gerencia de la Organización (en el nivel Institucional) y corresponde al plan mayor, al que subordinan todos los demás planes.
- b) **Planeación Táctica:** Es la que abarca a cada departamento o área de la Organización. Sus características son:
 - Horizonte de tiempo: Proyección a mediano plazo, por lo general es anual.
 - Alcance: Abarca a cada departamento, con sus recursos específicos, y se preocupa por alcanzar los objetivos del mismo.
 - Contenido: Es menos genérico y más detallado que la planeación estratégica.
 - Definición: Está en manos del nivel intermedio correspondiente a cada departamento de la organización.
- c) **Planeación Operativa:** Es al que abarca cada tarea o actividad específica. Sus características son:
 - Horizonte de tiempo: Proyección a corto plazo es inmediata.
 - Alcance: Abarca cada tarea o actividad de forma aislada y se preocupa por alcanzar metas específicas.
 - Contenido: Detallado, específico, y analítico.
 - Definición: Está en manos del nivel operativo y se concentra en cada tarea o actividad.

2.2.2 Definición de políticas

2.2.2.1 Políticas

(Koontz & O'Donnell, 2003) Manifiestan que:.. Son guías para orientar la estrategia (acción) lineamientos generales a observar en la toma de decisiones, sobre algún problema que se repite una y otra vez dentro de una Organización. En este sentido las políticas son criterios generales de ejecución que auxilian al logro de los objetivos y facilitan la implementación de las estrategias.

(Terry, G, 2002) Afirma que:.. Las políticas revelan las intenciones del administrador, para periodos futuros y se deciden antes que surja la necesidad del conocimiento de tales intenciones, son guías amplias, elásticas y dinámicas y requieren interpretación para usarse. Una política define el área en la cual, deben

tomarse decisiones, pero no dan la decisión. La determinación de políticas es una herramienta importante, para coordinar y controlar las actividades de planeación, ya que las políticas fijan los límites, dentro de los cuales, deben funcionar determinadas actividades o unidades administrativas.

2.2.2.2 Formulación de las políticas.

(Terry, 2002) Afirma que:.. Una política bien formulada, ayuda a llevar a cabo la acción administrativa, el gerente de una empresa, para poder planear eficientemente, debe tener en si procedimientos para hacerlo, políticas adecuadas. Las políticas son las limitaciones o posibilidades que se pueden seguir en la acción administrativa, y sobre todo, ayuda a mantener estas acciones dentro de los límites que marcan los planes.

2.2.2.3 Consideraciones en la formulación de las políticas.

(Terry, G, 2002) Define que:.. Las siguientes consideraciones.

- a) El uso de una política debe ayudar, a lograr un objetivo y debe formularse partiendo de hechos, no de decisiones personales ni de decisiones oportunistas.
- b) Una política debe permitir su interpretación, no debe prescribir un procedimiento detallado.
- c) El pensamiento del que formula, como las ideas del contenido de la política, deben estar condicionados por las sugerencias y relaciones de quienes serán afectados por la política.
- d) Siempre que sea necesario cubrir condiciones anticipadas, deberán establecerse políticas, pero hay que tener cuidado de evitar políticas que se empleen en rara vez, si es que se practican.
- e) Cada política debe ser expresada, con una redacción definida y precisa que sea completamente entendidas, por todos los miembros de la Empresa o Institución.
- f) Todas las políticas deben conformarse con base en factores externos, tales como leyes, reglamentos.

2.2.3 Atención al cliente

2.2.3.1 Servicio

(Etzel & Walker, 2004)Manifiesta que:.. Son actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades, cabe señalar que según los mencionados autores esta definición excluye a los servicios complementarios que apoyan la venta de bienes u otros servicios, pero sin que esto signifique subestimar su importancia.

2.2.3.2 Servicio al Cliente

(Serna, 2006)Manifiesta que:.. El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una Empresa o Institución diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades expectativas de sus clientes externos.

De esta definición el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una Empresa.

Esta es una estrategia empresarial que despliega sus principales recursos y esfuerzos para lograr sus objetivos, orientada hacia una gama de necesidades y expectativas de valor agregado buscando asegurar la lealtad y permanencia tanto de los usuarios actuales como la atracción de los nuevos, esta función se debe desempeñar y comunicar teniendo en mente dos objetivos: la satisfacción del cliente y la eficiencia operacional. (p.19).

Por lo tanto el servicio al cliente se ve como el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o del servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo, es algo que va más allá de la amabilidad y de la gentileza. Es un concepto de estrategia y una forma de hacer las cosas que complete a toda la Empresa o Institución. Tanto en la forma de atender a los clientes internos, en diversas áreas de la empresa.

2.2.3.3 Principios de atención al Cliente

(Phillp, 2005) Define que:.. El marketing tal como lo conocemos hoy, está acabado y tiene que evolucionar a algo mucho más acorde con nuestro tiempo en el que la inmediatez de la información y la segmentación total, han cambiado completamente nuestros hábitos de adquisición: sus principales principios son:

Principio 1: Reconocer que el poder, ahora lo tiene el cliente.

Principio 2: Desarrollar la oferta apuntando directamente únicamente a tu mercado.

Principio 3: Diseñar las estrategias de marketing a partir de la propuesta de valor.

Principio 4: Focalizarse en cómo se distribuye y entrega.

Principio 5: Participar conjuntamente con el cliente en la creación de más valor.

Principio 6: Utilizar nuevas formas para al cliente conocido.

Principio 7: Desarrollar métricas y analizar el ROI (Retorno de la inversión).

Principio 8: Desarrollar el marketing basado en la alta tecnología.

Principio 9: Focalizarse en crear activos a largo plazo.

Principio 10: Mirar al marketing como un todo.

Entendiendo de esta definición es importante recalcar que los principios de atención al cliente no se trata de aumentar la actividad mental, si no concentrar ésta a un tema, producto servicio idea especifica que nos interese que el prospecto le tome mayor importancia. (p. 164).

2.2.3.4 Características de atención al Cliente

(Gómez, 2016) Afirma que:.. En relación a este punto, entre las características más comunes se encuentran las siguientes: (p.19).

- Es intangible, no se puede percibir con los sentidos.
- Es perecedero, se produce y consume instantáneamente.
- Es continuo, quien lo produce es a su vez el proveedor de servicio.
- Es integral, todos los colaboradores forman parte de ella.
- La oferta del servicio, satisfacción plena del cliente.

- El foco de servicio, satisfacción plena del cliente.
- El valor agregado, plus al producto.

2.2.3.5 Recomendaciones en atención al Cliente

(Paz, 2010) Define que:.. Las siguientes recomendaciones en atención al cliente.

- El cliente es el único juez de la calidad en la atención, por lo tanto, sus consejos son fundamentales.
- El cliente determina el nivel de adecuación de la atención que percibe, y siempre tiende a exigir más.
- La Empresa debe tener promesas que pueda cumplir y le permitan alcanzar sus objetivos: ganar dinero y diferenciarse de sus competidores.
- La Empresa debe tener en cuenta las expectativas de sus clientes, para reducir en lo posible la distancia entre lo que ofrece y las necesidades y preferencias del cliente.
- Aquello que la Empresa promete puede transformarse en normas de calidad, objetivas y estandarizadas, no olvidando nunca la sonrisa y los elementos relacionados.
- En la atención al cliente no hay vacaciones se trata de una disciplina que nos obliga a esforzarnos continuamente.
- La atención a los detalles nos lleva a la mejor calidad; esto exige la participación de todos, desde el presidente de la Empresa hasta el último de los empleados, porque el cliente ve lo que no funciona.

2.2.3.6 Perspectivas del Cliente

(Gómez, S, 2009) Manifiesta que:.. Las perspectivas son las “esperanzas” que los clientes tienen por conseguir algo.

Las perspectivas del cliente que se deben aplicar son:

➤ **Necesidad de ser comprendido.**

Aquellos que eligen un servicio necesitan sentir que están comunicando en forma efectiva. Esto nos dice que se está interpretando en forma correcta, los mensajes que envían las emociones y tratar de impedir una comprensión inadecuada del beneficio que puede obtener nuestro cliente.

➤ **Necesidad de ser bien recibido.**

Ninguna persona que esté tratando con usted y se sienta como un extraño, regresará. El cliente también necesita sentir que usted se alegra de verlo y que es importante para usted.

➤ **Necesidad de sentirse importante.**

El ego y la autoestima son poderosas necesidades humanas. A todos nos gusta sentirnos importantes, cualquier cosa que hagamos para hacer que el invitado se sienta especial, será un paso en la dirección correcta.

➤ **Necesidad de comodidad.**

Los clientes necesitan comodidad física: un lugar donde esperar, descansar, hablar o hacer negocios; también necesitan tener la seguridad de que les atenderá en forma adecuada y la confianza en que le podremos satisfacer sus necesidades. (p.21)

2.2.4 Cliente

2.2.4.1 El Cliente

(Larrera, 2004)Le define como:..“Un individuo con necesidades y preocupaciones, tomando en cuenta la razón, pero que siempre tiene que estar en primer lugar si una Empresa quiere distinguirse por la calidad del servicio”

(Varo, 2000)Es necesario destacar que:.. Un cliente es alguien que elige comprar o utilizar un servicio. Por el contrario el usuario es quien recibe el beneficio pretendiendo del producto sea o no el comprador del mismo; sin desconocer que la Empresa conoce las necesidades o requisitos del usuario; así como la forma de entregarles productos o servicios de valor añadido.

2.2.4.2 Tipos de Clientes

Por lo general, la Empresa u Organización que ya tienen cierto tiempo en el mercado suelen tener una amplia variedad de clientes, por ejemplo, de compra frecuente, de compra ocasional, de altos volúmenes de compra, etc. Por ello, es fundamental conocer a profundidad cuales son los diferentes tipos de clientes que tiene la Empresa u Organización y como clasificarlos de la forma más adecuada, para que luego pueda proponer alternativas que permitan adaptar la cogida de la Empresa a las particularidades de cada tipo de cliente sea este cliente interno o cliente externo.

2.2.4.3 Clientes Internos

(López, 2003) Manifiesta que:..Él cliente interno es aquel que pertenece a la organización, y que no por estar con ella, deja de requerir de la prestación del servicio por parte de los demás empleados.

Los clientes internos no solo son los trabajadores, hay que destacar otro de los aspectos más importantes dentro del ciclo de la producción como son los proveedores los cuales hacen posible la producción de bienes y servicios, al mismo tiempo garantizando que la calidad interna de los de los procesos de trabajo se reflejan en la que reciben los clientes externos.

Según mi criterio personal los clientes internos es aquella persona que pertenece a la Institución o Empresa, y que no por formar parte de la misma entidad deja de ser importante, y por lo tanto debe requerir el mismo servicio por parte de los empleados, también hay que mencionar que los clientes internos son los proveedores es decir aquellas personas que tienen sus negocios los cuales hacen posible la producción como son sus productos y servicios en cuanto a cantidad y calidad.

2.2.4.4 Clientes Externos

(Peréz, 2007) Explica que: Él cliente externo es la persona que satisface necesidades con los productos o servicios que le provee una Empresa u Organización, para la satisfacción de sus necesidades.

El cliente externo es aquella persona que no pertenece a la Empresa o Institución, más sin embargo son a quienes la atención está dirigida, ofreciéndoles un producto o servicio; son fuentes de ingresos que sostienen las operaciones; sin embargo, si se considera a los clientes de una Empresa como una definición más amplia e integral, se puede decir que están constituidos por todas las personas cuyas decisiones determinan la posibilidad de que la organización prospere o mejore en el tiempo.

Como podemos observar, al tener dos tipos de clientes, debemos estar conscientes de que tenemos que satisfacer las necesidades que cada uno tenga, ya que los dos cumplen roles específicos sin descuidar ni a uno u otro.

Aportando con mi criterio personal los clientes externos son aquellas personas, que no pertenecen a la Institución o Empresa pero que son importantes porque también cumplen un rol fundamental ya que tienen relación con la Empresa es decir son quienes adquieren un producto o servicio mismo que merecen tener la completa satisfacción para cumplir con sus expectativas. (p.163).

2.2.4.5 Clientes Complacidos

(Kloter, 2007) Define que:.. Los clientes complacidos son aquellos que percibieron el desempeño de la Empresa o Institución, el producto y el servicio que ha excedido con sus expectativas. El estar complacido genera una finalidad emocional con la marca, no solo una preferencia racional, y esto da lugar a una gran lealtad de los consumidores. Por tanto, para mantener a estos clientes en ese nivel de satisfacción, se debe superar la oferta que se les hace mediante un servicio personalizado que los sorprenda cada vez que hacen una adquisición.

Finalmente, cabe recordar que la Empresa o Institución para lograr sus objetivos a corto, mediano y largo plazo, debe establecer una cultura organizacional en la que el trabajo de todos los integrantes este enfocado en complacer al cliente.

Aportando con mi criterio personal los clientes complacidos son aquellas personas que sienten el nivel de satisfacción cuando adquieren el producto o servicio mismo que sobrepasan a sus expectativas, y por ende llegan a dar lugar a una gran lealtad a sus propietarios. (p.163).

2.2.4.6 Clientes Insatisfechos

(Kloter, P, 2007)La definición que le da el mismo autor señala que:.. Los clientes insatisfechos son aquellos que percibieron el desempeño de la Empresa o Institución, el producto y / o servicio por debajo de sus expectativas; por tanto, no quieren repetir esa experiencia desagradable y optan por otro proveedor o se forman una mala imagen de la Institución.

Si se quiere recuperar la confianza de éstos clientes o usuarios, se necesita hacer una investigación profunda de las causas que generaron su insatisfacción para luego realizar las correcciones que sean necesarias. Por lo general, este tipo de acciones son muy costosas porque tienen que cambiar una percepción que ya se encuentra arraigada en el consciente y subconsciente de este tipo de clientes.

Cuando un cliente se dirige a la Empresa o Institución y no recibe la atención adecuada, se va a ver afectado por algún problema o deficiencia en la prestación del servicio, por lo que los clientes insatisfechos no suelen volver, pero además es común que arrastren a otros potenciales convenciéndoles para que no nos visiten. Una imagen negativa se suele transmitir a un mayor número de personas que una positiva.

Aportando con mi criterio personal los clientes insatisfechos son aquellas personas que al adquirir su producto o servicio no reciben la atención que esperaban y por ende se sienten insatisfechos y para no volver a repetir esa experiencia desagradable, buscan a otros proveedores que puedan cumplir con

sus expectativas y necesidades, ya que debemos tener en cuenta que el cliente es el eje primordial de la Empresa o Institución.(p.163).

2.2.4.7 Satisfacción del Cliente

(Kloter, Dirección Mercadotécnica, 2001) Define que:.. La satisfacción del cliente como “el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas”.

2.2.4.8 Beneficios de lograr la satisfacción del cliente:

(Kloter & Arnostrong, 2003) Manifiesta que: Existen beneficios que toda Empresa u Organización pueden obtener al lograr la satisfacción de sus clientes, éstos pueden ser resumidos en tres grandes beneficios que brindan una idea clara acerca de la importancia de lograr la satisfacción del cliente.

Primer Beneficio.

El cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar. Por lo tanto, la Empresa obtiene como beneficio su lealtad y por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro.

Segundo Beneficio.

El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tanto, la Empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos.

Tercer Beneficio.

El cliente satisfecho deja de lado la competencia. Por tanto, la Empresa obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el mercado.

En síntesis, toda empresa que logre la satisfacción del cliente obtendrá como beneficios.

- La lealtad del cliente (que se traduce en futuras ventas)
- Difusión gratuita (que se traduce en nuevos clientes)
- Una determinada participación en el mercado.

2.2.5 La comunicación

2.2.5.1 La Comunicación Empresarial

(Martín, 2011) Define que:.. La comunicación Empresarial e Institucional como el área especializada dentro de las ciencias de la comunicación /información, pero no es en sí misma una ciencia, sino una práctica profesional. En último extremo podría considerársela una ciencia aplicada.

(Fernández Verde & Fernández Rico , 2010) Define que:.. A través de la comunicación, bien sea formal o informal los miembros de una organización reúnen información acerca de la empresa en la que trabajan y de los cambios que están ocurriendo en la misma, lo que permite las relaciones interpersonales que ayudan a que los miembros de la organización trabajen juntos para alcanzar los objetivos de la Empresa.

(Prieto A. , 2003) Describe que:.. La comunicación desempeña un papel importantísimo en el éxito de una estrategia de servicio. Es el vínculo indispensable para ampliar la clientela, conseguir lealtad, motivar a los empleados y darles a conocer las normas de calidad que deben poner en práctica.

Una buena comunicación puede hacer la diferencia entre una feliz o una vida llena de problemas. El valor de la comunicación nos ayuda a intercambiar de forma efectiva pensamientos, ideas y sentimientos con las personas que nos rodean, en un ambiente de cordialidad y buscando el enriquecimiento personal de ambas partes.

Queda claro que comunicar no significa decir, expresar o emitir mensajes (para esto están los medios de información), por el contrario, al entablar un diálogo con los demás, tenemos la oportunidad de conocer su carácter y manera de pensar, sus preferencias y necesidades, aprendemos de su experiencia, compartimos gustos y aficiones, en otras palabras. Conocemos a las personas y desarrollamos nuestra capacidad de comprensión. Solo así estaremos en condiciones de servir el enriquecimiento personal de quienes nos rodean.(p.7).

2.2.5.2 Proceso de la Comunicación

(Cabrera, 2002) Expone que:.. La comunicación es el proceso de comprender e intentar que se comprenda lo que el otro piensa, y siente. Es la capacidad natural del hombre que supone la elaboración del lenguaje que puede ser oral, escrito o simbólico.

El proceso de comunicación cuenta con seis etapas que toda Empresa o Institución debe practicar para obtener una comunicación efectiva:

- Identificar la audiencia objetiva.
- Determinar los objetivos de la comunicación
- Diseñar el mensaje.
- Seleccionar los canales de comunicación.
- Seleccionar el emisor del mensaje.
- Medir los resultados del proceso de comunicación.

2.2.5.3 Elementos de la Comunicación

La comunicación constituye el procedimiento a través de un medio o canal, empleando un código común y procurando lograr el entendimiento de su significado.

- a) Emisor o fuente: Es la persona, cosa o proceso que emite un mensaje para alguien, es decir, para el destino. Es la fuente de la comunicación.

- b) Receptor: Es el agente (persona o equipo), que recibe el mensaje, señal o código, emitido por un emisor, o enunciante.
- c) Código: Conjunto o sistema de signos que el emisor utiliza para codificar el mensaje.
- d) Canal: Elemento físico por donde el emisor transmite la información y que el receptor capta por los sentidos corporales. Se denomina canal tanto al medio natural (aire, luz) como al medio técnico empleado (impresión, telegrafía, radio, teléfono, televisión, ordenador, etc.) y se perciben a través de los sentidos del receptor (oído, vista, tacto, olfato y gusto).
- e) Mensaje: La propia información que el emisor transmite.
- f) Contexto: Circunstancias temporales, especiales y socioculturales que rodean el hecho o acto comunicativo y que permiten comprender el mensaje en su justa medida.

2.2.6 Importancia de la calidad en el servicio al cliente

2.2.6.1 Servicio al Cliente

(M, Vicente, 2009) Define que:.. Servicio al cliente 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.

2.2.6.2 Características de la Calidad del Servicio

La calidad busca la satisfacción ya sea en el servicio o productos ofrecidos al cliente en forma consistente, la cual dará una fuerte ventaja competitiva, que conduce a un mejor desempeño en la productividad y las utilidades de la Empresa u Organización.

(Philip & Amostrong, 2003) Manifiesta que:.. La calidad se vincula con el valor y la satisfacción del cliente. Es un sentido amplio la calidad es definida como la totalidad de aspectos y características de un producto o servicio que se relacionan con su habilidad de satisfacer las necesidades del cliente.

(Serna Gómez, Humberto, 2006) Define que:.. Entre las características más comunes se encuentran las siguientes:

- Conocen a profundidad a sus clientes, tienen de ellos, bases de datos confiables y manejan sus perfiles.
- Realizan las investigaciones permanentemente y sistemática sobre el cliente, sus necesidades y sus niveles de satisfacción: auditoria del servicio.
- Tienen una estrategia, un sistema de servicio a sus clientes.
- Toman decisiones reales de mejoramiento frente a las necesidades y expectativas de sus clientes, expresadas en los índices, de satisfacción.
- Diseñan estrategias de mercado interno y venta interna que genera la participación de los clientes internos en la prestación de un servicio de excelencia, partiendo de la satisfacción y compromiso de sus colaboradores.

Lo manifestado es realmente importante en la calidad del servicio, los clientes deben recibir e forma constante, servicios de gran calidad en todos sus encuentros, ya que la calidad de los servicios siempre variará, dependiendo de las circunstancias del problema y sobre todo, de que la interacción entre el empleado y el cliente sea buena, por lo consiguiente, se genera más utilidad, que es uno de los objetivos principales de todas las Empresas u Organizaciones.

2.2.6.3 Clasificación de los Servicios

(M.A, Vicente, 2009) Manifiesta que: Los servicios se pueden clasificar según tres aspectos que lo conforma:

Según el usuario. Individuales y Empresariales

Según el prestador: Públicos y Privados

Según los elementos participantes: Productos, personas y Elementos.

2.2.6.4 Características Específicas de los Servicios

(Gonzales, 2000) Considera que: Los servicios poseen las siguientes características específicas:

- **Intangibilidad.** -Esta es la característica más importante de los servicios. Consiste en que éstos no pueden verse, sentirse, oírse, ni olerse antes de su adquisición por los clientes. Esta característica dificulta una serie de acciones que pudieran ser deseables de hacer. Los servicios no se pueden inventariar ni patentar, ser explicados o representados fácilmente, etc., o incluso evaluar su calidad antes de la prestación.
- **Heterogeneidad (o Variabilidad).** -Dos servicios similares nunca serán idénticos o iguales. Esto por varios motivos: las entregas de un mismo servicio son realizadas por personas a personas, en momentos y lugares distintos. Cambiando uno solo de estos factores el servicio ya no es el mismo. Incluso esto se observa sólo con la modificación del estado de ánimo de la persona que entrega o del que recibe el servicio. Porque en la práctica resulta necesario prestar atención a las personas que en nombre de la Empresa prestarán los servicios.
- **Inseparabilidad.** -En los servicios la producción y el consumo son parcial o totalmente simultáneos. A estas funciones muchas veces se puede agregar su venta. Esta inseparabilidad también se da con la persona que presta el servicio.
- **Perecedero.** -Los servicios no se pueden almacenar por la simultaneidad entre producción y consumo. La principal consecuencia de esto es que un servicio no prestado no se puede realizar en otro momento (por ejemplo un vuelo con un asiento vacío en un vuelo comercial).
- **Ausencia de Propiedad.** -Los compradores de servicios adquieren un derecho a recibir una prestación, uso, acceso o arriendo de algo, pero no la propiedad del mismo. Después de la prestación sólo existen como experiencias vividas.

2.2.6.5 Importancia del Servicio al Cliente

(Curay, 2003) Menciona que:.. Para comprender la importancia que tiene el cliente dentro de la Institución, podemos observar los siguientes principios:

- Un cliente es la persona más importante en cualquier negocio o Institución.
- Un cliente no depende de nosotros, nosotros dependemos de él.
- Un cliente no es una interrupción de nuestro trabajo, es un objetivo.
- Un cliente nos hace un favor cuando llega, no le estamos haciendo un favor atendiéndolo.
- Un cliente es una parte esencial de nuestro negocio, no es ningún extraño.
- Al contrario que los productos, los servicios son poco o nada materiales, el cliente en general no puede expresar su grado de satisfacción hasta que lo consume, las dimensiones de calidad en atención al cliente en este caso se componen de: la prestación buscada por el cliente y la experiencia.

2.2.6.6 Factores Claves de las Expectativas del Cliente

(Lehman & Winer, 2007) Hacen referencia que: La calidad se mide a partir de la satisfacción del cliente, y para ello es esencial medir tres aspectos:

- Expectativas del desempeño /calidad.
- Percepción de desempeño /calidad.
- Brecha entre las expectativas y el desempeño.

2.2.6.7 Principios del servicio

(M.A, Vicente, 2009) Manifiesta que:.. Los principios básicos del servicio son la filosofía subyacente de este, que sirvan para entenderlo y a su vez aplicarlo de la mejor manera para el aprovechamiento de sus beneficios por la empresa.

➤ **Actitud de servicio.**

Convicción íntima de que es honor servir a los demás.

➤ **Satisfacción del usuario.**

Es la intención de vender satisfactores más que productos.

➤ **Toda la actividad se sustenta sobre bases éticas.**

Es inmoral cobrar cuando no se ha dado nada ni se va a dar.

➤ **El buen servidor es quien dentro de la Empresa se encuentra satisfecho, situación que lo estimula a servir con gusto a los clientes.**

Pedir buenos servicios a quien se siente esclavizado, frustrado, explotado y respira hostilidad contra la propia empresa, es pedir lo imposible.

➤ **Tratando de Instituciones de autoridad, se plantea una continuidad que va desde el todo autoritario “el poder” hacia el polo democrático “el servicio”.**

En el polo autoritario hay siempre el riesgo de la prepotencia y del mal servicio. Cuanto más nos alejemos del primer polo, mejor estaremos.

2.2.6.8 Estrategias del Servicio al Cliente

(Toso, 2004) Manifiesta que:.. Muchas personas creen que las estrategias de servicio sólo están relacionadas con la venta y promoción del producto. Las estrategias poseen como principal objetivo maximizar beneficios encontrando la manera “menos costosa” para realizarlo. Pero las mismas a su vez incluyen ciertos parámetros que deben seguirse, y estos están íntimamente ligados a varios procesos que realizan cada Empresa u Organización.

(Muller, 2003) Considera que: Una Empresa exitosa es aquella que posee estrategias que le permita un ajuste rápido y oportuno a los cambios del ambiente, el cual establece las siguientes estrategias:

- El liderazgo de la alta gerencia es la base de la cadena.
- La calidad interna impulsa la satisfacción de los empleados.
- La satisfacción de los empleados impulsa su lealtad.
- La lealtad de los empleados impulsa la productividad.
- La productividad de los empleados impulsa el valor del servicio.
- El valor del servicio impulsa la satisfacción del cliente.
- La satisfacción del cliente impulsa la lealtad del cliente.
- La lealtad del cliente impulsa las utilidades y la consecución de nuevos públicos.

Cada persona que trabaja en la Empresa u Organización tiene un rol que desempeñar para elevar el nivel de satisfacción al cliente; ya que en cualquier Empresa u Organización la productividad se mide en términos de satisfacción, y el grado de esa satisfacción, y el grado de esta satisfacción va más allá de la calidad del servicio, por lo que satisfacer correctamente las necesidades al cliente sin lugar a dudas se riges como la clave del éxito.

2.3 IDEA A DEFENDER

2.3.1 Idea General

El diseño del Plan de estrategias y políticas en el servicio de atención al cliente mejorará el desempeño laboral en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma.

2.3.2 Ideas Específicas

- Las estrategias propuestas ayudarán a la excelencia del servicio en el GAD Parroquial Rural Dayuma.

- El análisis de la situación actual de las estrategias planteadas incidirá al mejoramiento y excelencia del servicio al usuario en el GAD Parroquial Rural Dayuma.

2.4 VARIABLES

2.4.1 Variable Independiente

Diseño del Plan de estrategias y políticas en el servicio de atención al cliente.

2.4.2 Variable Dependiente

Calidad del servicio y atención al cliente.

CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 MODALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se realizó bajo la modalidad cuantitativa y cualitativa, investigación de campo, mediante esta modalidad se pudo conocer de cerca al personal administrativo de la Institución, se utilizaron encuestas, observación directa. Se utilizó la investigación bibliográfica, documental, así como también se adquirió datos de tesis de grado.

3.1.1 Modalidad Cuantitativa

Utilizaremos la modalidad cuantitativa para examinar los datos de manera numérica especialmente en el campo de la estadística.

3.1.2 Modalidad Cualitativa

Utilizaremos la modalidad cualitativa la cual estudia a profundidad la calidad de las actividades para recoger datos en sus escenarios naturales, esta modalidad da cuenta de la credibilidad de la comunicación, los conceptos y beneficios ofrecidos.

3.2 Tipos de investigación

3.2.1 Tipos de estudio de investigación

- **Bibliográfica-documental.** -Sera necesaria la recolección de diferentes libros, específicamente de planificación estratégica y atención al cliente.
- **Investigación de Campo.** -Con el criterio de (Palella, S. & Martins, F.2010) la investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. En esta modalidad la investigadora conduce a la observación directa con la realidad, de esta manera obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto.

Esta investigación fue aplicable puesto que se apoyó en la estadística, a través de la cual se midió, tabulo y se interpretó los resultados obtenidos.

- **Descriptiva.** -Se aplicara en la descripción de los diferentes hechos y acontecimientos en la investigación, sobre las causas y efectos en la atención y servicio al cliente.

3.3 Población y Muestra

3.3.1 Población

La población dentro de esta investigación la conforman los usuarios que visitan a diario en busca de atención y apoyo del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma, que tiene un promedio de 6.298 habitantes para lo cual se debe obtener la muestra a través del siguiente calculo estadístico para distribuciones normales.

Cuadro N° 1 Población

DESCRIPCIÓN	N°.
Habitantes	6.298
TOTAL	6.298

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma
Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

3.3.2 Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la siguiente formula considerando la totalidad de la población involucrada en la problemática de servicio de atención al usuario. Se aplicará la fórmula del tamaño de la muestra (Sheeldonz, 2007).

$$N = \frac{Z^2 PQN}{E^2(N - 1) + Z^2 PQ}$$

Simbología:

n = Tamaño de la muestra

N = Población o universo de estudio

P = Probabilidad de que el evento ocurra

Q = Probabilidad de que el evento no ocurra

E = Error de estimación o error muestra

Z = Nivel de confianza

Datos:

N = 6.298

Z = 1,95

P = 0,50

Q = 0,50

E = 0,05

$$N = \frac{1.96^2(0.50)(0.50)(6.298)}{0.05^2(6.298 - 1) + 1.96^2(0.50)(0.50)}$$

$$N = \frac{6048,5992}{15.7425 + 0,9604}$$

$$N = \frac{6049}{16.7029}$$

N = 362

Según los datos del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma, que tiene una población de 6.298 habitantes, siendo esto el universo o población de investigación de los cuales se obtuvo una muestra de 362 usuarios, a los cuales se procedió a aplicarse la encuesta.

3.4 Métodos Técnicas e Instrumentos

3.4.1 Método Inductivo- Deductivo

Es fundamental la utilización de este método por cuanto a la observación de la forma como se está atendiendo al usuario, ayudó a determinar si la atención es eficiente y si hay satisfacción por parte de los usuarios cuando asisten al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma.

3.4.2 Técnicas

Para la realización de este trabajo se utilizarán las siguientes técnicas.

3.4.2.1 Observación

Este método permitirá conseguir información de los procesos y procedimientos existentes en el Área de Secretaría del GAD Parroquial.

3.4.2.2 Encuestas

Se procedió aplicar las encuestas a los usuarios y empleados del GAD Parroquial Rural Dayuma, con el propósito de evaluar la calidad del servicio y el nivel de satisfacción de los usuarios.

3.4.2.3 Entrevista

Se procedió aplicar la entrevista a la presidenta del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma, con la finalidad de conocer su criterio sobre el servicio y atención que ofrece la entidad.

3.4.3 Instrumentos

3.4.3.1 Cuestionario

El cuestionario es el conjunto de preguntas diseñadas para generar datos necesarios para alcanzar los objetivos propuestos del proyecto de investigación.

El cuestionario se lo utilizó como herramienta para la recopilación de las encuestas.

3.5 RESULTADOS.

3.5.1 Generalidades.

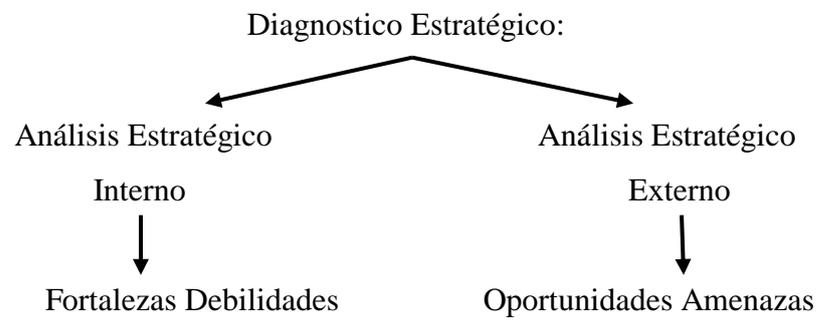
El análisis de los resultados menciona todo el proceso de organización, procesamiento, reducción, e interpretación de datos numéricos o gráficos que se disponen en los cuadros estadísticos de la investigación.

El presente trabajo de investigación se lo realizó a través de la estadística descriptiva que permitió la recolección, representación, análisis e interpretación del conjunto de datos, considerando los contenidos del marco y en relación con los objetivos y variables.

Con la finalidad de llevar a cabo lo mencionado anteriormente se realizó la investigación de campo, aplicando encuestas a los usuarios.

3.5.2 FODA del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma

3.5.2.1 Proceso Metodológico del Diagnostico Estratégico.



3.5.2.2 FODA aplicada en el GAD Parroquial Rural Dayuma

Cuadro N° 2: Foda del GAD Parroquial Dayuma

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
Conocimientos para auto administrar los planes y proyectos del GAD Parroquial Rural Dayuma.	Apoyo Parroquial para la adquisición de empleo, que se beneficia a las comunidades, de donde se extrae petróleo para el buen vivir de las comunidades.	Falta de estabilidad de algunos funcionarios que brindan el servicio al GAD Parroquial Rural Dayuma.	Mala relación política, con el Municipio y el Gobierno Nacional por falta de apoyo a los proyectos con el 12% de los sectores estratégicos.
Calidad humana de la población de Dayuma.	Talleres y capacitaciones para desarrollar un excelente servicio.	El turismo no es cuidadoso por los visitantes.	La disminución de los precios de los mercados a nivel internacional.
Calidad humana para prestar los servicios a la colectividad.	Planes de construcción de viviendas para las comunidades más requeridas.	Poca gestión ambiental por parte de las autoridades de la parroquia.	Pocas competencias establecidas por el COOTAD.
Valorar a los lugares existentes donde se pueda crear turismo comunitario.	Talleres de educación a la población sobre la salud, ambiente y valores éticos a la sociedad.	Falta de capacitación en los habitantes de las comunidades sobre temas de salud y medio ambiente.	Rivalidades políticas por los diferentes partidos locales, Cantonales y Provinciales.
Voluntad para exigir cumplimiento con el trabajo de limpieza y descontaminación para practicar el buen vivir de los habitantes.	Facilidad para participar de las diferentes capacitaciones.	Falta de capacitación sobre temas de turismo y cuidado del medio ambiente.	Falta de apoyo a la producción agrícola, por parte del GAD Parroquial.

El GAD Parroquial cuenta con maquinaria propia, que se usa para el beneficio de las comunidades.	Tener acceso a todos los servicios que presta el GAD Parroquial.	Discriminación de las diferentes entidades, en las empresas petroleras para obtener empleo.	No existe voluntad de las empresas que requieren trabajadores, porque aportan de otros sectores del País.
La Institución cuenta con talleres y capacitaciones para el beneficio de las comunidades.	Mejorar el servicio y disponibilidad en transporte a la ciudadanía.	Agua, suelo y tierra contaminación ambiental gravemente afectada por las empresas petroleras.	Enfermedades graves por razones de la contaminación petrolera.
Contar con las herramientas necesarias para brindar el servicio de acuerdo a nuestras competencias.			
Disponibilidad de maquinaria y materiales para mantenimiento vial y otros servicios.			

3.5.3 Interpretación de Resultados

3.5.3.1 Encuesta dirigida a los Usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma.

A través de los cuadros y gráficos elaborados para cada pregunta de la encuesta aplicada a los 362 usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma, donde se pudo determinar el resultado a las siguientes preguntas:

PREGUNTA 1.- ¿Se siente complacido con la atención que brinda la Institución?

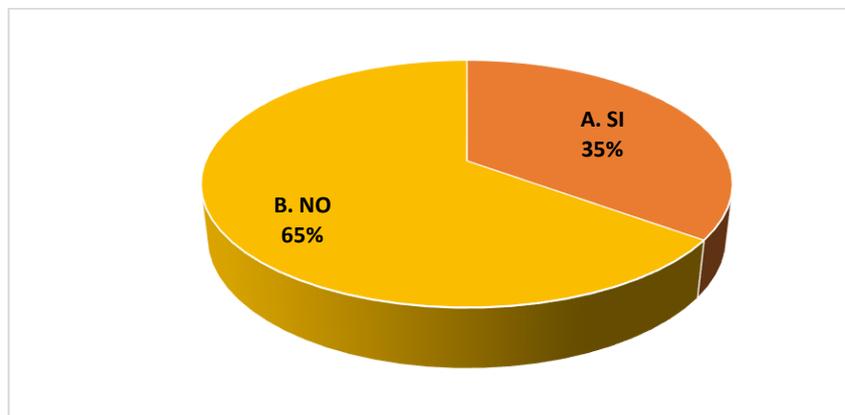
TABLA N° 1: Atención que brinda la institución

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	127	35%
NO	235	65%
TOTAL	362	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

GRÁFICO N° 1: Atención que brinda la Institución



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

Análisis: El 65% de los encuestados consideran que no se sienten complacidos con la atención que brinda la institución, mientras que el 35% sostiene que si se sienten complacidos

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas en esta pregunta, se manifiesta que el personal que labora en el GAD Parroquial Rural Dayuma, no brinda una buena atención al momento de atender al usuario, lo que incide en la imagen y prestigio de la Institución, por lo tanto, deben recibir capacitaciones de actualizaciones sobre el servicio al cliente con el fin que el funcionario esté en condiciones de dar información necesaria al usuario.

PREGUNTA 2.- ¿La Institución cuenta con personal capacitado para brindar el servicio?

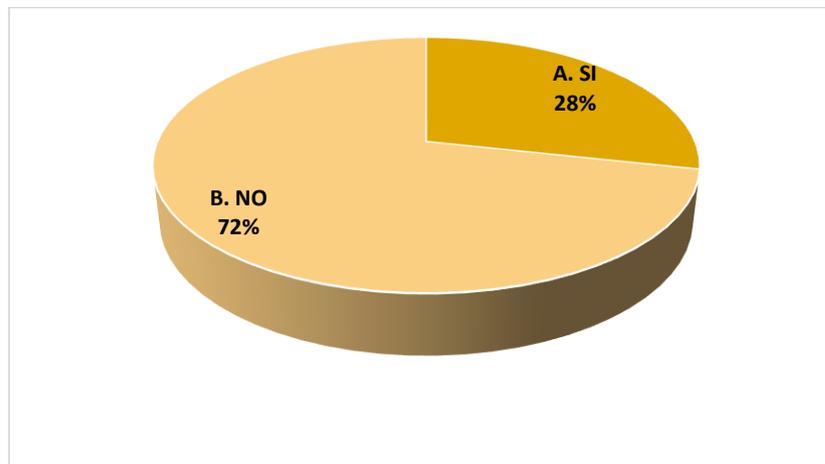
TABLA N° 2: Personal capacitado para brindar el servicio

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	103	28
NO	259	72
TOTAL	362	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

GRÁFICO N° 2: Personal capacitado para brindar el servicio



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

Análisis: El 72% de los encuestados considera que no cuenta con personal capacitado para brindar el servicio, mientras que el 28% dice que sí.

Interpretación: En la base a las respuestas obtenidas en esta pregunta, se manifiesta que la Institución no cuenta con personal capacitado para brindar el servicio, lo que conlleva a no sentir satisfacción en el usuario.

PREGUNTA 3.- ¿Creé usted que la persona responsable de la atención al cliente tiene experiencia para realizar dicha actividad?

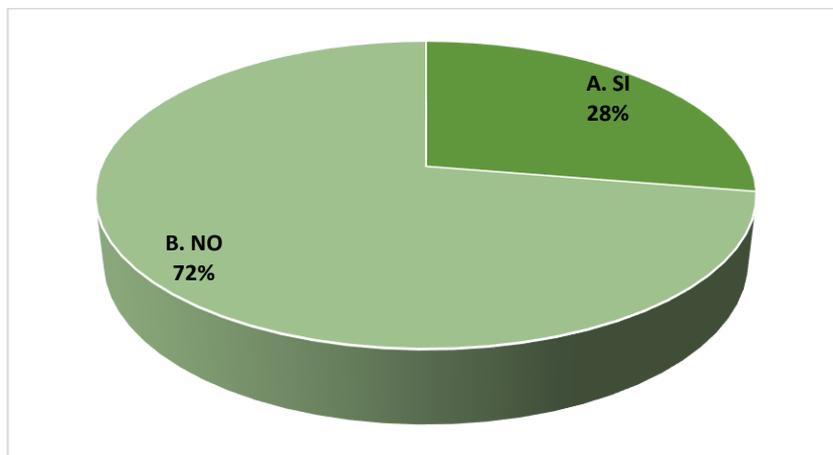
TABLA N° 3: Experiencia para realizar dicha actividad

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	100	28%
NO	262	72%
TOTAL	362	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Melida Acaro Lapo

GRÁFICO N° 3: Experiencia para realizar dicha actividad



Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

Análisis: El 72% de los encuestados considera que la persona responsable no tiene experiencia para realizar dicha actividad, mientras que el 28% manifiesta que sí.

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas en esta pregunta, se manifiesta que la persona responsable de la atención al cliente no tiene experiencia para realizar dicha actividad, lo que causa molestias en el usuario.

PREGUNTA 4.-¿La comunicación interna de la Institución es?

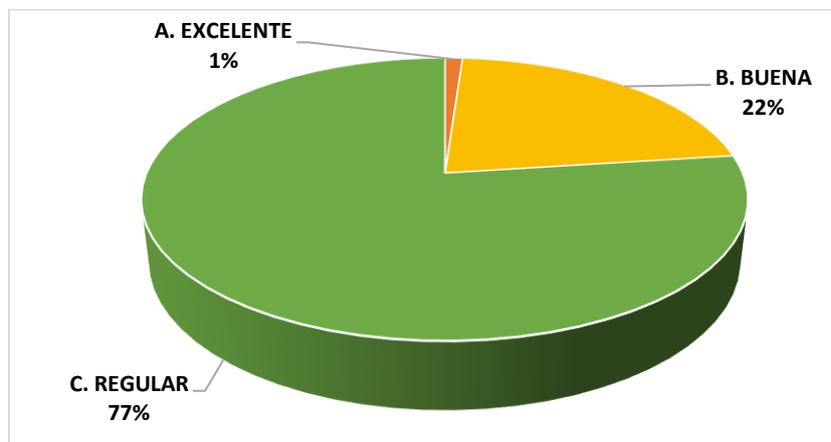
TABLA N° 4: Comunicación interna de la Institución

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	4	1%
BUENA	79	22%
REGULAR	279	77%
TOTAL	362	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

GRÁFICO N° 4: Comunicación interna de la Institución



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

Análisis: El 77% de los encuestados consideran que la comunicación interna es regular, el 22% manifiesta que es buena, mientras que el 1% sostiene que es excelente.

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas en esta pregunta, se manifiesta que la comunicación interna en el GAD Parroquial Dayuma, es regular, por lo tanto se debe realizar reuniones constantes con el fin de que la comunicación mejore notablemente ya que esto perjudica no tener una buena relación entre empleado y usuario.

PREGUNTA 5.- ¿Con que frecuencia visita usted la Institución?

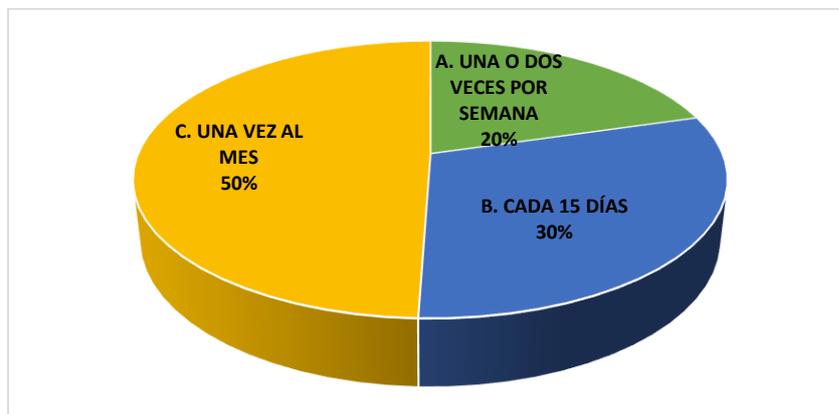
TABLA N° 5: Frecuencia que visitan la Institución

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
UNO O DOS VECES POR SEMANA	74	20%
CADA 15 DÍAS	109	30%
UNA VEZ AL MES	179	50%
TOTAL	362	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

GRÁFICO N° 5: Frecuencia que visitan la Institución



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

Análisis: El 50% de los encuestados considera que visitan la Institución una vez al mes, el 30% manifiesta que cada 15 días, mientras que el 20% sostiene que visitan una o dos veces por semana.

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas en esta pregunta, se manifiesta que los usuarios visitan una vez al mes la Institución, para solicitar apoyo y realizar dichos trámites debido a sus necesidades.

PREGUNTA 6.- ¿Cómo evalúa el nivel de profesionalismo de la Institución?

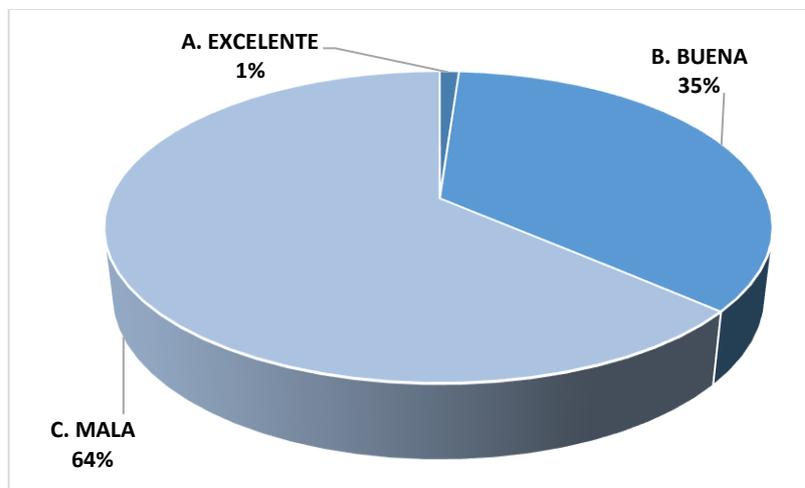
TABLA N° 6: Nivel de profesionalismo de la Institución

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	4	1%
BUENA	128	35%
MALA	230	64%
TOTAL	362	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

GRÁFICO N° 6: Nivel de profesionalismo de la institución



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

Análisis: El 64% de los encuestados evalúa que es malo el nivel de profesionalismo, el 35% manifiesta que es buena, mientras que el 1% dice que es excelente.

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas en esta pregunta, se manifiesta que el nivel de profesionalismo de la Institución es malo lo que debilita la imagen Institucional que posee el GAD Parroquial.

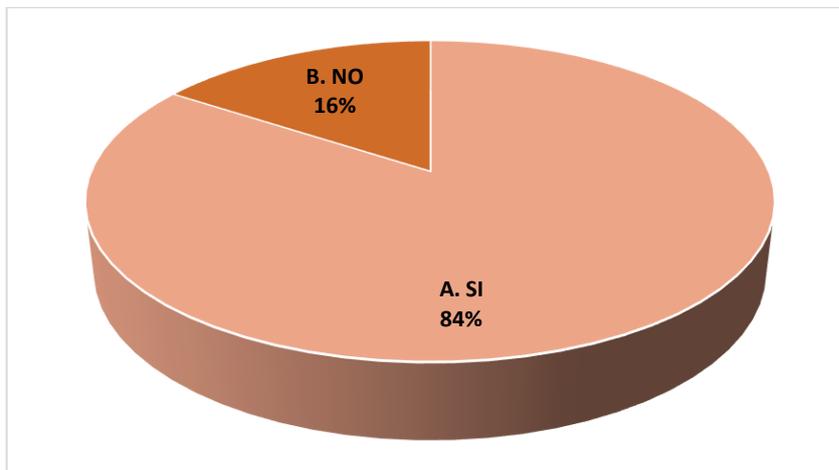
PREGUNTA 7.- ¿La Secretaria trata con cortesía a los usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma?

TABLA N° 7: Cortesía de la secretaria a los usuarios

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	305	84%
NO	57	16%
TOTAL	362	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

GRÁFICO N° 7: Cortesía de la secretaria a los usuarios



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

Análisis: El 84% de los encuestados considera que la secretaria si trata con cortesía a los usuarios del GAD Parroquial, mientras que el 16% dicen que no.

Interpretación: En bases a las respuestas obtenidas en esta pregunta, se manifiesta que la secretaria si trata con cortesía a los usuarios del GAD Parroquial Dayuma, esto revela conformidad con los usuarios y la Institución.

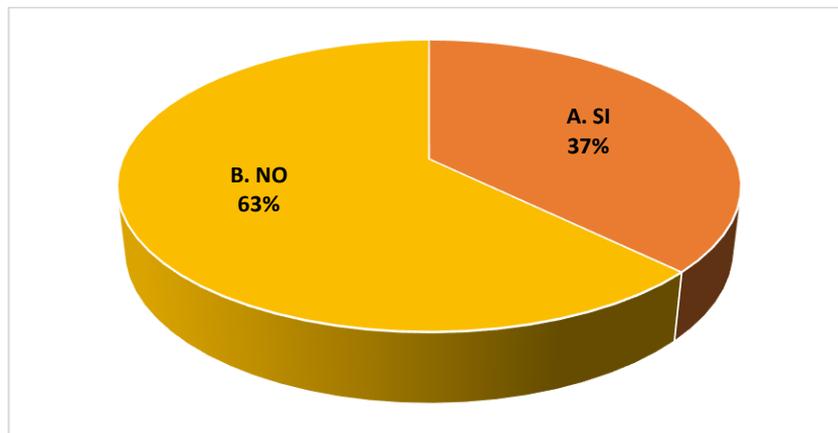
PREGUNTA 8.- ¿la secretaria resuelve sus requerimientos al momento de brindar su servicio?

TABLA N° 8: Resolución de los requerimientos

items	frecuencia	porcentaje
SI	135	37%
NO	227	63%
TOTAL	362	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Melida Acaro Lapo

GRÁFICO N° 8: Resolución de los requerimientos



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Méilda Acaro Lapo

Análisis: El 63% de los encuestados considera que la secretaria no resuelve sus requerimientos al momento de brindar su servicio, mientras que el 37% dice que sí.

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas en esta pregunta, se manifiesta que la secretaria del GAD Dayuma, no resuelve sus requerimientos al momento de brindar su servicio, lo que denota que se debe mejorar la eficiencia en el servicio.

PEGUNTA 9.- ¿Cómo considera la atención al cliente que brinda el área de Secretaría?

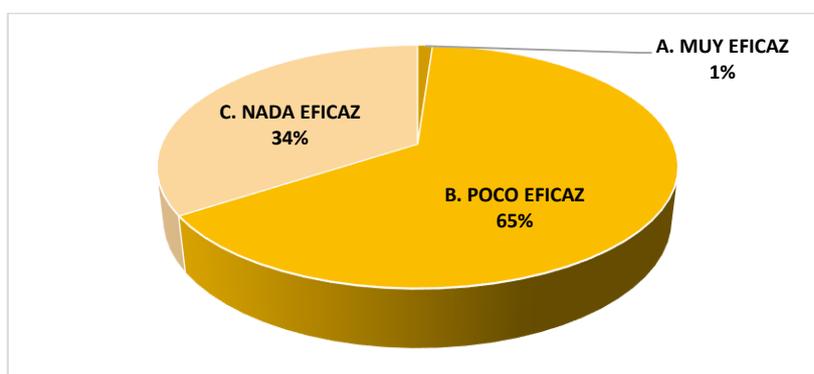
TABLA N° 9: Atención al cliente

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY EFICAZ	4	1%
POCO EFICAZ	234	65%
NADA EFICAZ	124	34%
TOTAL	362	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

GRÁFICO N° 9: Atención al cliente



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

Análisis: El 65% de los encuestados considera que la atención al cliente que brinda el área de secretaría es poco eficaz, el 34% manifiesta que es nada eficaz, mientras que el 1% sostiene que es muy eficaz.

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas en esta pregunta, se manifiesta que la atención al cliente que brinda el área de secretaría del GAD Parroquial, es poco eficaz, lo que denota que se debe mejorar la atención al cliente y así poder brindar una eficiente atención a sus requerimientos que son constantes en el día a día de las actividades que se cumplen.

PREGUNTA 10.- ¿Está de acuerdo que se diseñe el Plan de Estrategias y Políticas?

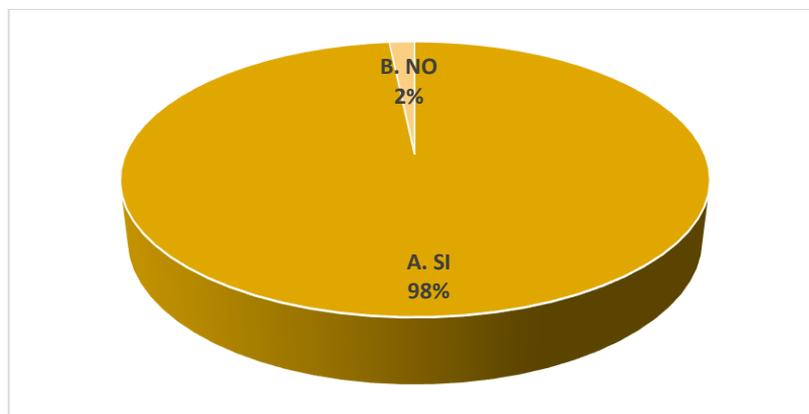
TABLA N° 10: Diseño del plan

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	356	98%
NO	6	2%
TOTAL	362	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

GRÁFICO N° 10: Diseño del plan



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

Análisis: El 98% de los encuestados considera que si está de acuerdo que se diseñe el plan de estrategias y políticas, mientras que el 2% dice que no.

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas en esta pregunta, se manifiesta que sí están de acuerdo que se diseñe el plan de estrategias y políticas, porque así mejoraría la atención al cliente, pero aplicando con responsabilidad las mismas y haciendo que los funcionarios cumplan a cabalidad sus actividades relacionadas con los usuarios por lo que se procederá al diseño del plan para mejorar el servicio de atención al cliente.

3.5.3.2 Encuestas dirigidas a los funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma.

A través de los cuadros y gráficos elaborados para cada pregunta de la encuesta aplicada a los 11 funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma, donde se pudo determinar el resultado a las siguientes preguntas.

PREGUNTA 1. ¿Considera que el ambiente laboral del área de Secretaría es?

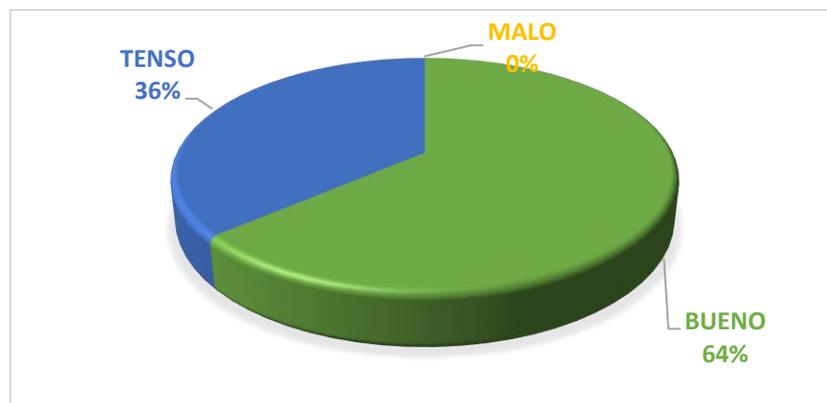
TABLA N° 11: Ambiente laboral

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BUENO	7	64%
TENSO	4	36%
MALO	0	0%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

GRÁFICO N° 11: AMBIENTE LABORAL



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

Análisis: El 64% de los encuestados considera que el ambiente laboral del área de secretaría es bueno, mientras que el 36% opina que es tenso; no representa dato alguno en el ítems de malo.

Interpretación: En base a las repuestas obtenidas de esta pregunta se manifiesta que el ambiente laboral es bueno, lo que conlleva a dar una buena imagen a la Institución y bienestar para ofrecer los servicios.

PREGUNTA 2. ¿Las relaciones interpersonales entre quienes trabajan en la Institución son?

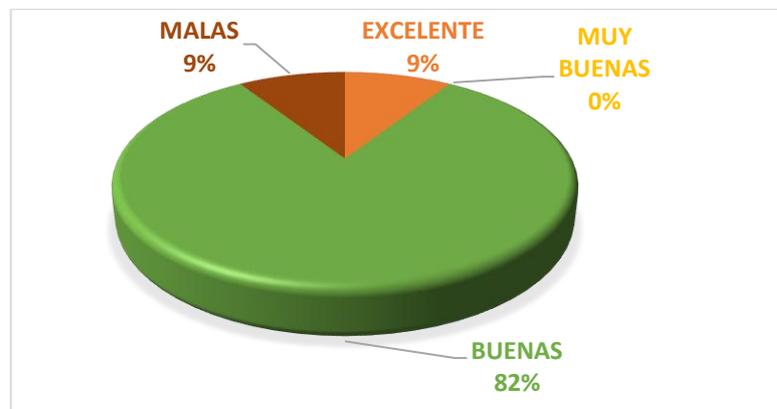
TABLA N° 12: Relaciones interpersonales

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTES	1	9%
MUY BUENAS	0	0%
BUENAS	9	82%
MALAS	1	9%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

GRÁFICO N° 12: Relaciones interpersonales



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

Análisis: El 82% de los encuestados considera que las relaciones interpersonales entre quienes trabajan en la Institución son buenas, el 9% respondió que son excelentes, mientras que el 9% respondió que son malas; no representa dato alguno en el ítems de muy buenas.

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas se manifiesta que las relaciones interpersonales son buenas por lo que los funcionarios tienen una relación firme para trabajar en equipo y así brindar un excelente servicio entre empleados y usuarios.

PREGUNTA 3. ¿Usted ha recibido capacitación para brindar el servicio de atención al cliente?

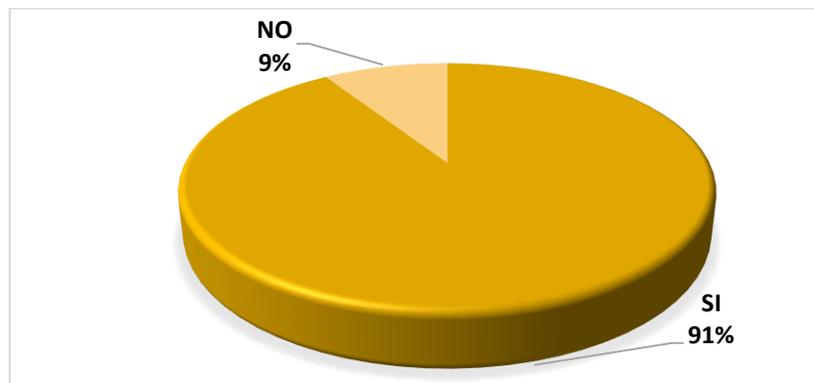
TABLA N° 13: Capacitación para brindar el servicio

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	91%
NO	1	9%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

GRÁFICO N° 13: Capacitación para brindar el servicio



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

Análisis: El 91% de los encuestados considera que si han recibido capacitación para brindar el servicio de atención al cliente, mientras que el 9% opina que no han recibido capacitación.

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas en esta pregunta se manifiesta que los funcionarios de la Institución si han recibido capacitación para brindar el servicio, pero que deben poner en práctica lo aprendido con el objetivo de mejorar sustancialmente la atención y la prestación de los servicios.

PREGUNTA 4. ¿Considera usted que el cliente es lo primero?

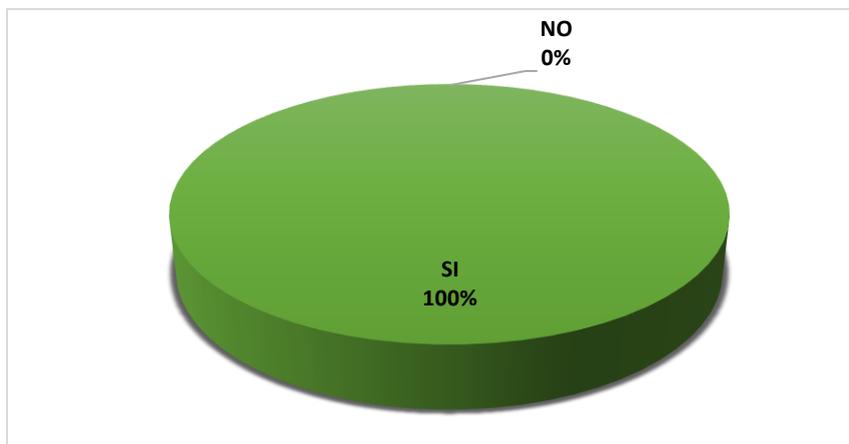
TABLA N° 14: Considera que el cliente es lo primero

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	11	100%
NO	0	0%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Mélida Acaro Lapo

GRÁFICO N° 14: Considera que el cliente es lo primero



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Mélida Acaro Lapo

Análisis: El 100% de los encuestados considera que el cliente es lo primero, no representa dato alguno en el ítems de no.

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas en esta pregunta todos los funcionarios manifiesta que el cliente es lo primero en la Institución, por lo tanto lo que se sugiere que se les motive para que su criterio se imponga ante cualquier otra actitud que no sea la de atender adecuadamente al cliente.

PREGUNTA 5. ¿Cuándo atiende a un usuario difícil usted mantiene?

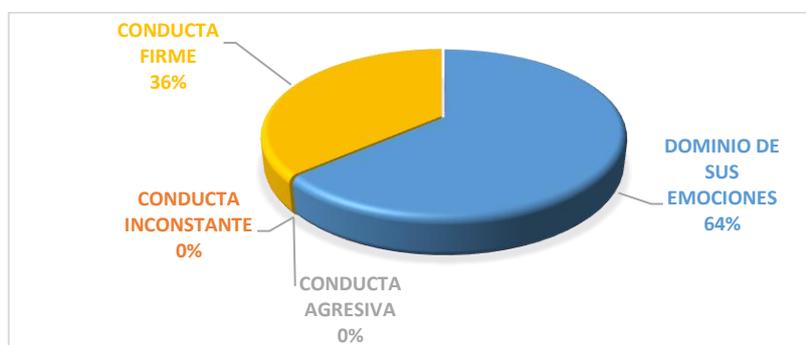
TABLA N° 15: ATENCIÓN A UN USUARIO DIFÍCIL

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DOMINIO DE SUS EMOCIONES	7	64%
CONDUCTA INCONSTANTE	0	0%
CONDUCTA AGRESIVA	0	0%
CONDUCTA FIRME	4	36%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

GRÁFICO N° 15: Atención a un usuario difícil



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

Análisis: El 64% de los encuestados respondieron que cuando atiende a un usuario difícil mantiene el dominio de sus emociones; mientras que el 36% mencionaron que tienen una conducta firme; no representa dato alguno en los ítems de conducta inconstante y conducta agresiva.

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas en esta pregunta los funcionarios mencionaron que mantienen dominio de sus emociones, lo que se sugiere que reciban capacitación sobre el servicio de atención al cliente con el fin de que estén actualizados en temas de tratos al usuario ya que es importante para dicha Institución.

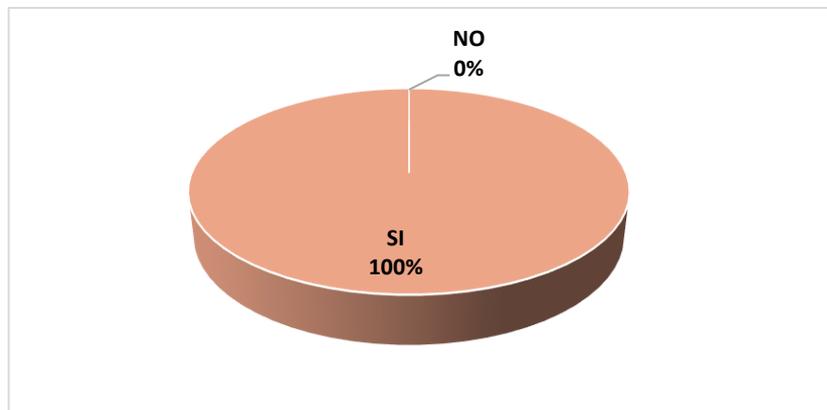
PREGUNTA 6. ¿Usted estaría dispuesto a capacitarse en temas de atención y servicio al cliente?

TABLA N° 16: Capacitación en temas de atención y servicio al cliente

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	11	100%
NO	0	0%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

GRÁFICO N° 16: Capacitación en temas de atención y servicio al cliente



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

Análisis: El 100% de los encuestados respondieron que si están dispuestos a capacitarse en atención y servicio al cliente, no representa dato alguno en el ítems de no.

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas en esta pregunta existe la predisposición del personal para capacitarse y mejorar el trato y la atención para brindar un servicio de calidad.

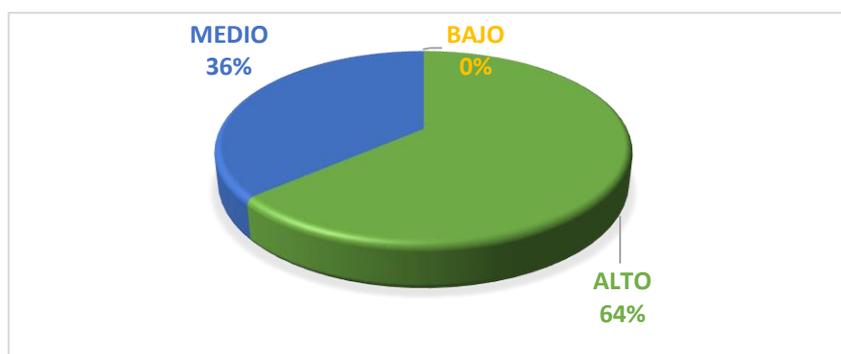
PREGUNTA 7. ¿Qué nivel de importancia cree usted que tiene el departamento para el cliente?

TABLA N° 17: Nivel de importancia que tiene el área de secretaría

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTO	7	64%
MEDIO	4	36%
BAJO	0	0%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

GRÁFICO N° 17: Nivel de importancia que tiene el área de secretaría



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

Análisis: El 64% de los encuestados respondieron que el nivel de importancia que tiene el departamento es alto, mientras que el 36% respondió que el nivel de importancia que tiene el departamento es medio, no representa dato alguno en el ítems de bajo.

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas en esta pregunta demuestran que el nivel del departamento es alto; por lo tanto, es importante que los funcionarios pongan todo de su parte con el fin de que los servicios que brindan sean de calidad.

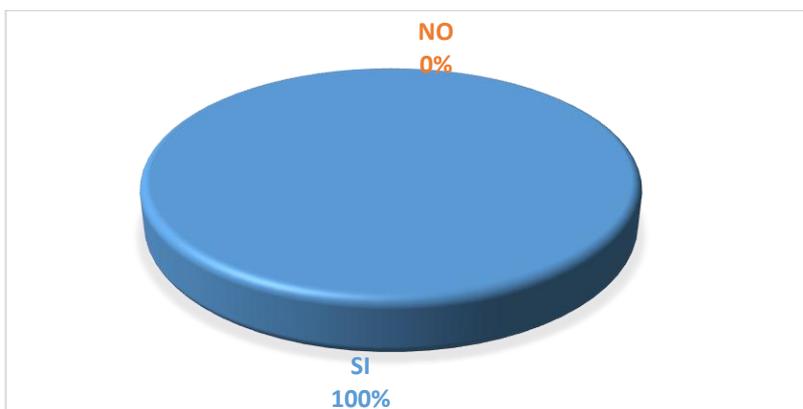
PREGUNTA 8. ¿Considera que el diseño de estrategias y políticas mejoraría la atención al cliente en la Institución?

TABLA N° 18: Diseño del plan de estrategias y políticas

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	11	100%
NO	0	0%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

GRÁFICO N° 18: Diseño del plan de estrategias y políticas



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

Análisis: El 100% de los encuestados respondieron que con el diseño del plan de estrategias y políticas si mejoraría la atención al cliente, no representa dato alguno en el ítems de no.

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas en esta pregunta se puede interpretar que mediante el diseño del plan de estrategias y políticas si mejoraría la atención al cliente pero aplicando con responsabilidad y haciendo que los funcionarios apliquen las actividades propuestas con los usuarios para brindar servicio de calidad.

3.5.4 RESULTADOS

Una vez aplicada la encuesta la misma tuvo los siguientes resultados:

3.5.4.1 Resultados de las encuestas a los usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Dayuma.

- Los usuarios califican que el personal que labora en el GAD Parroquial Dayuma, no brinda una buena atención al momento de atender al usuario, por lo que es necesario mejorar esa atención a través de capacitación al personal en temas de atención al cliente.
- Luego de la aplicación de la encuesta los usuarios manifiestan que la Institución no cuenta con personal capacitado para brindar el servicio, por lo que muestra una debilidad en la relación entre funcionarios y usuarios, lo que conlleva a dar una mala imagen a la Institución, por lo que se sugiere que deben informarse y capacitarse sobre temas de atención al cliente.
- De los resultados obtenidos de la encuesta se determinó que el mayor porcentaje de los encuestados respondieron que la persona responsable de la atención al cliente no tiene experiencia para realizar dicha actividad por lo que es necesario que los funcionarios brinden una atención adecuada y mejoren la calidad de servicio que brindan para así poder satisfacer a los clientes.
- Los encuestados manifiestan que la comunicación interna en el GAD Parroquial Dayuma, es regular por lo que es necesario que los funcionarios tengan reuniones constantes para que de esa manera la comunicación mejore ya que esto perjudica a la Institución y al servicio que ofrecen día a día.
- Después de la aplicada encuesta se determina que la mayoría de los usuarios visitan una vez al mes la Institución debido a sus diferentes necesidades que requieren.
- Se determina que el nivel de profesionalismo de la Institución es mala por lo cual se recomienda que debe contar con personal con profesionalismo para brindar una adecuada atención para que los usuarios tengan una atención satisfactoria.

- Luego de la realizada encuesta en un buen porcentaje responden que la secretaria si trata con cortesía a los usuarios por lo tanto debe ser cortés y amable con el fin de brindar un mejor servicio.
- De acuerdo al resultado obtenido de la encuesta se determina que hay un descontento de parte de los usuarios hacia la secretaria debido a que no resuelve sus requerimientos al momento de brindar su servicio por lo que los usuarios constantemente se molestan.
- Este resultado de las encuestas determina que la atención que brinda el área de secretaria es poco eficaz por lo que se debe realizar una guía de atención y servicio al cliente para que los funcionarios puedan brindar una adecuada atención.
- Luego de la realizada encuesta los usuarios manifiestan que si están de acuerdo que se diseñe el plan de estrategias y políticas para mejorar el servicio de atención al cliente ya que los usuarios merecen un trato cordial, y que la atención sea más rápida y el personal sea capacitado para que cuando ellos soliciten sus servicios puedan quedar satisfechos con la atención y el servicio.

3.5.4.2 Resultados de las encuestas a los funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma.

- El ambiente laboral en el área de secretaría según los resultados es bueno, lo cual conlleva a dar una buena imagen a la Institución y por ende lograr un cambio de actitud en todo el personal y así brindar un excelente servicio con calidad y calidez.
- Luego de la realizada encuesta los funcionarios responden a que las relaciones interpersonales entre quienes trabajan son buenas por lo cual se sugiere que se debe mantener la unión y el trabajo en equipo y de esta manera brindar un servicio satisfactorio.
- En la encuesta realizada se puede determinar que casi todo el personal ha recibido capacitación para el servicio de atención al cliente. Por lo que se sugiere que pongan en práctica lo aprendido para el buen servicio a la sociedad.
- Luego de la realizada encuesta los funcionarios consideran que el cliente es lo primero; esto nos da la pauta de que se debe realizar capacitaciones en cuanto a

servicio al cliente ya que cliente es el pilar fundamental de la institución y por ende merece el trato más cordial y el servicio de calidad.

- Luego de la realizada encuesta se hace énfasis en que la mayoría de los funcionarios mantienen dominio de sus emociones cuando atienden a un usuario difícil, ya que una mala conducta por parte de un funcionario provocará que en algunos usuarios se genera malestar lo cual se aconseja que tenga siempre el dominio de sus emociones.
- Existe la predisposición de todo el personal del GAD Parroquial Dayuma para capacitarse y mejorar el trato y la atención a los usuarios, ya que esto debería tomarse en consideración siempre en mejorar e innovar el servicio de atención al cliente a través de capacitaciones y charlas motivacionales.
- Luego de la realizada encuesta se determina que el nivel de importancia que tiene el departamento de secretaría es alto por lo que es necesaria poner énfasis en los servicios que se brinden al cliente.
- Luego de la realizada encuesta los funcionarios opinan que es de suma importancia el diseño del plan de estrategias y políticas ya que esto mejoraría por completo la atención y servicio al cliente en el área de secretaría, siempre y cuando cumplan lo establecido con responsabilidad y transparencia.

3.6 Resumen de Hallazgos de las encuestas

Objetivo.- Identificar el servicio de atención al cliente en el GAD Parroquial Dayuma.

3.6.1 Encuesta aplicada a los usuarios del GAD Parroquial Rural Dayuma.

Cuadro N° 3: Resumen de Hallazgos de la encuesta aplicada a los Usuarios

N° de pregunta	Comentario
1	El GAD Parroquial Rural Dayuma, no brindan una buena atención al usuario.
2	EL GAD Parroquial Dayuma, no cuenta con personal capacitado para brindar el servicio.
3	La funcionaria responsable del servicio de atención al cliente no cuenta con la experiencia suficiente para realizar dicha actividad, causando molestias en los usuarios al no recibir la atención correcta.
4	La comunicación en el GAD Parroquial Dayuma es regular, lo que se sugiere realizar reuniones constantes con el fin que la comunicación mejore notablemente.
5	Los usuarios visitan el GAD Parroquial una vez al mes de acuerdo a sus necesidades ya sea para solicitar apoyo o realizar dichos trámites.
6	El nivel de profesionalismo que posee el GAD Parroquial es mala lo cual debilita la imagen Institucional.
7	La Secretaria trata con cortesía a los usuarios, lo cual revela conformidad con los usuarios y la Institución.
8	La Secretaria no resuelve sus requerimientos al momento de brindar su servicio, lo que denota que debe mejorar la eficiencia en el servicio.
9	En el área de secretaría la atención que ofrecen es poco eficaz, lo cual se debe mejorar el servicio de atención, y así poder brindar un servicio de calidad a sus requerimientos que son constantes en el día a día.
10	El mayor porcentaje de los usuarios mencionan que el diseño del plan de estrategias y políticas si mejorará la atención al cliente, pero aplicando con responsabilidad las mismas y haciendo que los funcionarios cumplan a cabalidad sus actividades.

Fuente: Resumen de Hallazgos

Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

3.6.2 Encuesta aplicada a los funcionarios del GAD Parroquial Rural Dayuma.

Objetivo. - Conocer el grado de satisfacción en el servicio de atención al cliente por parte de los funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma.

3.6.2.1 Resumen de Hallazgos de las encuestas a los funcionarios.

Cuadro N° 4: Resumen de hallazgos de la encuesta aplicada a los Funcionarios

N° de pregunta	Comentario
1	El ambiente laboral del GAD Parroquial Dayuma, es bueno lo que conlleva a dar una buena imagen a la Institución y bienestar para ofrecer sus servicios.
2	Las relaciones interpersonales entre empleados son buenas ya que mantienen una relación firme para trabajar en equipo.
3	La mayor parte de los empleados, han recibido capacitación en atención al cliente, lo que se sugiere que pongan en práctica lo aprendido con el objetivo de mejorar sustancialmente la atención y la prestación de los servicios.
4	Los empleados manifiestan que el cliente es lo primero, por lo tanto lo que se sugiere que se les motive para que su criterio se imponga ante cualquier actitud.
5	Los empleados mencionaron que mantienen dominio de sus emociones, lo que se sugiere que a los empleados se les debe realizar charlas, motivaciones sobre relaciones humanas.
6	Los empleados tienen la predisposición de enriquecer sus conocimientos y mejorar el trato y la atención para brindar un servicio de calidad.
7	El nivel del departamento de secretaría es alto, por lo tanto, los empleados deben poner todo de su parte con el fin de que los servicios que brindan sean de calidad.
8	Los empleados comentan que si mejoraría la atención al cliente mediante el diseño del plan de estrategias y políticas.

Fuente: Resumen de Hallazgos

Elaborado Por: Mélida Acaro Lapo

3.6.3 Entrevista aplicada a la Presidenta del GAD Parroquial Rural Dayuma.

1.¿Qué representa el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma para usted?

Bueno es muy interesante la pregunta que usted me plantea, como Gobiernos Autónomos Descentralizados pues nos han determinado en esta administración del Sr. Presidente Rafael Correa de ahí antes eran las administraciones anteriores que han sido juntas, al demostrarnos que somos Gobiernos Autónomos Descentralizados quiere decir que tenemos autonomía y descentralización de otros niveles de Gobiernos y que tenemos nuestra propia autonomía de decisión, pero esto viene basado o adjuntado con los presupuestos del 12% de las utilidades petroleras que es lo que yo diariamente lucho en las instituciones a nivel nacional para que se nos dé pues la aceptación de esta autonomía pero en su totalidad, que no los recursos de la zona petrolera se beneficien de pronto parroquias que tienen fluencia precuinar, pero en este caso no es que seamos egoístas nos negamos compartir con nuestros hermanos ecuatorianos sino también ver nuestra realidad, tenemos bastante necesidades en el sector pero lamentablemente el 12% no está siendo utilizado como debería de ser utilizado por eso nos han dado un gobierno y nos han denominado Gobiernos Autónomos Descentralizados pero en realidad no se está cumpliendo la ley en este caso.

2.- ¿Cómo ve el desempeño laboral de los empleados?

Bueno para que voy a decir tenemos excelentes empleados acá como también de todo se puede tener no, pero no califico mal a mi personal espero estar prestando un buen servicio en caso de no haberlo pues igual me gustaría que las quejas se lo pasara por escrito y yo sabría tomar los correctivos suficientes a su debido tiempo, me encantaría pues que también lo haga en crítica constructiva el pueblo pero constructiva no destructiva.

3.- ¿Existe empoderamiento laboral de los empleados del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma?

Eso sí garantizo 100%

4.- ¿Existe una buena atención al cliente por parte de los empleados?

Bueno les hemos dado unas pocas iniciativas espero que lo estén haciendo y lo estén cumpliendo. Porque nosotros como autoridad podemos estar viendo su desempeño o de pronto cuando está la autoridad desempeñan bien y cuando no lo puedan estar no lo hagan, entonces si me gustaría rectificar de que se haga por escrito las quejas de parte del público.

5.- ¿Cómo se comportan los empleados frente a los usuarios que son groseros?

Tendrían que tener esa capacidad de poder administrar y poder dar una buena atención, a la persona que viene con agresividad hay que saber tratar con amabilidad porque muchas de las veces puede ser que viene irritado de su casa y despoja acá aunque no es nuestro deber de pronto aplacar este sentimiento, pero a veces es mucho mejor así tratar con cariño tratar con amor para que esta persona tenga la posibilidad que de pronto no pueda tener en su casa.

6.- ¿Se tiene planificado hacer capacitaciones para el personal este año y en qué temas?

Tenemos una capacitación pero está en lo que es capacitación, entonces yo creo que terminado el taller de computación estaremos viendo la posibilidad de capacitar en otra área a nuestro personal.

7.- ¿Se ha pensado en hacer capacitación en lo que es atención al cliente?

No lo hemos tenido en mente pero sería magnífica la idea y bueno si es que de pronto sea pues el mejor medio para yo poder más bien solicitar lo estaría realizando de todo gusto para poderles meditar y dar lo mejor a cada uno de nosotros de aquí de la población.

8.- ¿Qué opina sobre el diseño del plan de estrategias y políticas en el servicio de atención al cliente?

Bueno el diseño del plan sería magnífico porque así podríamos tener una base en que regirnos y poder de pronto cumplir según a lo que hemos planificado, entonces es muy importante, interesante y ponerlo en práctica es lo más correcto que hacerlo, yo puedo decir muchas cosas lindas con muchos conocimientos pueden estar plasmados muchas páginas, pero lo más importante de todo esto es ponerlo en práctica así puedo decir aprendí algo y pude enseñar algo, cuando uno aprende algo y no comparte es como que nunca aprendió nada.

3.6.3.1 Resumen de hallazgo de la entrevista

Objetivo. - Conocer la opinión sobre el servicio al cliente por parte de la Presidenta del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma.

Cuadro N° 5: Resumen de hallazgos de la entrevista aplicada a la Presidenta

N° de pregunta	Comentario
1	Como Gobiernos Autónomos Descentralizados quiere decir que tenemos autonomía y descentralización de otros niveles de Gobiernos y que tenemos nuestra propia autonomía de decisión.
2	Existen excelentes empleados acá como también de todo se puede tener.
3	Garantizado 100%
4	Existen iniciativas para brindar una buena atención al cliente.
5	Tener capacidad para poder administrar y poder dar una buena atención y saber tratar con amabilidad.
6	Se está cumpliendo con una capacitación en lo que respecta a lo que es computación. Existe la posibilidad de capacitar en otra área al personal.
7	No tiene planificado, pero existe la posibilidad de solicitar capacitaciones para brindar un mejor servicio a la población.
8	El diseño del plan sería una base en que regirse y poder cumplir lo planificado.

Fuente: Resumen de Hallazgos

Elaborado Por: Mélida Acaro Lapo

CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 TÍTULO

“PLAN DE ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS EN EL SERVICIO DE ATENCION AL CLIENTE EN EL ÁREA DE SECRETARÍA, EN EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DAYUMA, CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA, PROVINCIA DE ORELLANA”

4.2 INTRODUCCIÓN

La Asamblea Nacional del Ecuador el 19 de octubre del 2010, crea la ley para los GADS Municipales, Provinciales y Juntas Parroquiales que es el Código Orgánico y de Organización Territorial Autonomía y Descentralización (COOTAD), con el fin de promover el desarrollo equitativo, solidario y sustentable del territorio, la integración y participación ciudadana, así como el desarrollo social y económico de la población.

El mismo que organiza su Institución dividiéndolo en partes iguales para poder administrarlo eficientemente como áreas o departamentos: administrativa, financiera, recursos humanos y servicios, promoviendo el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial parroquial, para garantizar la realización del buen vivir, permitiendo realizar una buena legislación de los GADS Parroquiales, los mismos que permite prestar servicios públicos que les sea expresamente delegados o descentralizados con criterios de calidad, eficacia y eficiencia; observando los principios de Universalidad, Accesibilidad, Regularidad y Continuidad.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma de la Provincia de Orellana, es una Institución con autonomía administrativa, económica y financiera responsable de buscar el adelanto de la parroquia, que tiene la obligación de planificar, gestionar, coordinar y ejecutar programas y proyectos de desarrollo con los organismos públicos y privados que tengan injerencia en la parroquia, debiendo al mismo tiempo evaluar y fiscalizar los mismos; todo esto en concordancia con la Constitución Política

de la República y Código Orgánico de Organización Territorial, en beneficio de la ciudadanía.

En este mundo tan competitivo en el que vivimos y nos desenvolvemos cada día, un factor importante es el servicio al cliente, ya que se ha convertido en un elemento significativo para el desarrollo de nuestro país, el motivo principal de su desarrollo es la gran necesidad del servicio por la ciudadanía, razón por la cual estas Instituciones deben estar aptas, es decir contar con procesos apropiados que permitan desarrollar de manera eficiente sus actividades y de esta forma lograr la satisfacción del cliente, y el propósito de la institución.

El GAD Parroquial Rural Dayuma, es una Institución que tiene una gran demanda de habitantes, su desarrollo económico ha conllevado al crecimiento poblacional, pero la falta de preparación y conocimiento sobre temas de atención y servicio al cliente, y el mal funcionamiento por parte de los servidores públicos se ha convertido en un servicio insatisfactorio.

Con base a lo anterior, y con el propósito de cambiar esta realidad se propuso este proyecto titulado “Diseño de un Plan de Estrategias y Políticas en el servicio de atención al cliente en el área de secretaría, en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma” permitiéndonos analizar el servicio y el cumplimiento de los procesos, así como determinar el grado de eficiencia y eficacia y a su vez regenerando el ámbito laboral con los que se maneja la entidad, y así lograr convertirse en una institución de prestigio y responsabilidad en la prestación de los servicios a nivel nacional y dando paso al buen vivir de la ciudadanía.

4.3 Objetivos

Objetivo General

Diseñar el plan de estrategias y políticas en el servicio de atención al cliente en el Área de Secretaría en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma, Provincia de Orellana, con el propósito de determinar la eficiencia de las actividades realizadas por la entidad.

Objetivos específicos

- Conocer la importancia del diseño de estrategias y políticas en el servicio de atención al cliente, en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma.
- Presentar el diseño del plan de estrategias y políticas con sus respectivas recomendaciones que prometan una mejor toma de decisiones.
- Aplicar las estrategias y políticas diseñadas y evaluar a través del servicio y atención que ofrece a la ciudadanía.

4.4 GENERALIDADES DEL GAD

4.4.1 Breve reseña histórica

La Parroquia Dayuma, fue fundada el 16 junio de 1990. Quien estaba durante la administración el Dr. Rodrigo Borja Cevallos, el Consejo Municipal de Orellana presidía por el ilustre Prof. Oswaldo Flores, con fecha 16 de junio de 1990, expidió la ordenanza de la creación de la Parroquia Dayuma, en su correspondiente jurisdicción Cantonal, para luego ser aprobado y publicado en el registro N-519 el 11 de septiembre de 1990.

Lleva su nombre en honor a la indígena wuaorani Dayuma, quien vio nacer y crecer el pueblo Dayumence, en la actualidad existen descendientes de su zona que viven en su entorno cultural y ancestral, la Parroquia pertenece al Cantón de la Provincia de Orellana del mismo nombre, sus símbolos y sus colores representan su historia, su cultura, sus tradiciones y costumbres, el estandarte está constituido por un lienzo de forma rectangular de 150 cm. De largo por 70 cm. De ancho; compuesto por los siguientes colores:

Verde: Símbolo de la naturaleza, de su flora, la esperanza de un mañana mejor, de un nuevo provenir, del amor a la tierra y su producción.

Negro: Símbolo de la producción petrolera, los múltiples sacrificios y penalidades por las subsistencias de los nuevos colores.

Rojo: Simboliza la sangre derramada por los wuaoranis, por conservar su territorio y los colonos por tener un pedazo de tierra para vivir.

El estandarte penderá de una asta elaborada de PUSHIGUA, en forma de lanza nativa de sus lados lleva dos cordones de piola de chambira, la una posee el color de la Bandera Nacional y la otra la Cantonal.

Tiene una población de 6.298 habitantes, y es una de las Parroquias más bonitas e importantes de la Amazonía Ecuatoriana, ya que es una de las zonas turísticas y con mayor producción agrícola y petrolera.

En la actualidad la Parroquia Dayuma, está presidida por la Presidenta Judith Magali Hidalgo Cuenca, por la Vicepresidenta Maura Guevara, cuenta con tres vocales, con una planificación tanto en departamentos de obras públicas y proceso de Asesoría Jurídica, proceso habilitante de apoyo Secretaría y Tesorería y unidades operativas como: Operador y chofer.

Sus límites son los siguientes:

Al Norte: Con las Parroquias el Dorado, Taracoa.

Al Sur: Con la Parroquia Inés Arango

Al Este: Con la Parroquia Alejandro Labaka.

Al Oeste: Con las Parroquias la Belleza y García Moreno.

4.2.2 Identificación del GAD

El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma se encuentra ubicado en el km 40 de la vía auca margen derecho con un edificio de dos pisos que se puede observar en la siguiente fotografía.



4.4.3 Que ofrece el GAD

El GAD Parroquial Rural ofrece:

- Elaborar el Plan Parroquial Rural de Desarrollo, el de Ordenamiento Territorial y las políticas públicas.
- Ejecutar las acciones de ámbito parroquial que se deriven de sus competencias, de manera coordinada con la planificación Cantonal y Provincial, y realizar, en forma permanente, el seguimiento y rendición de cuentas sobre el cumplimiento de las metas establecidas.
- Ejecutar las competencias exclusivas y concurrentes reconocidas por la constitución y la ley.
- Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos, y propiciar la organización de la ciudadanía en la parroquia.
- Fomentar la inversión y el desarrollo económico, especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como agricultura, ganadería, artesanía y turismo, entre otros, en coordinación con los demás GADS.

4.4.4 OBJETIVOS DEL GAD

Objetivo General

Radica en procurar por todos los medios legales y reglamentos, el bienestar de sus habitantes dentro de la circunscripción territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma, a través de una labor transparente, eficiente y ético.

Objetivos específicos

- Planificar e impulsar el desarrollo físico del centro parroquial en áreas urbanas y rurales, el entorno natural y cultural.
- Ejecutar las obras necesarias y de conformidad con las disposiciones legales y financieras, además de propiciar la convivencia civilizada entre los diferentes sectores de la población.
- Prestar los servicios públicos, sociales y comunitarios en beneficio de la población más vulnerable, niños, adultos y discapacitados.
- Gestionar con los distintos Gobiernos Autónomos Descentralizados y con el Gobierno central, la realización de obras en concordancia con el Plan de Desarrollo Parroquial y Ordenamiento Territorial.
- Fortalecer el desarrollo de las capacidades humanas de la población del GAD Parroquial Dayuma, a través de la creación de fuentes de trabajo.

4.4.5 COMPETENCIAS DEL GAD

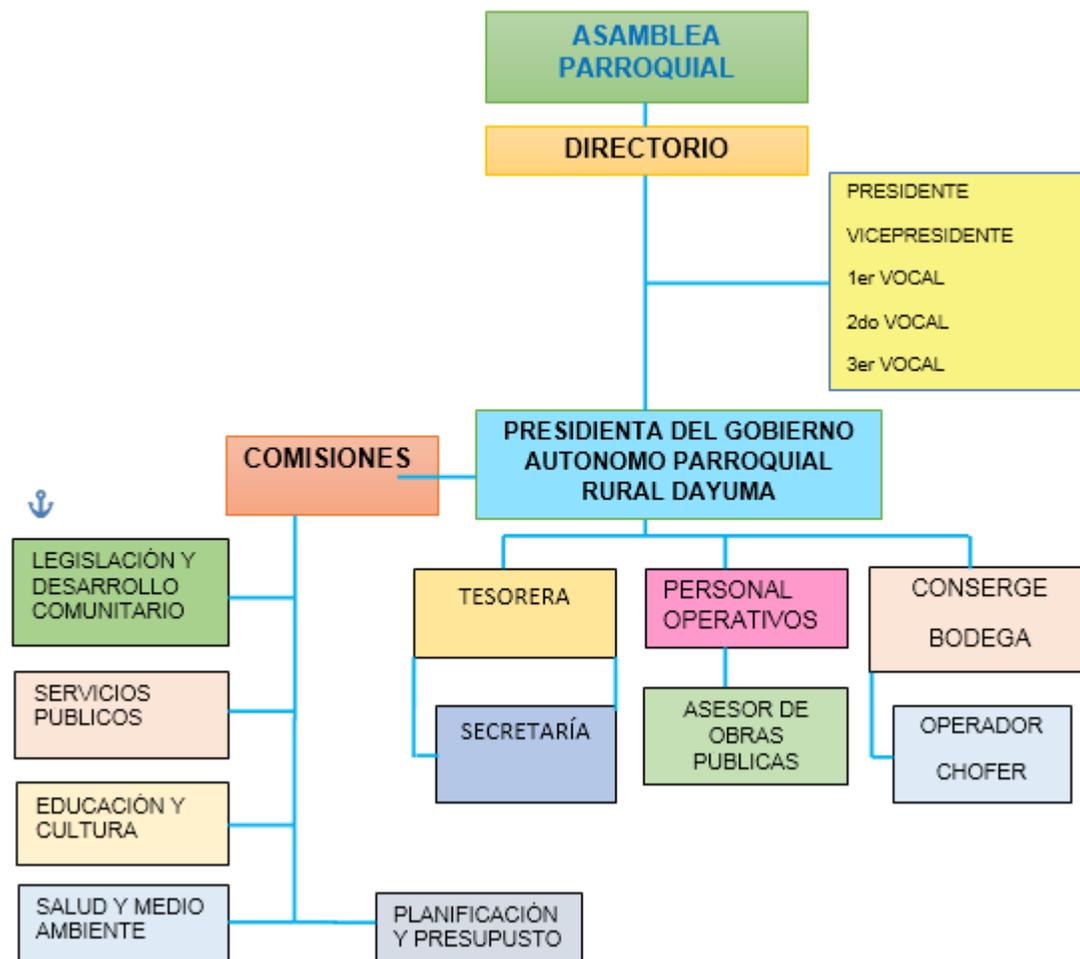
Artículo 65.- Competencias exclusivas del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural.- Los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales Rurales ejercerán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de otras que se determinen.

- a) Planificar junto con otras Instituciones del sector público y actores de la sociedad el desarrollo parroquial y su correspondiente Ordenamiento Territorial, en

coordinación con el Gobierno Cantonal y Provincial, en el marco de la interculturalidad, y plurinacionalidad y el respeto a la diversidad.

- b)** Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos anuales.
- c)** Planificar y mantener en coordinación con los Gobiernos Provinciales, la vialidad parroquial rural.
- d)** Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente.
- e)** Gestionar, coordinar y administrar los servicios públicos que le sean delegados o descentralizados por otros niveles de Gobierno.
- f)** Promover la organización de los ciudadanos de las comunas, recintos y demás asentamientos rurales, con el carácter de organizaciones territoriales de base.
- g)** Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias.
- h)** Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos.

4.4.6 ESTRUCTURA ORGANICA DEL GAD



4.4.7 VALORES

Honestidad

- Respeto a la verdad en relación con el mundo, los hechos y las personas.

Transparencia

- Permitir que los demás entendieran claramente el mensaje que les estamos proporcionando y perciban un mensaje que exprese lo que realmente deseamos o sentimos.

Compromiso

- Comprometerse es poner al máximo nuestras capacidades para sacar adelante todo aquello que se nos ha confiado. El compromiso que se hace de corazón va más allá de la firma de un documento, o un contrato.

Responsabilidad

- La responsabilidad es un valor que está en la conciencia de la persona, que le permite reflexionar, administrar, orientar y valorar las consecuencias de sus actos, siempre en el plano de lo normal.

Fidelidad

- La fidelidad es la virtud para dar cumplimiento a una promesa.

Se trata de un acuerdo que implica una serie de responsabilidades y que no debería ser violado por ninguna de las partes.

4.4.7.1 VISIÓN Y MISIÓN

Visión

El GAD Parroquial Rural Dayuma, con su estructura orgánica y funcional continua prestando sus servicios a la comunidad, su personal altamente capacitado presta atención personalizada a sus clientes en condiciones de eficiencia y responsabilidad, sus directivos han diseñado políticas, estrategias y tácticas que satisfacen las necesidades de la comunidad.

Misión

- a) Planificar junto con otras instituciones del sector público y actores de la sociedad el desarrollo parroquial y su correspondiente ordenamiento territorial, en coordinación con el Gobierno Cantonal y Provincial en el marco de la interculturalidad y plurinacionalidad y el respeto a la diversidad.
- b) Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la Parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos anuales.
- c) Planificar y mantener, en coordinación con los Gobiernos Provinciales, la vialidad Parroquial Rural.
- d) Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente.
- e) Gestionar, coordinar y administrar los servicios públicos que le sea delegados descentralizados por otros niveles de Gobierno.

- f) Promover la organización de los ciudadanos de las comunas, recintos y demás asentamientos rurales, con el carácter de organizaciones territoriales de base.
- g) Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias: y
- h) Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos.

4.8 FUENTES DE ESTUDIO

En este trabajo de investigación fue necesario aplicar técnicas e instrumentos de investigación como fue la entrevista a la presidenta del GAD Parroquial Rural Dayuma, y encuestas dirigidas tanto al personal como a los usuarios del GAD, las mismas que permitió tener la idea clara de los cambios que se deben obtener en el desempeño laboral de los empleados.

Las fuentes de información que se utilizaron fueron las siguientes:

Fuentes Internas:

- Nivel Directivo
- Personal Administrativo

Fuentes Externas:

- Bibliografía
- Webgrafía

4.9 CONTENIDO DE LA PROPUESTA

Las políticas planteadas se sustentan en los problemas encontrados a través de encuestas que fueron aplicadas, cuyo objetivo es solucionar los problemas identificados, sus causas, sin alterar las fortalezas y factores claves del éxito alcanzados y que son propios de la unidad de secretaría del GADPRD.

4.9.1 Formulación de la estrategia.

4.9.1.1 Objetivos Estratégicos

- Instruir a los funcionarios de la unidad de Secretaría del GADPRD, para una apropiada aplicación de las normas, reglamentos, principios, valores, implementados para dar un servicio de calidad.
- Receptar quejas y/o sugerencias de los clientes externos, para analizarlos y buscar alternativas que coadyuven a conseguir un cambio de actitud en los servidores de la Unidad de Secretaría del GADPRD.
- Elaborar el reglamento orgánico y un manual de funciones actualizado para la optimización de los procesos en el GADPRD, para fortalecer las capacidades, y habilidades de los funcionarios con el fin de conseguir la satisfacción de los clientes externos.

Estrategias

- Realizar eventos de Capacitación en servicio al cliente y al personal del GADPRD.
- Elaborar una guía cuyo objetivo sea el mejoramiento de la calidad del servicio.
- Revisar permanente del buzón de quejas y/o de sugerencias de la unidad de secretaría del GADPRD.
- Actualizar los Procedimientos de la unidad de Secretaría del GADPRD.

Políticas

- Establecer el ingreso de la unidad solamente a personal autorizado.
- Que los clientes externos salgan satisfechos de haber recibido un servicio de calidad, con calidez necesaria acorde a su necesidad.
- Conseguir el reconocimiento a nivel Local, Cantonal, Provincial, Regional y Nacional como un GADPR, que presta servicios de calidad.

- Establecer en forma sistemática el plan de mejoramiento continuo, sobre la forma en que se realizan las actividades en el GDPRD, para de esta manera aumentar su eficiencia, eficacia y efectividad.

4.10. EJECUCIÓN ESTRATÉGICA.

4.10.1 Plan de Gestión.

4.10.2 Objetivos Operacionales 1

- Diseñar técnicas y procesos metodológicos para su aplicación correcta y eficaz en el desenvolvimiento del servicio de atención al cliente en la Unidad de Secretaría del GADPRD.
- Mantener actualizados los conocimientos en temas afines al servicio y atención al cliente, a los funcionarios de la Unidad de Secretaría del GADPRD.

TABLA N° 19: Estrategia 1

ESTRATEGIA 1	META	INDICADORES	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	RECURSO	TIEMPO	PRESUPUESTO	FINANCIAMIENTO	IMPACTO
Realizar eventos de capacitaciones en el servicio al cliente y al personal del GADPRD.	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar al 100% al personal de la unidad de secretaría del GADPRD, sobre temas de atención al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Número de capacitaciones proyectadas para el personal de la unidad de secretaría. • Número de personal capacitado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conferencia sobre técnicas de comunicación . • Taller sobre el servicio de atención al cliente. 	Representante de la unidad de secretaría del GADPRD.	Financiero Materiales Humanos	Del 01/06/2016 al 05/06/2016	\$ 500	GAD Parroquial Rural Dayuma.	Promover el fortalecimiento del plan de estrategias y políticas a través de capacitaciones mediante la aportación de nuevos conocimientos y así lograr el cambio de actitud, lo cual se va a mejorar el servicio, brindando una atención personalizada para mantener clientes satisfechos.

Fuente: Plan de Capacitación para el Área de Secretaría del GADPR

Elaborado Por: Mélida Acaro Lapo

4.10.3 Objetivos Operacionales 2

- Elaborar una guía para mejorar la calidad de servicio al cliente.
- Proporcionar la guía a los funcionarios de la unidad de secretaría del GAPRD.

TABLA N° 20: Estrategia 2

ESTRATEGIA 2	META	INDICADORES	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	RECURSO	TIEMPO	PRESUPUESTO	FIANCIAMIENTO	IMPACTO
Guía para mejorar la calidad de servicio al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de la guía. • Entrega de la guía al 100% a los funcionarios del GADPRD. 	<ul style="list-style-type: none"> • Guía elaborada al 100%. • Número de funcionarios que recibieron la guía. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recopilación de la información sobre temas del servicio de atención al cliente. • Diseño de la guía. • Número de funcionarios para la adquisición de la guía. 	Representante del área de secretaría del GADPRD.	Financiero Materiales Humanos	Del 01/06/2016 Al 31/06/2016	\$ 500	GAD Parroquial Rural Dayuma.	Fortalecer los conocimientos a los funcionarios sobre la calidad y eficiencia del servicio al cliente con el objetivo de cumplir sus expectativas.

Fuente: Plan para mejorar la calidad de servicio al cliente para el Área de Secretaría del GADPRD.

Elaborado por: Mérida Acaro Lapo

4.10.4. Objetivos Operacionales 3

- Contar con un buzón de quejas y/o sugerencias adecuado.
- Analizar y buscar alternativas para un cambio de actitud a los funcionarios que tienen contacto directo con el cliente.

TABLA N° 21: Estrategia 3

ESTRAEGIA 3	META	INDICADORES	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	RECURSO	TIEMPO	PRESUPUESTO	FINANCIAMIENTO	IMPACTO
Revisar permanente del buzón de quejas y/o sugerencias de la Unidad de Secretaría.	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de un diseño sobre el uso del buzón de quejas y/o sugerencias. • Entrega del archivo al 100% de los funcionarios de la unidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Número de funcionarios de la unidad de secretaría. • Numero de archivos entregados a cada uno de los funcionarios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recaudación de información sobre quejas y/o sugerencias. • Diseño de quejas y/o sugerencias • Entrega del archivo. 	Representante y funcionarios de la unidad de secretaría del GADPRD.	Humanos Materiales Financieros	Del 10/06/2016 al 14/06/2016	\$ 500	GAD Parroquial Rural Dayuma.	Los funcionarios asumirá la responsabilidad de hacer el seguimiento pertinente con el fin de que el cliente este siempre satisfecho, y así reducir las molestias de los usuarios.

Fuente: Plan de Buzón de quejas y/o Sugerencias para el Área de Secretaría del GADPRD.

Elaborado por: Mélida Acaro Lapo

4.10.5. Objetivos operacionales 4

- Optimizar los procesos en la unidad de secretaría, reduciendo los tiempos de espera.
- Fortalecer las capacidades y habilidades de los funcionarios para ampliar el grado de satisfacción de los clientes externos.

TABLA N° 22: Estrategia 4

ESTRATEGIA 4	META	INDICADORES	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	RECURSO	TIEMPO	PRESUPUESTO	FINANCIAMIENTO	IMPACTO
Actualización de los procedimientos de la Unidad de Secretaría.	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión y actualización del manual de funciones. • Entrega del archivo al 100% a los funcionarios de la unidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Número de funcionarios de la unidad de secretaría del GADPRD. • Número de funcionarios que recibieron el manual. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recopilación de la información sobre el manual de funciones. • Elaboración del documento • Entrega del documento. 	Representante y funcionarios de la unidad del GADPRD.	Humanos Materiales Financieros	Del 03/06/2016 Al 28/06/2016	\$ 500	GAD Parroquial Rural Dayuma.	Fortalecer con instrucciones a los funcionarios de la unidad de secretaría del GADPRD. Mediante la aplicación del manual de funciones de esta manera se actualizará los procedimientos con el fin de ampliar el grado de satisfacción de los clientes, y reducir tiempos de espera.

Fuente: Plan para la actualización de los procedimientos para el Área de Secretaría del GADPRD.

Elaborado por: Mélida Acaro Lapo



**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
PARROQUIAL RURAL DAYUMA**



**PROGRAMA DE CAPACITACIÓN EN EL SERVICIO DE
ATENCIÓN AL CLIENTE PARA EL PERSONAL DEL
GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
PARROQUIAL RURAL DAYUMA**

ESTRATEGIA N° 1

**Realizar eventos de capacitación en el servicio al cliente, para
el personal del GADPRD.**

OBJETIVO DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

**Capacitar al personal para la ejecución inmediata y eficiente
de las diversas actividades para el continuo desarrollo y
mejora al servicio al cliente.**

AUTORA:

MÉLIDA MARÍA ACARO LAPO





CAPACITACIÓN
EN ATENCIÓN AL CLIENTE

**PLANIFICACIÓN EN TEMAS DE CAPACITACIÓN
EN ATENCIÓN AL CLIENTE**



Actividad N° 1	Responsable	Duración
Conferencia	GAD Parroquial Rural Dayuma.	20 Horas
Tema: Técnicas de Comunicación.		
✓ Manejo de las relaciones interpersonales.		
✓ Tipos de Comunicación.		
✓ Habilidades para una escucha activa.		
Actividad N° 2	Responsable	Duración
Taller	GAD Parroquial Rural Dayuma.	20 Horas
Tema: Atención y Servicio al Cliente.		
✓ La atención y servicio al cliente.		
✓ Principios y valores del cliente.		
✓ Tipos de atención al cliente.		
✓ Características del servicio.		
✓ Manejo de quejas y/o sugerencias.		
✓ Manejo del manual de atención al cliente.		
Actividad N° 3	Responsable	Duración
Seminario	GAD Parroquial Rural Dayuma.	20 Horas.
Tema: El Cliente.		
✓ Tipos de clientes.		
✓ Expectativas del cliente.		
✓ Satisfacción del cliente.		
✓ Niveles de satisfacción del cliente.		
✓ Diferencias entre clientes internos y externos.		

4.11. Estrategias para mejorar la calidad de servicio al cliente en la Unidad de Secretaría del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma.

4.11.1 Estrategia 1: Realizar eventos de capacitación en el servicio al cliente, al personal del GADPRD.

Se propone la ejecución del siguiente programa para realizar eventos de capacitación, con el objetivo de restablecer y/o alcanzar nuevos conocimientos sobre el servicio de atención al cliente.

Objetivos del programa de capacitación

- Capacitar al personal para la ejecución inmediata y eficiente de las diversas actividades para el continuo desarrollo y mejora al servicio al cliente.

Objetivos específicos

- Mejorar métodos y procedimientos en los temas relacionados con el servicio al cliente.
- Disminuir las quejas de los clientes por el mal servicio de atención.
- Desarrollar técnicas de cultura para el correcto y eficaz desenvolvimiento en la atención y servicio al cliente en la unidad de secretaría del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma.

Descripción

La unidad de secretaría que dispone la Institución cuenta con un personal profesional, el cual se convierte en una herramienta óptima para el fortalecimiento del servicio de atención al cliente.

La capacitación es un proceso estratégico que se aplica de manera sistemática y organizada mediante el cual los funcionarios cumplen los procesos y desarrollan sus capacidades y habilidades referentes al trabajo, y favorece en gran medida la evaluación

y reflexión de las propias actitudes para generar un cambio y sensibilización con relación al servicio al cliente.

Siendo la calidad del talento humano la parte fundamental de toda organización misma que ayuda a obtener una fuerza de trabajo diestra y motivada al progreso e integración del personal en la organización, el incremento y mantenimiento de su eficiencia, y por otro lado ofreciendo la mejor expectativa como empleador para mantener excelentes relaciones laborales y la implantación de acciones específicas del departamento del departamento para mejorar su desarrollo.

Esta proyección para esta formación profesional abarca a todos los funcionarios de la unidad de secretaría del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma, considerando que el importante tema es el servicio de atención al cliente, ya que todos los empleados de cada puesto asignado ofrecen servicio y atención al usuario, es decir que deben tener pleno conocimiento y dominio de este mecanismo.

El programa de capacitación incluye a todos los funcionarios de la unidad de secretaría del GADPRD, donde se empleará los temas sugeridos de servicio al cliente, entre este mecanismo se acopiará las sugerencias de los colaboradores, quienes serán registrados de acuerdo a su área de trabajo.

Considerando que la capacitación es una herramienta para la formación de los funcionarios que se sustenta en el estudio de la problemática alrededor del servicio al cliente, el cual se desarrollará conforme al esquema establecido para lograr la aplicación de las estrategias determinadas en el tiempo expreso que ayude a la consecución de la misión y visión institucional.

Justificación

El personal es el elemento principal en toda Empresa o Institución, mecanismo que ejecuta con inteligencia ante toda actividad o medio en el que se desenvuelve.

Un talento motivado y desarrollado ayuda a promover el desempeño eficiente del personal y a la vez es el medio que permite alcanzar las metas y objetivos propuestos directamente o indirectamente con el trabajo.

Al estar capacitado el personal, esta perfeccionado para actuar con conocimientos eficaces al cargo que desempeña, asimismo mejoraría el ambiente laboral y con un equipo de trabajo competente y mejora al servicio al cliente.

En tal sentido se proyecta el presente programa de capacitación en el servicio y atención al cliente, para mejorar la actitud y aptitud del personal que labora en el GADPRD.

Alcance

Este programa está encaminado al personal del área de secretaría del GAD Parroquial Rural Dayuma.

Meta

Capacitar al 100% a los funcionarios sobre temas del servicio y atención al cliente

Fines del programa de capacitación

El propósito del programa de capacitación, es la de promover la mejora de la calidad, capacidades y habilidades de servicio y atención al cliente que ofrece la Institución, el cual hará que el colaborador sea más competente y así alcanzar con eficiencia y rentabilidad mejores logros.

La capacitación persigue

- Mejorar la interacción entre los funcionarios sobre las actitudes, habilidades y conductas y trabajo en equipo impulsando al desarrollo de la calidad del servicio.
- Instituir talentos efectivos y mejoras en el clima laboral, logrando la adaptación del personal para el ejercicio de determinada función y así lograr exaltar la

autoestima de los funcionarios de la unidad de secretaría del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma.

Actividades

Se desarrollaran diversas actividades para el programa de capacitación:

- 1.** Participación de los funcionarios en reuniones importantes sobre temas relacionados con el servicio al cliente, explorando la sensibilidad y la observación de las pequeñas cosas que hacen la diferencia, a este acto se le denomina conferencia.
- 2.** Desarrollar las actividades entre los funcionarios responsables de cada área de tal manera que las actividades de capacitación, se conviertan en un esfuerzo común que integra los intereses de todos los colaboradores; a este proceso lo podemos denominar como seminario.
- 3.** Por las funciones que realice cada funcionario, se ejecutará evaluaciones durante el seminario con el propósito de instalar el comportamiento cotidiano de la organización.

Cuadro N° 6: Actividad 1

Conferencia	Objetivo	Tópico	Meta	Duración	Costo	Responsable
		Técnicas de comunicación				
Participación de los funcionarios en reuniones importantes sobre temas relacionados con el servicio al cliente.	Capacitar al personal para la ejecución inmediata y eficiente de las diversas actividades para el continuo desarrollo y mejora al servicio al cliente.	Manejo de las relaciones interpersonales.	Capacitar al 100% a los funcionarios sobre temas del servicio y atención al cliente.	20 Horas	\$ 500	GAD Parroquial Rural Dayuma.
		Tipos de comunicación.				
		Habilidades para una escucha activa.				
		Aspectos que mejoran la comunicación.				

Cuadro N° 7 Actividad 2

Taller	Objetivo	Tópico	Meta	Duración	Costo	Responsable
		Atención y servicio al cliente				
Desarrollar las actividades entre los funcionarios responsables de cada área.	Capacitar al personal para la ejecución inmediata y eficiente de las diversas actividades para el continuo desarrollo y mejora al servicio al cliente.	La atención y servicio al cliente.	Capacitar al 100% a los funcionarios sobre temas del servicio y atención al cliente.	20 Horas	\$ 500	GAD Parroquial Rural Dayuma.
		Principios y valores del cliente.				
		Manejo de quejas y/o sugerencias.				
		Tipos de atención al cliente.				
		Características del servicio.				
Manejo del manual de atención al cliente.						

Cuadro N° 8: Actividad 3

Seminario	Objetivo	Tópico	Meta	Duración	Costo	Responsable
		El cliente				
Por las funciones que realice cada funcionario, se ejecutará evaluaciones durante el seminario.	Capacitar al personal para la ejecución inmediata y eficiente de las diversas actividades para el continuo desarrollo y mejora al servicio al cliente.	Tipos de clientes.	Capacitar al 100% a los funcionarios sobre temas del servicio y atención al cliente.	20 Horas	\$ 500	GAD Parroquial Rural Dayuma.
		Expectativas del cliente.				
		Satisfacción del cliente.				
		Niveles de satisfacción del cliente.				
		Diferencias entre clientes internos y externos.				

Recursos que serán parte de la capacitación

Económico

La proyección considerada se hará constar en el plan operativo anual para la asignación económica en la partida presupuestaria correspondiente y que será aprobada en el presupuesto del plan de mejora continua.

Enseres, equipos y otros

Pertenecen al grupo de suministros de oficinas como esferos, carpetas, cuadernos, hojas para apuntes. Proyector de imágenes, computadoras de escritos, pizarra de tiza líquida, entre otros.

Medios físicos

Se desarrollaran los temas en ambientes reservados tales como biblioteca o el auditorio de la Institución.

Instrumentos didáctico-pedagógicos

Se proporcionará material didáctico por cada tema tratado, preguntas del tema, cartillas, certificados de aprobación o de participación.

Responsabilidad

El representante delegado de administrar la unidad de secretaría presentará la respectiva planificación para la aprobación por parte de la máxima autoridad.

Seguimiento

Cada funcionario tendrá la responsabilidad de hacer el seguimiento respectivo con el fin de que el cliente este siempre satisfecho.



GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
PARROQUIAL RURAL DAYUMA



GUÍA DE ATENCIÓN AL CLIENTE

ESTRATEGIA N° 2

Guía para el mejoramiento de la calidad de servicio en la
Unidad de Secretaría del Gobierno Autónomo
Descentralizado Parroquial Rural Dayuma.

OBJETIVO DE LA GUÍA PARA EL MEJORAMIENTO DE CALIDAD DEL SERVICIO

Guiar a los funcionarios de la Unidad de Secretaría del
GADPRD, a la correcta aplicación del servicio, y las
normas de atención, implantados a dar un servicio de
calidad.

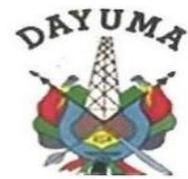
AUTORA:

MÉLIDA MARÍA ACARO LAPO





GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
PARROQUIAL RURAL DAYUMA



Guía de servicio
y atención al
cliente

GUÍA DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE



Aspectos fundamentales que determinan al cliente del GAPRD.

Necesidades básicas del cliente.



Relaciones Humanas.

Normas de cortesía.

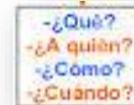


COMUNICACIÓN



Elementos que integran en el servicio al cliente.

Frases que se debe evitar en la comunicación.



Como proyectar una buena imagen.

Pasos para una actitud positiva.



Tipos de Clientes.

4.11.2 Estrategia 2: Guía para el mejoramiento de la calidad de servicio en la Unidad de Secretaría del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma.

Descripción

Debido a las necesidades que se han presentado en el cliente – usuario que diariamente visita la Institución a requerir los servicios que ofrece la unidad de secretaría del GADPRD, los servidores que cumplen estas funciones deben elaborar respuestas que deberá ser lo más satisfactoria posible dando resolución satisfactoria de tal manera cubrir las necesidades y expectativas de los clientes.

La guía para mejorar el servicio al cliente en la unidad de secretaría del GADPRD, será una herramienta de uso obligatorio para que los funcionarios de los distintos cargos, a través de esta guía logren la perfección y el progreso continuo del servicio y así satisfacer los requerimientos que el cliente solicita.

Esta guía mediante los conceptos teóricos, ayudará también a que los funcionarios innoven el trato hacia los clientes tanto internos como externos, permitiendo buscar siempre la solución más idónea tanto para el establecimiento como para el cliente, y mantener siempre un trato correcto y educado.

Objetivos de la guía para el mejoramiento de calidad del servicio

Objetivo General

- Guiara los funcionarios de la unidad de secretaría del GADPRD, a la correcta aplicación del servicio, y las normas de atención, implantados a dar un servicio de calidad.

Objetivos específicos

- Facilitar a los funcionarios del GADPRD, bases teóricas al correcto trato al cliente.

- Concienciar al personal acerca de los principios básicos y dotar de herramientas prácticas acerca del trato que se le debe brindar al cliente.

4.11.3 Guía de servicio y atención al cliente

Esta guía de servicio y atención al cliente permitirá la correcta atención donde se mostrará cada una de las operaciones, y así los empleados del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma, conocen desde el principio tanto los quehaceres de cada uno, como lo que no se debe hacer en la unidad. De esta manera los funcionarios pondrán en funcionamiento todos los conocimientos transmitidos y recopilados dentro de este contenido, y así ofrecer un servicio de calidad a quienes requieren cada día nuestra atención.

Perfil del Talento Humano

Los servidores de la unidad de secretaría del GAD Parroquial Rural Dayuma, deben participar activamente en los procesos de desarrollo continuo a nivel personal y organizacional siendo protagonistas del cambio y las mejoras.

Elementos indispensables para sustentar una eficiente atención.

Para lograrla eficiente atención al cliente, el servidor debe demostrar empatía, capacidad y tratar con equidad de servicio a cada usuario, generando en ellos la confianza esmerada, y hacer que la atención se lleve a cabo de manera eficiente.

Aspectos fundamentales que determinan al cliente del GAD Parroquial Rural Dayuma.

- El cliente es el ente primordial para toda organización.
- El cliente no depende del servidor, si no el servidor depende del cliente.
- El cliente no interrumpe su trabajo, sino que es el propósito de su labor.
- El cliente no le hace un favor al utilizar su servicio, si no que esta es su deber servirle.

- Son personas con sentimientos, trate al cliente como quiere que lo traten a usted.
- Merece el trato más amable y cortes.
- Sin el cliente no tendría razón de ser.

Necesidades básicas del cliente

- **Necesidad de ser bien recibido:** Debe ser tratado como si fuera único. No recibir al usuario como extraño.
- **Necesidad de ser comprendido:** Interpretar bien lo que el usuario desea
- **Necesidad de comodidad:** El usuario debe sentirse cómodo físicamente, esperar, descansar, y tener la seguridad de que va ser atendido adecuadamente, y sentir confianza de que reconocerán sus necesidades.
- **Necesidad de sentirse importante:** Todos somos importantes, la autoestima es una poderosa necesidad humana, es un paso en el camino correcto.

Relaciones humanas

Las relaciones humanas es la actitud de identificarse en el personal de secretaría del GAD Parroquial Rural Dayuma, y de establecer lazos con las personas ante la sociedad, o en su trabajo. Para esto existe la capacidad de comunicarse de manera efectiva y eficaz. Es decir es un don que Dios nos coloca en el camino para apreciar y saber convivir con los demás.

Factores positivos de las relaciones humanas

Entre los factores positivos son los siguientes:

Apertura.- Ser sensato de las diferencias entre los puntos de vista de los demás y los nuestros debido a su edad, sexo, educación cultura, valores. Mantener nuestra opinión frente a las divergentes sin herir la sensibilidad de la otra persona.

Sensibilidad.- Capacidad de entender el contenido lógico y sensible de las ideas y opiniones de los demás.

Sociabilidad.- Comprender y respetar el entorno y estructura de la sociedad a la que dependemos.

Respeto a la Autoridad.- Reconocer y respetar la jerárquica de mandos, responsabilidad, autoridad status de las personas en la organización que integramos.

Adaptación.-Prever y aceptar los efectos que toma la institución ante determinadas situaciones.

Objetividad.- Comprender que las relaciones humanas no significa precisamente hacer feliz a todos.

Normas de cortesía que pueden ser manejadas por los funcionarios de la unidad de secretaría del GADPRD.

➤ **Saludar al cliente con amabilidad**

Es el pilar básico en la educación de la persona revela el carácter y la buena formación de la persona, salude con una sonrisa y diga, de acuerdo con la hora del día, “Buenos días”, “Buenas tardes”, “Buenas noches”.

➤ **Identifíquese**

Identifíquese para que la otra persona sepa con quien está tratando, en caso de que no lo conozca.

➤ **Ofrezca apoyo oportunamente**

Es importante demostrar que su presencia es atrayente, describa la siguiente frase “En que le puedo servirle” de inmediato el cliente sentirá su importancia en la Institución.

➤ **Llame al cliente por su nombre**

Si existe confianza con cliente llámelo directamente por su nombre, también puede hacerlo a través de su título académico, no olvide que decir señor, señora, debe ir siempre acompañado del apellido.

➤ **Utilice frases que expresen cortesía y despídase agradecido**

Al despedirse del cliente debe utilizar frases como “Hasta pronto”, “Un gusto atenderle”, “Que le vaya bien”, “De nada”, “no hay de qué”, la despedida permanece siendo un medio Triunfador en el mundo del servicio al cliente.

➤ **Acompañantes del cliente**

Existen ocasiones que el cliente asiste con terceras personas que pueden ser de diferentes edades, profesiones o especialidades distintas al medio; los servidores deben demostrar que ellos también forman parte de la atención en ese momento. El cual deben demostrar amabilidad y empatía y despedir de la misma manera que al cliente.

Elementos que integran en el momento del servicio y atención al cliente:

Comunicación

La comunicación es el proceso por el que se transmite una información de un emisor a un receptor, es una de las necesidades básicas en las relaciones del ser humano que se realiza de manera cotidiana en el día a día, el cual se mantiene la información de persuadir o lograr la comprensión mutua. Donde intervienen los siguientes elementos.

La comunicación verbal: Se refiere a las palabras que manejamos y las inflexiones de nuestra voz.

Palabras

Las palabras representan a la persona que emite el mensaje y para la que recepcione el mensaje, las mismas ideas o pensamientos.

La voz

La voz es una fuente de información en todo contacto con el cliente se convierte en la fuente de información, con la que se trataran de cubrir los vacíos que aporta lo visual.

Características

Tono

- Utilice un tono moderado, esto demuestra seguridad en sí mismo.
- Un nivel bajo en volumen demuestra tristeza.
- Alto demuestra alegría.
- Ni alto ni bajo demuestra desinterés.
- Medio-alto y velocidad rápida, demuestra nerviosismo.
- Velocidad rápida, tono alto y acentuación pronunciada, demuestra sorpresa.
- Volumen alto, medio ritmo y voz decidida, demuestra confianza.

Comunicación no verbal

Hace referencia a un gran número de canales, entre los que se podrían citar como los más importantes el contacto visual, los gestos faciales, los movimientos de brazos y manos o la postura o la distancia corporal.

Contacto visual

La mirada es el espejo del alma a través de la misma podemos demostrar a los demás cómo nos sentimos, tanto física como emocionalmente, también se puede crear un vínculo más estrecho con la persona que estamos tratando, consiguiendo que esta se sienta más a gusto, o al contrario se sienta amenazada.

- Fije la mirada directo al rostro, mire a los ojos esto demuestra decisión, sinceridad y valentía.

Gestos faciales

Es una manera de expresar de cómo se siente una persona, es una parte importante de la comunicación reconocer las expresiones faciales y de entender que es lo que esa persona siente.

Expresión facial: frente, cejas, boca, para expresar sentimientos así como para ocultar mentiras.

Movimientos de brazos y piernas cruzadas: Son sinónimo de actitud defensiva o de apertura a los demás.

Postura.

- Permanecer de pie mientras la otra persona está sentada, significa posición de dominio.
- Se debe permanecer sentado, mantenerse erguido, no hundido en el sillón.
- Si está de pie, mantener el equilibrio.
- Controle las manos en todo momento debe mantenerlas visibles no ocultarlas, esto demuestra timidez, falsedad y temor.

Distancia Física

- Mantener el espacio trascendente de cada persona.
- El espacio vital varía según la confianza que tengamos con la otra persona.
- El contacto físico, en el choque de manos se descifra como: Dominante, apretar fuerte o con la palma hacia abajo su misión o seguridad.

Características para una buena comunicación

Interés por la persona: Toda persona que se acerca tiene algo importante que decirnos, para expresar una idea, una cortesía, o hacer el momento más agradable, cuando nuestro tono de voz o nuestros gestos demuestran indiferencia, aburrimiento o agresividad estamos demostrando falta de interés por esa persona.

Saber escuchar: El aprender escuchar es una parte fundamental de la comunicación, porque existe fluidez en la comunicación.

Al instante de interactuar con el cliente evite lo siguiente:

- No interrumpa y no se distraiga.
- Escuche con cuidado las principales ideas.
- Dar señales de retroalimentación, escuchamos y entendemos su mensaje.
- Observe a la otra persona cuando le habla.
- Inclínese hacia la otra persona que le habla.
- Demuestre que está profundamente interesado(a)
- Haga preguntas.
- Demostrar interés pidiendo aclaración a lo que oímos.

Frases que se debe evitar en la comunicación

- ¿Entiende?
- ¿Pero es que no ha leído el documento, señor (a)?
- ¿Y que esperaba?
- A mí no me pregunte por qué. Esto es lo que dice el reglamento.
- Él está ocupado resolviendo un asunto importante. Recuerde, nada es más importante que el usuario.
- Es que yo no me encargo de eso. Lo siento.
- Eso nada tiene que ver con migo. Es en otro lado.
- Espere un momento, tengo una llamada. El usuario presencial, es primero que el teléfono.
- Estoy muy ocupado en este momento.
- Explíquese bien, porque no lo entiendo.
- La persona responsable de eso está enferma. ¿Podría volver otro día?
- No sea impaciente, por favor.
- Perdome, pero si no me explica cómo se debe, yo no puedo atenderlo
- Pero, ¿no leyó las instrucciones?
- Ya le conteste eso.

- Evite la excesiva confianza con los usuarios, proporcione siempre un trato profesional. Nunca use frases como: Sí corazón. ¡Yo le dejo el mensaje!, ¡No, mi amor, eso era antes!, ¡Bueno, mi reina, con mucho gusto!

Distribución del área de trabajo

- Es un lugar en donde permanecemos gran parte de nuestro tiempo.
- En todo momento muestre orden y limpieza.
- Mantenga cada cosa en su lugar.
- Tenga disponible y al alcance lo que utilice con más frecuencia.
- Sus modulares deben ser ergonómicos para mayor comodidad y evitar enfermedades de circulación u otros trastornos que con el tiempo afectan al servidor.

Como proyectar una buena imagen

Protocolo

Es el método establecido de reglas, costumbres que permiten desenvolvemos en las diferentes actividades y momentos que se presentan en nuestro medio.

Etiqueta

Es el comportamiento adecuado que toda persona posee al dirigirse desde el primer momento al levantarse y durante todos los roles que desempeñe durante el resto del día.

Debemos observar los siguientes aspectos

- El peinado
- Los accesorios
- El vestido
- El perfume

Pasos para una actitud mental y positiva

Piense antes de reaccionar:

Cuando lo sorprenda una dificultad, uno tiende a disgustarse, a asustarse, a resentirse. Estas reacciones están escondidas por las emociones, debemos disciplinarnos para estar serenos en la forma de pensar, solo con la mente fría podemos producir ideas que nos den soluciones. Piense no actué con las emociones, su mente es su mayor ventaja.

Transfórmese en una pensadora que sabe cómo hacer las cosas

No debemos malgastar energías lamentándose en problemas, empiece inmediatamente a buscar la solución, pregúntese: ¿Cómo sacar algo bueno de este problema? No pierda tiempo en cosas inútiles, trabaje en forma creativa para resolver los problemas.

Crea que usted lo puede y podrá

Es muy real aquella sustancia de que “Quien no espera vencer está ya vencido”. La confianza en sí mismo es una fuerza poderosa que conduce al éxito.

Reduzca el tamaño del problema

Casi siempre tendemos a sentirnos inferiores a los problemas, debemos reducir el problema a sus dimensiones reales, deje sus sentimientos de temor, de pánico y falta de capacidad, comience a pensar con realidad objetiva. De al problema el justo real.

Comience bien el día

Cada mañana póngase de pie bien erguida, entonces piense a lo grande, piense en grandes cosas, entonces salga y actué lo grande.

Ame a la gente y a la vida

Quien está dirigiendo una Institución debe sentir cariño por la gente; así la vida le será fácil.

Controle su nivel de energía

Para tener el entusiasmo procure que la energía que recibe sea mayor que la que gasta, si usted está tenso y rígido, se agota y pierde el entusiasmo.

El cliente

Los servidores del GAD Parroquial Rural Dayuma, deben tener en cuenta que el cliente externo o interno es el ente que nos trae sus necesidades, y nuestro deber es satisfacerlo correctamente.

Tipos de clientes

Cliente desconfiado

El cliente desconfiado duda de todo y de todos, busca siempre la calidad, este tipo de cliente trata de dominar a la persona que le está prestando el servicio a que no reflexiona.

Táctica a seguir: Buscar puntos comunes, que le de confianza en nosotros.

Error a evitar: No contradecirle.

Cliente indeciso

Estos clientes se considera incapaz de tomar una decisión por sí solos, temen plantear claramente su petición o problema.

Táctica a seguir: Guiarle con preguntas abiertas y ayudarle a que se explique, y sobre todo brindarle más dedicación que otro cliente.

Error a evitar: Hacerle preguntas sobre lo que desconoce puede hacerle sentir humillación.

Cliente tranquilo:

Este tipo de cliente no se expresa claramente lo que quiere y suele ser de pocas palabras.

Táctica a seguir: Prestar atención al mínimo detalle.

Error a evitar: Presionarlo.

Cliente hablador:

Este tipo de cliente le gusta ser el centro de la conversación, le gusta hablar de cosas aunque no sea el asunto en cuestión.

Táctica a seguir: Dirigir nuestras preguntas a la obtención de respuestas concretas.

Error a evitar: Darle pie para seguir una conversación que no nos alejará del tema.

Cliente distraído:

Difícil concentración, salvo en temas de su máximo interés.

Táctica a seguir: Centrar la conversación en el asunto concreto que le interese para captar su atención.

Error a evitar: La distracción o falta de interés.

Cliente difícil:

Es el cliente exigente, el que siempre está quejándose de todo, que siempre encuentra un defecto busca el mínimo detalle, cree tener siempre la razón.

Táctica a seguir: Tener paciencia y mantener la calma.

Error a evitar: Discutir con él.

Cliente silencioso: Callado y reservado.

Táctica a seguir: Hacerle hablar, iniciando nosotros la conversación, con preguntas de respuesta amplia.

Error a evitar: Interrumpirle una vez que ha comenzado hablar.



**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
PARROQUIAL RURAL DAYUMA**



BUZÓN DE QUEJAS Y/O SUGERENCIAS

ESTRATEGIA N° 3

**Revisión permanente del buzón de quejas y/o sugerencias e la
Unidad de Secretaría del Gobierno Autónomo
Descentralizado Parroquial Rural Dayuma.**

OBJETIVO DEL BUZÓN DE QUEJAS Y/O SUGERENCIAS

Acoger las quejas y/o sugerencias de los clientes y funcionarios para examinarlos y buscar las iniciativas apropiadas para el mejor servicio y el manejo correcto del servicio al cliente que proporciona la Institución.

AUTORA:

MÉLIDA MARÍA ACARO LAPO





**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
PARROQUIAL RURAL DAYUMA**



	<p>BUZÓN DE QUEJAS Y/O SUGERENCIAS</p>	
<p>✓ Ventajas del buzón</p>		
	<p>✓ Reglas para formular quejas y/o sugerencias</p>	
<p>✓ Procedimiento que debe aplicar el designado de llevar de llevar el seguimiento del buzón de quejas y/o sugerencias.</p>		
<p>✓ Ubicación del buzón de quejas y/o sugerencias</p>		
<p>✓ Rotulación del buzón de quejas y/o sugerencias</p>		

4.11.4 Estrategia 3: Revisión permanente del buzón de quejas y/o sugerencias en la Unidad de Secretaría del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma.

Descripción

La comunicación entre los funcionarios y clientes es uno de los aspectos centrales de la Institución, en ocasiones se presentan situaciones en las que dificultan continuar con el normal desarrollo de las actividades, lo que conlleva a molestias con los clientes que por una o varias razones no han satisfecho sus necesidades.

Por ello es de vital importancia disponer de mecanismos de evaluación que permitan evaluar el servicio que ofrece la entidad, obteniendo en si información significativa convirtiéndose en programas de mejora con el fin de renovar la eficiencia en la prestación del servicio.

A fin de conocer el sentir de los clientes internos y externos, se ha considerado necesario la implementación de un “Buzón de quejas y/o Sugerencias” para que desde afuera de la Institución, puedan expresar sus inquietudes, críticas, observaciones hacia los directivos de la Institución que se les tomará de manera positiva y así se eliminaran la falencias existentes, y se logrará el cumplimiento de las metas y objetivos planteados para un excelente servicio en beneficio a la comunidad.

Objetivo

- Acogerlas quejas y/o sugerencias de los clientes y funcionarios para examinarlos y buscar las iniciativas apropiadas para el mejor servicio y el manejo correcto del servicio al cliente que proporciona la Institución.

4.11.5 Buzón de quejas y/o sugerencias

Ventajas del buzón

Compromiso.-No hay nada mejor que un empleado comprometido por el bienestar de la Institución.

Los usuarios que acceden al buzón de sugerencia suelen tener un compromiso importante, ya que se toman el tiempo para expresar sus ideas, inquietudes, críticas, así como para la mejora de la calidad de los servicios y titulaciones del mismo.

Ahorro de dinero.-En lugar de contratar asesores externos, nadie mejor que los usuarios mismos conocen en tal profundidad los procesos de la Institución, el buzón de sugerencias es una excelente forma de recabar ideas, y fomentar la creatividad, y ahorrar dinero en asesores y creativos externos.

Fluidez.- La fluidez es algo que pocas Instituciones logran, este elemento permite distender el ambiente y lograr que los funcionarios se sientan escuchados y valorados por la dirección.

Reglas para formular quejas y/o sugerencias

- El buzón de quejas y/o sugerencias debe estar a disposición de todos los clientes.
- La queja y/o sugerencia debe orientarse al área donde se recibió la atención o servicio.
- La formulación de la queja y/o sugerencia debe ser realizada sin ofender la integridad de los funcionarios del departamento.
- Se debe escribir con letra legible.
- La respuesta a su petición se realizará en un período de tiempo máximo de 10 días a partir de la prestación de su queja o reclamo.

Responsable.

Funcionarios del GAD Parroquial Rural Dayuma, designado por la máxima autoridad para el manejo de las quejas y/o sugerencias.

Actores del buzón de quejas

La máxima autoridad del GAD Parroquial Dayuma, designará el área que dará seguimiento para la aprobación correspondiente en caso de que el funcionario sea identificado como responsable de los hechos.

Procedimiento que debe aplicar el asignado de llevar el seguimiento del buzón de quejas y/o sugerencias.

- Receptar y confirmar que los datos sean reales.
- Debe existir varias quejas y/o sugerencias que identificará hacia que funcionario está dirigido/a.
- Brindar solución a las quejas y/o sugerencias en un periodo de 10 días siguientes a su fecha de su recibo.
- El responsable de coordinación de quejas y/o sugerencias registrará la acción inmediata o correctiva enviada por el responsable del área.

Capacitación al personal en uso y manejo del buzón de quejas y/o sugerencias

Desarrollar sesiones de formación al personal sobre el correcto uso de las quejas y/o sugerencias con la finalidad de analizar cada una de ellas y tomar las correctas decisiones para mejorar la atención y servicio al cliente en la unidad de secretaría del GAD Parroquial Rural Dayuma.

Formulario de quejas y/o sugerencias

La información que se maneja en la presente es confidencial y de uso exclusivo para el área de Secretaría del GAD Parroquial Rural Dayuma.



**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL
RURAL DAYUMA**



FORMULARIO DE QUEJAS Y/O SUGERENCIAS



Nombre:

Número de cédula:

Número de teléfono:

Dirección:

Correo electrónico:

Descripción de la queja y/o sugerencia:

.....

Área en la que se presentó el inconveniente:

Firma:



Adecuaciones del lugar para el buzón de quejas y/o sugerencias

- Se realizan adecuaciones necesarias para la instalación del buzón de quejas y/o sugerencias con su respectivo modular donde los usuarios puedan tener comodidad para sugerir sus inquietudes.

Ubicación del buzón de quejas y/o sugerencias

- El buzón de quejas y/ o sugerencias se ubicará en el pasillo principal a la Unidad de Secretaría del GAD Parroquial Dayuma. Lugar visible para los usuarios, y se deberá instalar un modular para que los clientes tengan la comodidad de escribir sus sugerencias.

Rotulación del buzón de quejas y/o sugerencias

- El funcionario encargado del seguimiento del buzón de quejas y/o sugerencias realizará la rotulación y señalización para que los clientes puedan ubicar con facilidad el buzón además se colocará un impreso con los reglamentos para el correcto uso de este espacio dedicado a la recolección de información respecto al servicio de atención al cliente y las quejas y/o sugerencias que tengan que efectuar los usuarios.

Responsables

- Todos los funcionarios del GAD Parroquial Rural Dayuma.

Seguimiento

- Cada funcionario tendrá la responsabilidad de hacer el seguimiento respectivo con el fin que el cliente este siempre satisfecho.

CONCLUSIONES

Al culminar la investigación en la entidad de secretaría del GADPRD, se desarrollaron las siguientes conclusiones.

- Falta de conocimiento por parte del personal de secretaría, en el servicio de atención al cliente, esto conlleva a problemas de servicio en el GAD Parroquial Rural Dayuma.
- No existe un buzón de quejas y/o sugerencias y los usuarios no tienen donde depositar sus opiniones, críticas, y sugerencias hacia las diferentes áreas del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma.
- No existe una guía con las normas necesarias para brindar un servicio de calidad a los usuarios del GAD Parroquial Rural Dayuma.

RECOMENDACIONES

- Que las autoridades del GAD Parroquial Rural Dayuma, programen procesos de capacitación en temas de atención y servicio al cliente a los funcionarios de las diferentes áreas.
- Es necesario que se implemente el buzón de quejas y/o sugerencias, ya que con estos métodos se estará satisfaciendo por completo las necesidades tanto de los clientes internos como externos del GAD Parroquial Rural Dayuma.
- Que las Autoridades del GAD Parroquial Dayuma, implemente la guía diseñada para el mejoramiento del servicio al cliente.

BIBLIOGRAFÍA

- Cabrera, A. (2002). Lenguaje y Comunicación. Caracas: CES.
- Chiavenato. (2009). Funciones de la administración, México: McGraw-Hill/Interamericano.
- Curay, M. (2003). Atención al Cliente. Lima: Business.
- Etzel, & Walker. (2004). El servicio. México: McGraw-Hill/Interamericana.
- Fernández Verde, D., & Fernández Rico, E. (2010). Comunicación. Madrid: Paraninfo.
- Fred, R. (2003). Administración Estratégica. México: Pearson Educación.
- Gómez, H. (2016). Características de Atención al Cliente. Bogotá: Panamericana.
- Gonzales. (2000). Características de los Servicios, .
- Kloter, & Arnstrong. (2003). Fundamentos de Marketing. México: Pearson Educación
- Kloter, P. (2001). Dirección Mercadotécnica. México: Pearson Educación.
- Koontz, H., & O'Donnell. (2003). Administración. México: Thomson.
- Larrera, P. (2004). El Cliente. Madrid: Limusa.
- López, S. (2003). Recepción y Atención al Cliente. Lima: 2^{da}
- Vicente, M.A. (2009). Marketing y Competitividad. Buenos Aires: Prentice-Hall.
- Martín, F. (2011). Comunicación Empresarial. Madrid: Universitas.
- Paz, C. (2010). Atención al Cliente. Madrid: Ideas Propias.
- Peréz, V. (2007). Calidad Total en la Atención al Cliente. Madrid: Ideas Propias.
- Prieto, A. (2003). La Comunicación. Lima: Serie y Gestión.
- Prieto, J. (2012). Estrategia. México: Camara Nacional de la Industria.
- Terry, G. (2002). Consideraciones en la formulación de las políticas. Madrid: Ispana Americana.
- Wheellen, & Huger. (2007). Administración Estratégica. México: Prentice Hall.

WEBGRAFÍA

Monografías.com. (09 de 08 de 2015). Obtenido de Monografías:

www.monografias.com/trabajos11/sercli/.shtml.

Monografías.com. (08 de 08 de 2015). Obtenido de Monografías.com:

http://www.monografias.com/trabajos35/atención/al_cliente.shtml#principios

Wikipedia. (09 de 11 de 2015). Obtenido de Wikipedia:

[https://es.wikipedia.org/wiki/servicio de atención al cliente](https://es.wikipedia.org/wiki/servicio_de_atención_al_cliente)

Wikipedia. (09 de 11 de 2015). Obtenido de Wikipedia:

[https://es.wikipedia.or/wiki/plan estratégico](https://es.wikipedia.or/wiki/plan_estratégico)

ANEXOS

ANEXO N° 1: Nomina del personal de secretaría

NOMBRE	APELLIDO	TITULO	PUESTO	ANTIGUEAD
Edith Rocío	Lapo Sanambay	Bachiller en Ciencias Sociales	Secretaria	4 meses
Ana Cecilia	Pantosin López	Ing. En Finanzas	Tesorería	2 años 4 meses
Judith Magali	Hidalgo Cuenca	Bachiller en Contabilidad y Auditoria	Presidencia	2 años 4 meses

ANEXO N° 2: Encuesta a usuarios



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO



EXTENSIÓN NORTE AMAZÓNICA

LICENCIATURA EN SECRETARIADO GERENCIAL

ENCUESTA A LOS USUARIOS

El propósito de esta encuesta tiene la finalidad de identificar el servicio de Atención al Cliente que existe en el GAD parroquial Dayuma, por tanto se solicita contestar con honestidad y transparencia.

Encuestador:.....

Formulario:.....

Parroquia:.....

Fecha:.....

Sexo:.....

1.- ¿Se siente complacido con la atención que brinda la Institución?

SÍ NO

2.- ¿La Institución cuenta con personal capacitado para brindar el servicio?

SÍ NO

3.- ¿Cree usted que la persona responsable de la atención al cliente tiene experiencia para realizar dicha actividad?

SI NO

4.- ¿La comunicación interna de la Institución es

EXCELENTE BUENA REGULAR

5.- ¿Con que frecuencia visita usted la Institución?

UNA O DOS VECES POR SEMANA

CADA 15 DÍAS

UNA VEZ AL MES

6.- ¿Cómo evalúa el nivel de profesionalismo de la Institución?

EXCELENTE

BUENA

MALA

7.- ¿La Secretaria trata cortesía a los usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Dayuma?

SI NO

8.- ¿La Secretaria resuelve sus requerimientos al momento de brindar su servicio?

SI NO

9.- ¿Cómo considera la atención al cliente que brinda el área de Secretaría?

MUY EFICAZ POCO EFICAZ NADA EFICAZ

10.- ¿Está de acuerdo que se diseñe el Plan de Estrategias y Políticas?

SÍ NO

ANEXO N° 3: Encuesta a empleados



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO



EXTENSIÓN NORTE AMAZÓNICA

LICENCIATURA EN SECRETARIADO GERENCIAL

ENCUESTA A LOS EMPLEADOS

Objetivo: Conocer el grado de satisfacción en el servicio de atención al cliente por parte de los funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Dayuma.

Encuestador:..... **Formulario:**.....
Parroquia:..... **Fecha:**.....
Sexo:.....

1.- ¿Considera que el ambiente laboral del área de secretaría es?

- Bueno
- Tenso
- Malo

2.- ¿Las relaciones interpersonales entre quienes trabajan en la institución son?

- Excelentes
- Muy buenas
- Buenas
- Malas

3.- ¿Usted, ha recibido capacitación para brindar el servicio de atención al cliente?

Si

No

4.- ¿Considera usted que el cliente es lo primero?

Si

No

5.- ¿Cuándo atiende a un usuario difícil usted mantiene?

Dominio de sus emociones

Conducta inconstante

Conducta agresiva

Conducta Firme

6.- ¿Ud. estaría dispuesta/o a capacitarse en temas de atención y servicio al cliente?

Si

No

7.- ¿Qué nivel de importancia cree usted que tiene el departamento de secretaría para el cliente?

Alto

Medio

Bajo

8.- ¿Considera usted que el diseño del plan de estrategias y políticas mejoraría la atención al cliente en la Institución?

Si

No

ANEXO N° 4: Entrevista aplicada a la presidenta del GAD parroquial rural Dayuma.

1.- ¿Qué representa el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma?

Bueno es muy interesante la pregunta que usted me plantea, como Gobiernos Autónomos Descentralizados pues nos han determinado en esta administración del Sr. Presidente Rafael Correa de ahí antes eran las administraciones anteriores que han sido juntas, al demostrarnos que somos Gobiernos Autónomos Descentralizados quiere decir que tenemos autonomía y descentralización de otros niveles de gobiernos y que tenemos nuestra propia autonomía de decisión, pero esto viene basado o adjuntado con los presupuestos del 12% de las utilidades petroleras que es lo que yo diariamente lucho en las instituciones a nivel nacional para que se nos dé pues la aceptación de esta autonomía pero en su totalidad, que no los recursos de la zona petrolera se beneficien de pronto de pronto parroquias que tienen fluencia precuandiar, pero en este caso no es que seamos egoístas nos negamos compartir con nuestros hermanos ecuatorianos sino también ver nuestra realidad, tenemos bastante necesidades en el sector pero lamentablemente el 12% no está siendo utilizado como debería de ser utilizado por eso nos han dado un gobierno y nos han denominado Gobiernos Autónomos Descentralizados pero en realidad no se está cumpliendo la ley en este caso.

2.- ¿Cómo ve el desempeño laboral de los empleados?

Bueno para que voy a decir tenemos excelentes empleados acá como también de todo se puede tener no, pero no califico mal a mi personal espero estar prestando un buen servicio en caso de no haberlo pues igual me gustaría que las quejas se lo pasara por escrito y yo sabría tomar los correctivos suficientes a su debido tiempo, me encantaría pues que también lo haga en crítica constructiva el pueblo pero constructiva no destructiva.

3.- ¿Existe empoderamiento laboral de los empleados del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma?

Eso sí garantizo 100%

4.- ¿Existe una buena atención al cliente por parte de los empleados?

Bueno les hemos dado pocas iniciativas espero que lo estén haciendo y lo estén cumpliendo. Porque nosotros como autoridad podemos estar viendo su desempeño o de pronto cuando está la autoridad desempeñan bien y cuando no lo puedan estar no lo hagan, entonces si me gustaría rectificar de que se haga por escrito las quejas de parte del público.

5.- ¿Cómo se comportan los empleados frente a los usuarios que son groseros?

Tendrían que tener esa capacidad de poder administrar y poder dar una buena atención, a la persona que viene con agresividad hay que saber tratar con amabilidad porque muchas de las veces puede ser que viene irritado de su casa y despoja acá aunque no es nuestro deber de pronto aplacar este sentimiento, pero a veces es mucho mejor así tratar con amor para que esa persona tenga la posibilidad que de pronto no pueda tener en su casa.

6.- ¿Se tiene planificado hacer capacitaciones para el personal este año y en qué temas?

Tenemos una capacitación pero está en lo que es capacitación, entonces yo creo que terminado el taller de computación estaremos viendo la posibilidad de capacitar en otra área a nuestro personal.

7.- ¿Se ha pensado hacer capacitación en lo es atención al cliente?

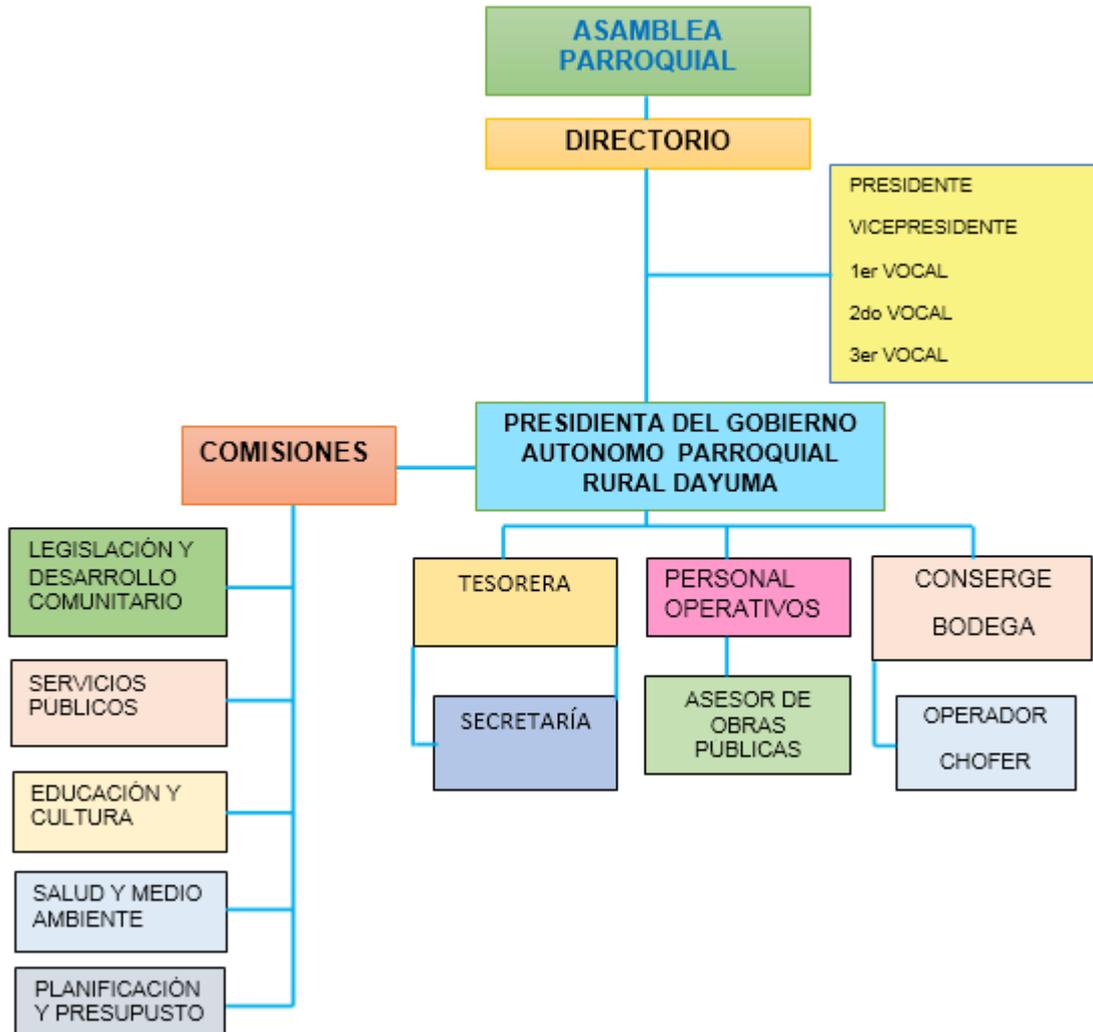
No lo hemos tenido en mente pero sería magnifica la idea y bueno si es que de pronto sea pues el mejor medio para yo poder más bien solicitar lo estaría realizando de todo

gusto para poderles meditar y dar lo mejor a cada uno de nosotros de aquí de la población.

8.- ¿Qué opina sobre el diseño del plan de estrategias y políticas en el servicio de atención al cliente?

Bueno el diseño del plan sería magnífico porque así podríamos tener una base en que regirnos y poder de pronto cumplir según a lo que hemos planificado, entonces es muy importante, interesante y ponerlo en práctica es lo más correcto que hacerlo, yo puedo decir muchas cosas lindas con muchos conocimientos pueden estar plasmados muchas páginas, pero lo más importante de todo esto es ponerlo en práctica así puedo decir aprendí algo y pude enseñar algo, cuando uno aprende algo y no comparte es como que nunca aprendió nada.

ANEXO N° 5: Organigrama estructural del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural Dayuma.



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dayuma.

ANEXO N° 6: Fotos del área de secretaría del Gobierno autónomo descentralizado parroquial rural Dayuma.

