



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

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

LICENCIADA EN SECRETARIADO GERENCIAL

TEMA:

“PLAN DE MEJORAS A LA CALIDAD DEL SERVICIO AL USUARIO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE TENA, PROVINCIA DE NAPO, PERÍODO 2015”.

AUTORA:

DIANA YAJAIRA CHIMBO SHIGUANGO

TENA-ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por la señorita DIANA YAJAIRA CHIMBO SHIGUANGO, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Edwin Patricio Pombosa Junez

DIRECTOR

Ing. Norberto Hernán Morales Merchán

MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **DIANA YAJAIRA CHIMBO SHIGUANGO**, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes es el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

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

Riobamba, 10 de febrero de 2016

DIANA YAJAIRA CHIMBO SHIGUANGO

150082455-0

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por cuidarme y darme salud para poder culminar la meta más importante en mi vida, y sobre todo por brindarme su infinito amor y bondad.

A mi madre y padre, quienes han sido mi pilar fundamental en este sueño, quienes con su apoyo incondicional supieron guiarme e inculcarme con buenos sentimientos, valores y hábitos, y sobre todo por darme todo su amor y comprensión para lograr culminar este sueño tan importante en mi vida.

A mi hermana Sisa y mis tíos, Celestino y Teresa que siempre ha estado brindándome su apoyo tanto en momentos buenos como en difíciles, y por ser esos compañeros incondicionales y cómplices en mi vida.

Finalmente a mis amigos y familiares que de una u otra forma estuvieron conmigo apoyándome para lograr mis objetivos.

Diana Yajaira Chimbo Shiguango

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento primeramente a Dios ya que sin su ayuda no estaría culminando este sueño tan importante que tiene mi vida y por tantas bendiciones que me ha dado para culminar esta meta.

Mi más profundo agradecimiento de todo corazón es a mi madre Juanita Shiguango y a mi padre Linder Chimbo por el apoyo brindado durante todo este tiempo, por su sacrificio cotidiano, y los consejos para que yo pueda concluir mis estudios y ser una mujer de bien.

Agradezco de todo corazón a la “ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO” por haberme abierto sus puertas para continuar con mis estudios superiores, a mis queridos maestros por impartir sus conocimientos, a mi estimado asesor el Ing. Edwin Pomboza y Ing. Norberto Morales, por su guía y generosidad al brindarme la oportunidad de recurrir a su capacidad y experiencia científica en un marco de confianza, afecto y amistad, fundamentales para la concreción de este trabajo.

A todos los que formaron parte de este logro un agradecimiento infinito ya que sin su ayuda no estaría cumpliendo este sueño maravilloso.

Diana Yajaira Chimbo Shiguango

ÍNDICE GENERAL

Portada	i
Certificación del tribunal	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice general.....	vi
Índice de tablas	xi
Índice de gráficos.....	xii
Índice de anexos.....	xiii
Resumen ejecutivo.....	xiv
Summary.....	xv
Introducción.....	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	3
1.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	3
1.1.1. Formulación del problema de investigación.	4
1.1.2. Delimitación del problema.....	4
1.2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
1.3. OBJETIVOS	6
1.3.1. Objetivo General	6
1.3.2. Objetivos específicos	6
1.4. DATOS INFORMATIVOS DE LA INSTITUCIÓN	6
1.4.1. Antecedentes de la institución.	7
1.4.2. Historia de las administraciones municipales.....	7
1.4.3. Direccionamiento Estratégico	11
1.4.4. Organigrama estructural del“gobierno autonomo descentralizado, municipal de tena	12
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	13
2.1. PLAN DE MEJORAS.	13
2.2. CALIDAD DEL SERVICIO	14
2.3. CALIDAD	15
2.4. TIPOS DE CALIDAD	17

2.5.	SERVICIO	17
2.5.1.	Clasificación de los servicios.....	18
2.5.1.1.	Servicio al cliente.....	18
2.6.	LA ESTRATEGIA.....	22
2.6.1.	Pensamiento estratégico.....	22
2.6.2.	Estrategias.....	22
2.6.3.	La estrategia corporativa.....	22
2.6.4.	La estrategia de negocios.....	22
2.6.5.	La estrategia funcional.....	23
2.6.6.	Formulación de la estrategia.....	23
2.7.	Marketing.....	23
2.7.1.	Marketing de servicios.....	24
2.7.2.	Marketing estratégico de servicios.....	25
2.7.3.	Gestión.....	25
2.7.4.	Modelo de gestión.....	25
2.8.	MARCO CONCEPTUAL	26
2.8.1.	Servicio.....	26
2.8.2.	Usuario-Cliente.....	27
	CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO	31
3.1.	HIPÓTESIS o IDEA A DEFENDER.....	31
3.1.1.	Idea a defender.....	31
3.2.	VARIABLES.....	31
3.3.	TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	32
3.3.1.	Tipos de Estudio de Investigación.....	32
3.3.2.	Diseño de investigación.....	32
3.3.3.	Modalidad de la investigación.....	33
3.4.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	33
3.4.1.	Población.....	33
3.4.2.	Muestra.....	33
3.5.	METODOS, TECNICAS E INSTRUMENTOS.....	34
3.5.1.	Métodos.....	34
3.5.2.	Técnicas.....	35
3.5.3.	Instrumentos.....	35
3.6.	INTERPRETACIÓN E ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	37

3.7.	IDEA A DEFENDER	49
CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO		50
4.1.	ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA	50
4.2.	JUSTIFICACIÓN	50
4.3.	PROPUESTA DEL PLAN DE MEJORA	51
4.3.1.	Objetivos del Plan de Mejora a la Calidad	52
4.3.2.	Diagnóstico Situacional – Análisis FODA	52
4.3.3.	Políticas Institucionales.....	54
4.3.4.	Principios Institucionales	54
4.3.5.	Fases para la implementación del plan de mejoras a la calidad.....	55
4.3.6.	Proceso de auto evaluación del Plan de mejora a la Calidad.	57
4.3.7.	Estrategias de mejora	57
4.4.	DISEÑO DE ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA CALIDAD AL SERVICIO AL USUARIO EN EL GAD.MUNICIPAL DE TENA.	59
4.4.1.	Estrategia i: programa de capacitación en el servicio al usuario al personal del gad. municipal de tena.....	59
4.4.2.	Programa de capacitación	60
4.5.	OBJETIVOS DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN.....	62
4.5.1.	Objetivo General.....	62
4.5.2.	Objetivos Específicos.....	62
4.5.3.	Meta.....	63
4.5.4.	Actividades.....	63
4.5.5.	Actividad I:.....	63
4.5.6.	Actividad II:	64
4.5.7.	Actividad III:	64
4.6.	RECURSOS	65
4.6.1.	Humanos	65
4.6.2.	Materiales	65
4.6.3.	Infraestructura	65
4.6.4.	Mobiliario, equipo y otros	65
4.6.5.	Documentos técnico-educativo.....	65
4.6.6.	Financiamiento	65
4.6.7.	Presupuesto	66
4.6.8.	Cronograma	67

4.7.	ESTRATEGIA II: MEJORAR EL SERVICIO AL USUARIO	67
4.7.1.	Objetivo.....	68
4.7.2.	Objetivos específicos	68
4.7.3.	Manual de servicio al usuario	68
4.7.3.1.	Perfil del talento humano	68
4.7.3.2.	Principios fundamentales que sustentan una correcta atención y servicio al usuario.....	69
4.7.3.3.	Necesidades básicas del usuario.....	69
4.7.3.4.	Relaciones humanas	69
4.7.3.5.	Factores positivos de las relaciones humanas	69
4.7.3.6.	Reglas de cortesía	70
4.7.3.7.	Comunicación	71
4.8.	ESTRATEGIA III: PLAN DE PUBLICIDAD	74
4.8.1.	Objetivo General.....	74
4.8.2.	Objetivos Específicos	74
4.8.3.	IMAGEN CORPORATIVA	75
4.8.4.	Estrategias creativas	75
4.8.4.1.	Nombre de la Estrategia: Publicidad Visual	76
4.8.4.2.	Nombre de la Estrategia: Tena te informa.....	76
4.8.4.3.	Nombre de la Estrategia: Afiches	77
4.8.4.4.	Nombre de la Estrategia: Página Web del GAD. Municipal de Tena.....	79
4.9.	ESTRATEGIA IV: PLAN DE COMUNICACIÓN PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN	79
4.9.1.	Componentes de la planificación de la comunicación.....	80
4.9.2.	Plan de comunicación para el gad. municipal de tena.....	80
4.9.3.	Objetivos.....	80
4.9.4.	Plan de comunicación	81
4.9.5.	Nuevo organigrama.....	81
4.9.6.	Comunicación alternativa	82
4.9.7.	Políticas de comunicación	83
4.10	IMPACTO A ALCANZAR.....	84
	CONCLUSIONES	86
	RECOMENDACIONES.....	87
	BIBLIOGRAFIA	88

ANEXOS 89

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N. 1 :	Cuadro de Operacionalización de variables	31
Tabla N. 2:	Como considera usted la atención que brinda el personal que labora en el GAD Municipal del cantón Tena?	37
Tabla N. 3:	Cree usted que el personal que trabaja en el GAD Municipal del Tena, brindan una información completa y segura?	38
Tabla N. 4:	Piensa que el personal que labora en la oficina del GAD Municipal de Tena está preparado para cumplir con sus funciones de manera ágil?	39
Tabla N. 5:	Cómo calificaría el nivel de conocimientos de los empleados que le atienden regularmente?	40
Tabla N. 6:	En que aspectos piensa usted que el personal debería fortalecerse para mejorar la atención al usuario?	41
Tabla N. 7:	Considera usted que el personal que labora en secretaría del GAD Municipal de Tena debe tener mayor capacitación para mejorar su atención al usuario	42
Tabla N. 8:	Según su criterio se debe mejorar la atención al usuario que se brinda actualmente?	43
Tabla N. 9:	la implementación de un Plan de mejoras a calidad del servicio al usuario en el GAD Municipal del cantón Tena ayudaría al cumplimiento de la misión, visión y los objetivos institucionales actuales y futuras?.....	44
Tabla N. 10:	Considera necesario que los administradores y trabajadores conozcan del plan de mejoras a calidad en el servicio para que haya cambio de actitud e identifiquen problemas y oportunidades de mejora?	45
Tabla N. 11:	Piensa usted que el valor agregado a la actividad que realizan los funcionarios del GAD Municipal del cantón Tena, brinda beneficio o satisfacción de una necesidad al usuario?	46
Tabla N. 12	Se ha brindado capacitación al personal para mejorar el servicio al usuario?	47
Tabla N. 13:	Se ha realizado una evaluación del cumplimiento de los trámites solicitados de manera oportuna?	48
Tabla N. 14:	Análisis FODA	53

Tabla N. 15: Facetas para la implementación del Plan de mejoras a la calidad en el GAD Municipal del cantón Tena	56
Tabla N. 16: Diseño de Estrategias de mejora.....	57
Tabla N. 17: Presupuesto programa de capacitación.....	66
Tabla N. 18: Cronograma de actividades de programa de capacitación.....	67

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N. 1: GAD. Municipal del Tena	6
Gráfico N. 2: Como considera usted la atención que brinda el personal que labora en GAD Municipal del cantón Tena?	37
Gráfico N. 3: Cree usted que el personal que trabaja en el GAD Municipal de Tena, brindan una información completa y segura?	38
Gráfico N. 4: Piensa que el personal que labora en la oficina del GAD Municipal de Tena está preparado para cumplir con sus funciones de manera ágil? ..	39
Gráfico N. 5: Como calificaría el nivel de los empleados que le atienden regularmente?	40
Gráfico N. 6: En que aspectos piensa usted que el personal debería fortalecerse para mejorar la atención al usuario?	41
Gráfico N. 7: Considera usted que el personal que labora en secretaría del GAD Municipal de Tena debe tener mayor capacitación para mejorar su atención al usuario?.....	42
Gráfico N. 8: Según su criterio se debe mejorar la atención al usuario que se brinda actualmente?.....	43
Gráfico N. 9: La implementación de un Plan de mejoras a la calidad del servicio al usuario en el GAD Municipal del cantón tena ayudaría al cumplimiento de la misión, visión y los objetivos institucionales actuales y futuras? 44	
Gráfico N. 10: Considera necesario que los administradores y trabajadores conozcan del plan de mejoras a calidad en el servicio para que haya un cambio de actitud e identifiquen problemas y oportunidades de mejora?	45

Gráfico N. 11: Piensa usted que el valor agregado a la actividad que realizan los funcionarios del GAD Municipal del cantón tena, brinda beneficio o satisfacción de una necesidad al usuario?	46
Gráfico N. 12: Se ha brindado capacitación al personal para mejorar el servicio al usuario?	47
Gráfico N. 13: Se ha realizado una evaluación del cumplimiento de los trámites solicitados de manera oportuna?	48
Gráfico N. 14: Logotipo del GAD.Municipal de Tena.....	75

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N. 1: Autorización para realizar el trabajo de investigación.....	91
Anexo N. 2: Encuesta a clientes internos	92
Anexo N. 3: Encuesta a clientes externos.....	94
Anexo N. 4: Fotografía del gobierno autonomo descentralizado municipal del cantón tena	96
Anexo N. 5: Aplicando encuestas a los funcionarios internos del gad.municipal del canton tena.	97
Anexo N. 6: Aplicando encuestas a los usuarios externos del GAD. Municipal de Tena.....	98
Anexo N. 7: Oficina de secretaria del GAD. Municipal de Tena.....	99
Anexo N. 8: Capacitación al personal del GAD Municipal de Tena.....	99
Anexo N. 9: Fotografía de la oficina de talento humano del GAD Municipal de Tena	100

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de titulación tiene por objetivo el diseño de un Plan de Mejoras a la Calidad del Servicio al Usuario del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena, Provincia de Napo, periodo 2015. Para proponer mejoras del servicio al usuario. La metodología, utilizada fueron las encuestas realizadas a los usuarios internos y externos.

Para determinar la necesidad de una autoevaluación institucional que permita alcanzar los objetivos propuestos en el plan de mejoras

El desarrollo del plan de mejoras contiene estrategias como, capacitaciones, en relaciones humanas y las etapas son orientadas a la integración del personal a su puesto en la institución el incremento y mantenimiento de su eficiencia, así como su progreso personal y laboral en la Entidad.

Como resultados de la investigación se determinó el proceso de elaboración de las acciones de mejora, de esta manera el plan se convertirá en un instrumento de análisis y a la vez en una herramienta de investigación.

Se recomienda poner en prácticas la propuesta planteada para mejorar la calidad del servicio al cliente por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena y comprometer a los funcionarios para su cumplimiento. Socializar las estrategias de mejora a los funcionarios de los distintos departamentos para lograr un apoyo total en las actividades que deben realizar.

Palabras claves: Plan de mejoras, atención de calidad, fortalecimiento, cliente.

Ing. Edwin Patricio Pombosa Junez
DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

EXECUTIVE ABSTRACT

This degree work has as a goal The Improvement Plan Design for the Quality Service User of Decentralized Autonomous Municipal Government of Tena, Napo province period 2015 to propose improvements of customer service. The methodology were surveys to internal and external users. To determine the need for an institutional self-assessment that would achieve the goals in the improvement plan.

The development of the master plan contains strategies such, training in human relations and steps are aimed at the integration of staff from his post at the institution the increase and maintenance efficiency, as well as their personal and professional development in the state.

As research results the development process improvement actions, so the plan will become a tool for analysis and at the same time a research tool was determined.

It is recommended to put into practice the proposal made to improve the quality of customer service by the Decentralized Autonomous Municipal Government of Tena and engage officers for compliance. Socialize improvement strategies officials of various departments to achieve full support for the activities to be carried out.

Keywords: Improvement Plan, quality care, strengthening, customer.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las instituciones pública tanto locales como nacionales deben aprovechar en sus totalidad la capacidad intelectual, creativa y la experiencia de todos sus funcionarios, dando paso al engrandecimiento y fortalecimiento de la misma, pues el aporte que cada funcionario haga dentro de cada institución se constituye en la suma de cambios sociales y culturales que hoy en día las instituciones han dado para alcanzar un mayor éxito en las organizaciones.

Sin embargo pese a este conocimiento siguen persistiendo debilidades que hacen que el desempeño de los funcionarios no logre una mayor satisfacción en los usuarios de esta institución, se evidencia la falta de instrumentos que permiten a los funcionarios de la municipalidad de Tena ejecutar sus labores diarias de mejor manera permitiendo a la institución mejorar sus posibilidades de crecimiento y desarrollo personal y laboral.

La atención a los usuarios se constituye para la municipalidad en uno de los pilares fundamentales operativos por procesos para garantizar la calidad en la atención oportuna con capacidad de respuesta a la población mediante la definición y la implementación de políticas de servicio, protocolos de atención , estructuración de canales de atención y un modelo de servicio a la colectividad para satisfacer de manera positiva la demanda de servicios y tramites en cumplimiento de los derechos y deberes de los ciudadanos del municipio del cantón Tena.

Para alcanzar la experiencia en la institución se propone la aplicación de un plan de mejora a la calidad del servicio al usuario, lo que permitirá la mejora en todos los campos de la municipalidad como son las capacitaciones del personal, eficiencia de los recursos, de las relaciones con el público, entre los miembros de la institución y con la sociedad en general mejorando la calidad de servicio que prestamos.

A través de la puesta en práctica de este material se quiere entregar a los servidores públicos del GAD municipal de Tena las disposiciones generales y pautas para la adecuada prestación del servicio y atención al usuario, dirigido a todos los servidores públicos de administración municipal, esperando que la atención a los usuarios se un servicio homogéneo en cualquiera de las oficinas de la municipalidad, aportando directrices gene-

rales que permitan la prestación de servicios de manera ordenada, sistemática y coherente con las necesidades de la población.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

En un mundo globalizado, donde el desarrollo y sostenimiento de las empresas en el mercado se ha constituido en la labor de los gerentes o administradores, la calidad en el servicio que estas brindan, es la base fundamental para alcanzar los objetivos propuestos, tomando en cuenta que la opinión de los clientes tiene un valor trascendental en la misma.

El recurso humano es el factor clave dentro una organización, para el logro de los objetivos estratégicos de ésta. A medida que su personal se desempeñe de manera eficiente, de tal manera que su conocimiento, destrezas, actitudes y comportamientos conduzcan al éxito de la organización, se deberá contar con una fuerza laboral que sea capaz de aceptar el cambio y que siempre se encuentre motivada a conducir a su organización al desarrollo de la ventaja competitiva. Es por ello que se debe reconocer la importancia de realizar un buen proceso de selección, capacitación, evaluación del desempeño y el desarrollo del recurso humano como parte fundamental para el logro de las metas organizacionales.

Las exigencias que la realidad presenta en los espacios laborales y en la complejidad de los problemas relativos a cada departamento, son de una creciente demanda, siempre surgen nuevos mecanismos para la organización y el desarrollo de las actividades, todo se ve inmerso de una fiebre acelerada y compulsiva de eficacia, eficiencia, cubrir criterios, estándares, metas, aprender el manejo de los nuevos programas, dar a la nota en la calidad, donde se destacan los niveles de productividad, economía y rapidez, para llegar al producto que se espera.

Existen nuevos retos en el mundo laboral que las organizaciones deben enfrentar, lo que a su vez demanda que las personas que se desempeñan con idoneidad y apliquen sus conocimientos, habilidades y actitudes en entornos cambiantes, para así obtener ventajas competitivas.

Dentro de la diversa problemática que presentan las instituciones públicas del país, existen temas puntuales que son solucionables gracias a la correcta identificación de sus problemas, comprensión de las causas y determinación de sus defectos, refiriéndose para este caso al Gobierno Autónomo Descentralizado, Municipal de Tena.

Actualmente los procesos de atención ciudadana, donde reciben toda información, dificulta tener un acceso directo con las personas responsables para informarse del curso del trámite, a fin de conocer el estado de los mismos.

Las mejoras a la calidad del servicio son de vital importancia para ser más efectivo para mejorar la calidad del servicio y generar la atención que merece el ciudadano Ténense.

Esto implica que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena requiere mejorar la calidad de servicio al usuario de atención ciudadana de manera más transparente, con rapidez y procesos de comunicación y entrega de información confiable al usuario en las diferentes dependencias de la entidad edilicia.

1.1.1. Formulación del problema de investigación.

¿De qué manera el Plan de Mejoras elevaría la calidad del servicio al usuario del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena, en el período 2015?

1.1.2. Delimitación del problema.

El problema de estudio tiene relación en la gestión y desarrollo empresarial, en el área de atención al usuario que acuden diariamente, el aspecto está centrado en mejorar la calidad de servicio al usuario, esta investigación se realizará en el G.A.D Municipal de Tena, durante el año 2015, se cumplirá el trabajo con los usuarios, jefes departamentales del cabido.

1.2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

Actualmente, la autonomía y la descentralización se enmarcan en los principios de igualdad y solidaridad atendiendo las demandas y las reivindicaciones de los territorios

con menores capacidades y oportunidades, en particular del sector rural y urbano marginal.

La presentación de servicios es una de las competencias exclusivas que el COOTAD establece para cada nivel de gobierno, especialmente el mejoramiento de los servicios públicos. El Gobierno Autónomo Descentralizado de Tena tiene el reto y la responsabilidad de ofrecer y producir servicios de calidad y eficiencia para responder a la población amazónica cada día más exigente.

La función del área de atención al usuario es administrar al recibir trámites y dirigirlos a las unidades pertinentes.

El área de atención al usuario atiende al 27% de población de Tena que en el transcurso de un año acuden a las dependencias municipales demandando los servicios que presta la municipalidad como agua potable, alcantarillado, residuos sólidos y parques y jardines, etc. se realizan diferentes tramites, pero habido algunas modificaciones las que no han sido suficientes para responder a la creciente demanda del municipio de Tena que cuenta con una extensión territorial de 3904 km² y 60880 habitantes, donde 29937 de la población son mujeres y 30943 de la población son hombres que habitan en aproximado de 12,000 viviendas.

Es importante mencionar, que en el período del año 2015, el presupuesto del municipio asciende a la cantidad de 33'441.117,10. En este mismo periodo los ingresos en concepto de impuestos se estima serán de 2'753.00,00 de dólares, lo cual respalda la magnitud que presenta el municipio en el ámbito amazónico.

Por lo expuesto, este es un estudio de mucha utilidad para el cantón Tena y sus parroquias, ya que servirá como modelo a seguir por otras municipalidades amazónicas y a la misma institución edilicia. También es viable porque el área de investigación es flexible para la recopilación de información.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

Elaborar un plan de mejoras para elevar la calidad del servicio al usuario del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena, en el período 2015, mediante una aplicación adecuada y prácticas, que faciliten una mejor comunicación al usuario.

1.3.2. Objetivos específicos

- Analizar el desempeño del área de atención al usuario, aplicando las técnicas de investigación.
- Realizar el diagnóstico de la situación actual en el servicio a los usuarios.
- Proponer mejoras del servicio al usuario en el GAD Municipal de Tena, para la atención del usuario interno y externo.

1.4. DATOS INFORMATIVOS DE LA INSTITUCIÓN

Gráfico N. 1: GAD. Municipal del Tena



1.4.1. Antecedentes de la institución.

En la versión revisada del año 2010 del libro compendio de la historia del municipio de Tena, el historiador local Fernando Espinoza Jarrín, brinda un aporte más al conocimiento de la realidad de la institución edilicia, identificada plenamente con sus habitantes y nos presenta la vida institucional del municipio como una contribución a la identidad de este pueblo amazónico.

El actual cantón Tena se conforma de siete parroquias: Pano, Talag, Puerto Napo, Puerto Misahualli, Ahuano, Chontapunta y la Urbana Tena, de este cantón se desmembraron Sucumbíos y Orellana que formaron las provincias del mismo nombre. Los territorios de los cantones Archidona y Arosemena Tola, también pertenecieron a Tena.

Varios procesos históricos se sucedieron desde los inicios de la vida administrativa del país reformas provocadas por los tratados y protocolos alteraban las circunscripciones territoriales cambiando inclusive, los nombres de los espacios geográficos locales.

El municipio del cantón Napo, hoy cantón Tena, inicio su vida institucional el 12 de enero de 1941. Esta es su historia, la misma que esperamos contribuya al conocimiento de nuestra realidad.

Fuente: Compendio de la Historia del Municipio de Tena (versión revisada 2010)

1.4.2. Historia de las administraciones municipales.

El señor Humberto Garcés es el primer presidente del Municipio de Napo, su período va desde el 12 de enero de 1941 hasta el 1 de diciembre de 1941.

El 1 de diciembre del mismo año, Don Adelmo Rodríguez Falconí es nombrado presidente del Municipio de Napo hasta el 6 de diciembre de 1943, fecha en la que regresa a ocupar esta dignidad el señor Humberto Garcés hasta el 13 de julio de 1944. Mediante Decreto Ejecutivo N° 197, de 13 de julio de 1944 se nombra a Don Adelmo Rodríguez como Presidente hasta el 4 de mayo de 1945, fecha en la que renuncia.

El señor José Barona Ruíz, es nombrado por el consejo como Presidente el 14 de mayo 1945, hasta el 19 de agosto del mismo año, en que el Consejo reestructura el mismo y nombra al señor Aurelio Guerrero Sanz como principal personero.

El señor Rafael Picón, el 30 de septiembre de 1945, pasa a ocupar el cargo del presidente hasta el 12 de mayo de 1946, día del nombramiento del señor Cesar Peña Herrera, quien ejerce el cargo hasta el 2 de julio, fecha en la que renuncia.

Cuatro días más tarde, el 6 de julio el señor Tarquino Segovia, se estrena como Presidente.

El doctor Carlos Julio Arosemena Tola, Presidente interino de la República, convoca a elecciones y por primera vez se elige a Alcalde del cantón Napo, mereciendo el favor ciudadano el señor Sebastián Narvárez Auz el 1 de diciembre de 1947.

Como segundo Alcalde del cantón Napo, se posesiona don Cesar Augusto Rueda, quien También gana las elecciones convocadas con este propósito y se posesiona el 4 de febrero de 1950. El señor Rueda gana por segunda ocasión las elecciones del 1 de septiembre de 1952 y reasume el cargo el 3 de febrero de 1953. Termina su periodo y desaparece la dignidad de Alcalde y es así que el señor Rafael Picón, asume nuevamente la Presidencia del Municipio de Napo, hasta el 5 de agosto, en que es reemplazado por el señor Blas Rosales.

Don Rubén Cevallos Vega es investido con el máximo cargo cantonal el 4 de diciembre de 1954, siendo ratificado el 22 de diciembre de 1955. Su periodo fenece el 9 de diciembre de 1956.

Desde el 9 de diciembre de 1956 hasta el 29 de diciembre de 1957 desempeña este cargo el señor Isidro Espinosa.

A partir el 29 de diciembre de 1957 hasta el 1 de diciembre de 1958, preside el consejo cantonal de Napo don Tarquino Segovia.

Don Isidro Espinosa se reincorpora como nuevo presidente el 1 de diciembre de 1958 hasta el 1 de diciembre de 1959. En este periodo se crea la Provincia de Napo con su

capital Tena. Mediante resolución del Congreso Nacional el 22 de octubre de 1959 y publicada el 10 de noviembre del mismo año en el Registro Oficial N°963, se divide la provincia de Napo-Pastaza, en las provincias de Napo y Pastaza.

A la provincia de Napo le corresponden los cantones: Tena, Aguarico, Sucumbíos y Quijos.

El 1 de diciembre de 1959, Miguel Gutiérrez Rueda firma el acta como Presidente municipal, a esta administración le corresponde la autoría del acuerdo que establece la fecha de fundación de Tena.

Gustavo Ruiz Terán le sucede a don Miguel Gutiérrez en la presidencia del Municipio de Tena, ejerciendo estas funciones desde el 12 de diciembre de 1960, hasta el 1 de agosto de 1962. Desde esta fecha hasta el 30 de octubre de 1964 se desempeña en esta función don Misael Espín, en la que es alterno por el doctor Gustavo Dueñas, quien dura apenas algo menos de un mes y es relevado por el doctor Fausto Castelo, el 28 de noviembre, quien permanece en esas funciones hasta el 19 de marzo de 1965.

El 19 de marzo de 1965, don Ney Estupiñan Recalde es investido como presidente hasta el 1 de agosto de 1967.

Víctor Hugo Baquero es nombrado Alcalde, recuperándose esta dignidad definitivamente y dura en esas funciones desde el 1 de agosto de 1967 hasta el 1 de agosto de 1970.

Don Carlos Olalla es Alcalde desde el 1 de agosto de 1970 hasta el 9 de junio de 1973.

Don Carlos Espinoza de los Monteros es alcalde en las fechas desde el 9 de junio de 1973 hasta el 26 de junio de 1974.

El 26 de junio de 1974, Ricardo Cabrera Vergara se posesiona como Alcalde y trabaja en estas funciones hasta su renuncia que se produce el 31 de mayo de 1978, siendo reemplazado por el profesor Nelson Rodríguez.

David Guevara Yépez, es el primer Alcalde electo luego de varios años de dictaduras militares. Toma posesión de su cargo el 15 de septiembre de 1978 y dura hasta el 15 de abril de 1984

Eduardo Vayas Salazar, ejerce las funciones de Alcalde desde el 15 de abril de 1984 hasta el 4 de junio de 1988.

El profesor Nelson Rodríguez vuelve a ocupar esta dignidad, esta vez lograda por medio de elecciones populares. Ejerce su cargo desde el 4 de junio de 1988 hasta el 10 de agosto de 1992.

El señor Alex Hurtado Borbúa es electo Alcalde de Tena y se desempeña como tal desde el 10 de agosto de 1992 hasta el 10 de agosto de 1996, en que culmina su primer periodo. El pueblo lo elige para un nuevo cuatrienio y desde el 10 de agosto de 1996 hasta el 10 de agosto de 2000 ejerce el cargo de Burgomaestre. En esta administración, cambia la denominación de Ilustre a Municipio de Tena, siendo el primer Cabildo del País en adoptar este nombre.

Desde el 10 de agosto de 2000 hasta el 5 de enero del 2005, el doctor Héctor Sinchiguano se desenvuelve como quinto Alcalde en esta nueva era democrático.

El Ingeniero Washington Varela Salazar, logra ganar las elecciones para su primer periodo como Alcalde, el mismo que va desde el 5 de enero de 2005 hasta el 31 de julio del 2009. En las elecciones de abril del 2009, la confianza del pueblo se expresa a su favor y se constituye en ser el segundo Alcalde electo. Inicia desde esta fecha, el 31 de julio de 2009, su segundo mandato al frente del Gobierno Municipal de Tena, el mismo que culminó el 14 de mayo del 2014.

El profesor Klever Ron, en las elecciones del 23 de febrero de 2014, logra ganar su primer periodo como Alcalde de Tena, el mismo que comprende desde el 14 de mayo del 2014 hasta el 14 de mayo del 2019.”

Fuente: Compendio de la Historia del Municipio de Tena (Versión revisada 2010)

UBICACIÓN:

- ✓ Provincia: Napo
- ✓ Cantón Tena
- ✓ Parroquia: Tena
- ✓ Dirección: Barrio Central. Av. Juan Montalvo y Abdón Calderón.

1.4.3. Direccionamiento Estratégico

La Misión y Visión institucional, es el propósito fundamental de la existencia de la institución en el cual laboran

MISIÓN

Planear implementar y sostener las acciones del desarrollo del Gobierno Municipal.

Dinamizar los proyectos de obras y servicios con calidad y oportunidad, que aseguren el desarrollo social y económico de la población, con la participación directa y efectiva de los diferentes actores sociales y dentro de un marco de transparencia y ética institucional y el uso óptimo del talento humano altamente comprometidos, capacitados y motivados.

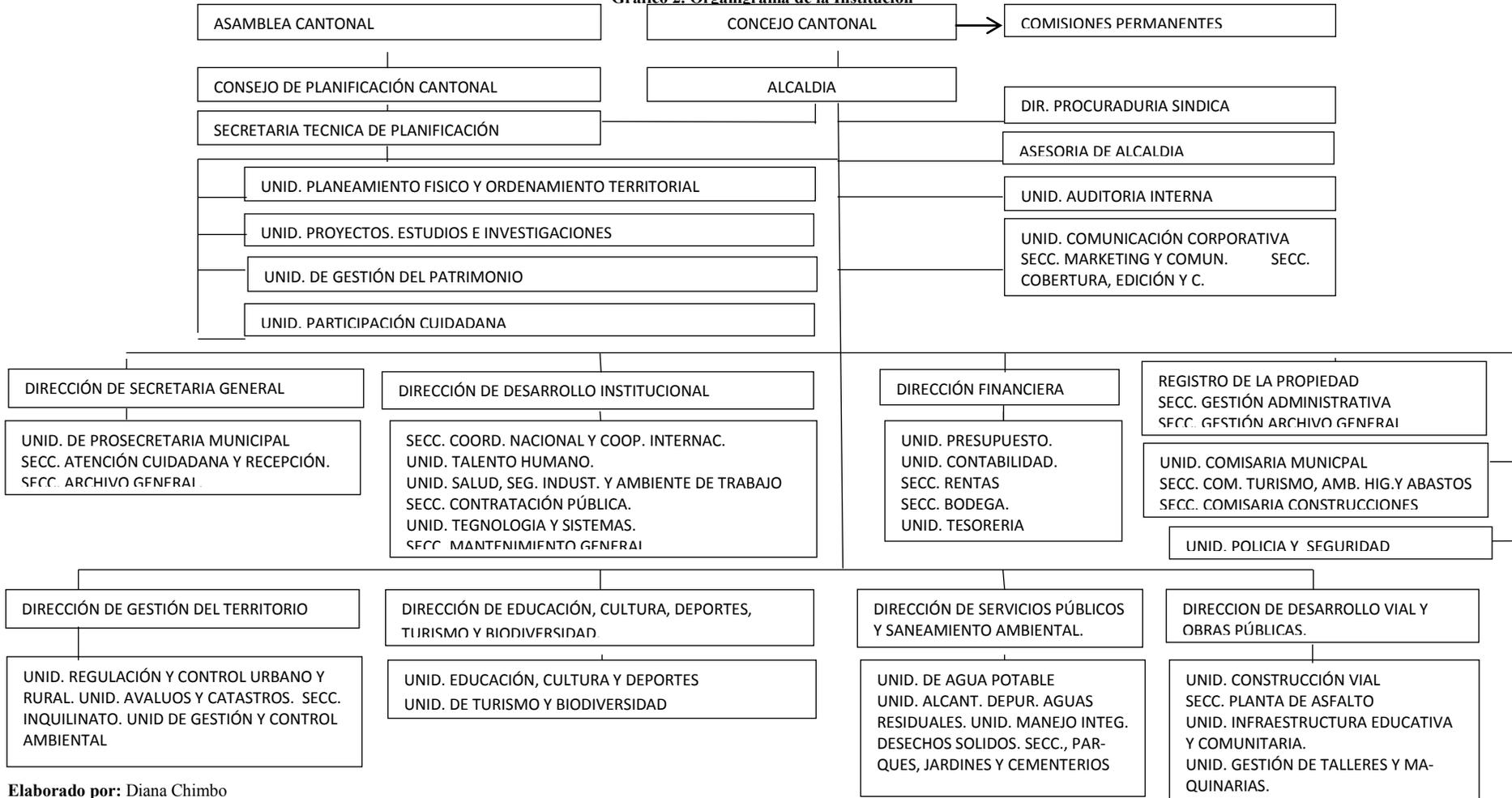
VISIÓN

“Convertir el cantón Tena, en un referente dinámico de cambio, cuyas características de crecimiento, estén marcadas por la activa participación de sus habitantes, dentro de un marco de planificación que implique la responsabilidad social de sus entes y organizaciones, y cuyas actividades productivas optimicen el talento humano, tecnológicos y naturales, permitiendo el desarrollo integral del cantón, en una armónica relación hombre naturaleza, que vaya solidando su identidad de pueblo trabajador, hospitalario y alegre”.

Fute:http://www.tena.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=54&Itemid=18

1.4.4. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL “GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO, MUNICIPAL DE TENA

Grafico 2. Organigrama de la Institución



Elaborado por: Diana Chimbo

Fuente: Dirección de desarrollo institucional del GAD Municipal de Tena

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Plan de mejoras.

Es un conjunto de medidas de cambio que se toman en una organización para mejorar su rendimiento.

Para que una empresa pueda responder ante los cambios que presenta su entorno y cumplir con los objetivos de su empresa, debe implantar un plan de mejora con la finalidad de detectar puntos débiles de la empresa, y de esta manera atacar las debilidades y plantear posibles soluciones al problema.

Al desarrollar un plan de mejora permite definir mecanismos que le permitirán a la empresa alcanzar aquellas metas que se han puesto y que le permitirán ocupar un lugar importante y reconocido dentro de su entorno.

El plan de mejora no es un fin o una solución, es sencillamente un mecanismo para identificar riesgos e incertidumbre dentro de la empresa, y al estar conscientes de ellos trabajar en soluciones que generen mejores resultados.

Para generar un plan de mejora que vaya de acorde a las necesidades de una empresa, es necesario involucrar a toda persona que participe en el proceso de creación del producto u otorgamiento del servicio que ofrece la empresa.

Cuando se logre esa interacción, se lograra entonces identificar todos los elementos, situaciones y/o problemas que presenta la empresa.

Como planteamiento de solución, un plan de mejora debe contener estrategias generales que permitan definir el rumbo que tomara la empresa y la forma en que solucionara los problemas.

Trujillo. M. (2012) *Plan de mejoramiento*. Universidad autónoma de occidente Santiago de Cali. <http://bdigital.uao.edu.co/bitstream/10614/2995/1/TAD00932.pdf>

Pasos para hacer un plan de mejora

1. Identificar el proceso o problema a mejorar.
2. Identificar las causas que originan el problema.
3. Definir los objetivos generales de la institución.
4. Definir los proyectos y acciones de mejora.
5. Planear y dar seguimiento a las acciones.

2.2. Calidad del servicio

Entrega a los clientes que nos compran o contratan. La calidad de los servicios depende de las actitudes de todo el personal que labora en el negocio. El servicio es, en esencia, el deseo y convicción de ayudar a otra persona en la solución de un problema o en la satisfacción de una necesidad. El personal en todos los niveles y áreas debe ser consciente de que el éxito de las relaciones entre la empresa y cada uno de los clientes depende de las actitudes y conductas que observen en la atención de las demandas de las personas que son o representan al cliente.

En la literatura académica, la medición de la calidad del servicio ha suscitado algunas diferencias de criterio, principalmente hace referencia a lo que realmente se está midiendo. (Bolaños R.2005)

(Zeithaml y Bitner 2002) una calidad de servicio es ajustarse a las especificaciones del cliente-usuario, es tanto realidad como percepción, es como el cliente percibe a lo que ocurre basándose en sus expectativas de servicio.

Un buen sistema de calidad del servicio se puede constituir en el diferenciador de los servicios que se ofrecen, dado que se pueden percibir como “commodities”, los cuales deben distinguirse por los niveles de satisfacción de los clientes-usuarios y por el sistema que soporta esos índices de desempeño que se informan con puntualidad, validez y pertinencia a los clientes.

Según (Vargas. y Aldana de Vega.2011) Definen que es importante el mejoramiento continuo en la calidad del servicio, se fundamenta en cuatro pilares:

1. Trabajo en equipo: implica conformar trabajos bajo la filosofía del equipo y seguir unos puntos previamente definidos, con el objetivo de alcanzar una meta común que vaya en beneficio de la organización y de cada uno de los individuos que la conforman.
2. Liderazgo participativo: antes que autocracia e imposición y búsqueda de la satisfacción del jefe, antes que del bien común.
3. Optimización de procesos: todos y cada uno de los procesos deben ser efectivos y flexibles, buscando satisfacer siempre las necesidades y expectativas de los clientes.
4. Compromiso con la calidad, el servicio y la productividad: implica que todos los empleados de la organización maximicen recursos y eliminen desperdicios.

2.3. Calidad

Es el conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren capacidad de satisfacer necesidades, gustos y preferencias, y de cumplir con expectativas en el consumidor. Tales propiedades o características podrían estar referidas a los insumos utilizados, el diseño, la presentación, la estética, la conservación, la durabilidad, el servicio al cliente, el servicio de postventa, etc. (González M.2013)

En general, podríamos decir que un producto o servicio es de calidad cuando cuenta con insumos de primera, cuenta con un diseño atractivo, cuenta con una buena presentación, es durable en el tiempo, y está acompañado de un buen servicio al cliente, a tal grado que satisface necesidades, gustos y preferencias, y cumple o sobrepasa expectativas en el consumidor. (González M.2013)

(Crosby, 1989) puntualiza que la “calidad es entregar a los clientes y a los compañeros de trabajos, productos y servicios sin defectos y hacerlo a tiempo”.

Para las autoras (Vargas y Aldana de Vega.2011), la calidad es la búsqueda continua de la perfección, es el proceso que tiene como centro al hombre y a partir de él construye productos y servicios que le llevaran a satisfacer deseos, expectativas y necesidades dentro de un marco razonable.

Por lo tanto Calidad es:

- Algo más que cumplir con los requisitos del usuario
- Anticiparse a los cambios preparándose para los mismos
- Mejoramiento continuo de productos y servicios
- Velocidad en el servicio
- Dar valor agregado

BUENOS INSUMO/MATERIALES + BUENAS INSTALACIONES + BUENOS PROCESOS + BUENOS PRODUCTOS + BUENOS SERVICIOS +CALIDAD DE LAS PERSONAS= CALIDAD

Adicionalmente podemos decir que no existe un solo concepto de calidad, sino al menos tres, como los citados a continuación (J. Moyano Fuentes, S. Bruque Cámara, J. M. Maqueira Marín, F. A. Fidalgo Bautista, & P. J. Martínez Jurado, 2011):

Calidad necesaria o concertada: Es aquella que el cliente requiere para satisfacer sus necesidades y tiene que ver con las características del producto.

Calidad de diseño o programada: Se refiere a la calidad del producto que la empresa desea dar suponiendo lo que el cliente necesita, esta es programada y prevista

Calidad realizada o de producción: Es la calidad real del producto o servicio que se obtiene luego de cumplir con las especificaciones de producción. Por lo tanto la calidad total se refiere a la calidad requerida por los clientes, por esta razón, la calidad de producción y la calidad de diseño deben coincidir con la calidad definida por el cliente.

Fuente:

<http://www.consumidor.gub.uy/informacion/pdf.php?File=/datos/sitios/xsite/consumidor/userfiles/informacion/items/130.pdf>

2.4. Tipos de Calidad

- Calidad que se espera: se da cuando existen propiedades y características que los consumidores dan por sentado que encontrarán en los productos o servicios. Cuando encuentran estas propiedades y características, los consumidores quedan satisfechos, pero cuando no las encuentran, quedan muy insatisfechos.
- Calidad que satisface: se da cuando existen propiedades y características que los consumidores solicitan específicamente. Cuando están presentes estas propiedades y características, los consumidores quedan satisfechos, pero cuando no está presentes, quedan insatisfechos. La calidad que satisface cumple con las expectativas del consumidor, pero sin llegar a superarlas.
- Calidad que deleita: se da cuando existen propiedades y características que los consumidores no solicitan porque no saben que puedan existir, pero que cuando están presentes y agradan, los consumidores quedan muy satisfechos; sin embargo, si no las encuentran, no quedan insatisfechos. La calidad que deleita supera las expectativas del consumidor.

2.5. Servicio

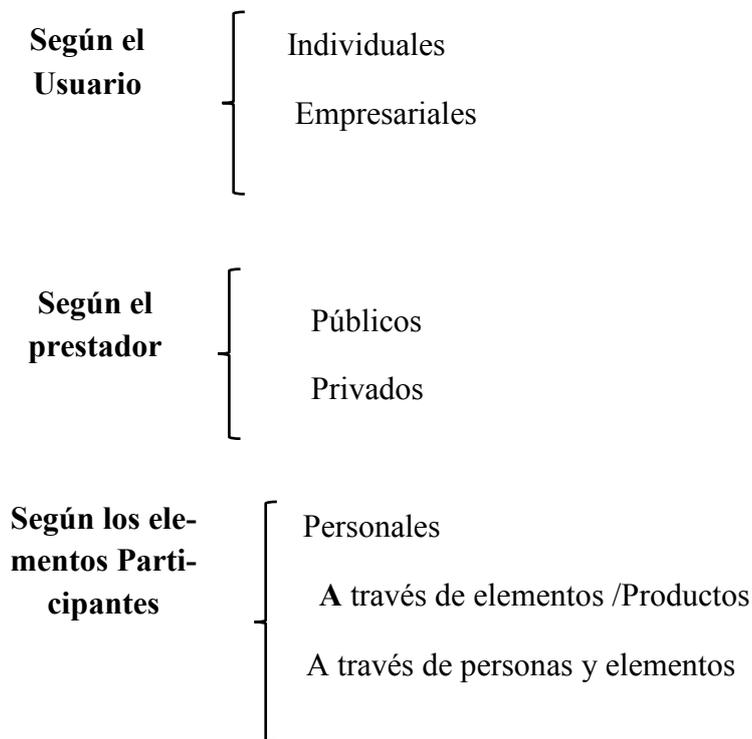
Para la American Marketing Association (A.M.A.), los servicios son productos que son intangibles o por lo menos substancialmente, no pueden ser transportados o almacenados, y son casi inmediatamente perecederos. Los productos de servicio son a menudo difíciles de identificar, porque vienen en existencia en el mismo tiempo que se compran y que se consumen. Por esta razón los servicios no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. En otras palabras, el servicio es una actividad realizada para brindar un beneficio o satisfacer una necesidad. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico.

Es la gestión que realiza cada persona que tiene la oportunidad de tratar directamente con el cliente para generar en él un nivel de satisfacción, esto implica varios factores

como eficiencia, la velocidad de la respuesta, atención a los detalles, la escucha, la confianza, la información brindada y el seguimiento que se dé, la actitud, la amabilidad, el respeto, la preocupación y la autenticidad, también son factores indispensables.

2.5.1. Clasificación de los servicios

Según Miguel Ángel Vicente los servicios Los servicios se pueden clasificar según tres aspectos que lo conforman.



Vicente, M. A. (2009). Marketing y competitividad. Buenos Aires: Prentice-hall.

2.5.1.1. 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. Vicente.M.A(2009)

1.- Que servicios se ofrecerán

Para determinar cuáles son los que el cliente demanda se deben realizar encuestas periódicas que permitan identificar los posibles servicios a ofrecer, además se tiene que establecer la importancia que le da el consumidor a cada uno.

Debemos tratar de compararnos con nuestros competidores más cercanos, así detectaremos verdaderas oportunidades para adelantarnos y ser los mejores.

2.- Qué nivel de servicio se debe ofrecer

Ya se conoce qué servicios requieren los clientes, ahora se tiene que detectar la cantidad y calidad que ellos desean, para hacerlo, se puede recurrir a varios elementos, entre ellos; compras por comparación, encuestas periódicas a consumidores, buzones de sugerencias, número 800 y sistemas de quejas y reclamos.

3.-Cuál es la mejor forma de ofrecer los servicios

Se debe decidir sobre el precio y el suministro del servicio. Por ejemplo, cualquier fabricante de PC's tiene tres opciones de precio para el servicio de reparación y mantenimiento de sus equipos, puede ofrecer un servicio gratuito durante un año o determinado período de tiempo, podría vender aparte del equipo como un servicio adicional el mantenimiento o podría no ofrecer ningún servicio de este tipo; respeto al suministro podría tener su propio personal técnico para mantenimiento y reparaciones y ubicarlo en cada uno de sus puntos de distribución autorizados, podría acordar con sus distribuidores para que estos prestaran el servicio o dejar que firmas externas lo suministren. Vicente.M.A.(2009)

2.5.1.2. Componentes Básicos

Según Blanco Prieto, Antonio. (2010). Para brindar un buen servicio es necesario contar con las siguientes:

Cortesía: Se pierden muchos clientes si el personal que los atiende es descortés. El usuario desea siempre ser bien recibido, sentirse importante y que perciba que uno le es útil.

Atención rápida: A nadie le agrada esperar o sentir que se lo ignora. Si llega un usuario y estamos ocupados, dirigirse a él en forma sonriente y decirle: "Estaré con usted en un momento."

Confiabilidad: Los usuarios quieren que su experiencia de utilización de servicios públicos sean lo menos riesgosa posible. Esperan encontrar lo que buscan o que alguien responda a sus preguntas. También esperan que si se les ha prometido algo, esto se cumpla.

Atención personal: Nos agrada y nos hace sentir importantes la atención personalizada. Nos disgusta sentir que somos un número. Una forma de personalizar el servicio es llamar al usuario por su nombre.

Personal bien informado: El usuario espera recibir de los empleados encargados de brindar un servicio, una información completa y segura respecto de los productos que venden.

Simpatía: El trato con el usuario no debe ser frío y distante, sino por el contrario responder a sus necesidades con entusiasmo y cordialidad.

2.5.1.3. Características

Según Llamas, José María. Podemos identificar las siguientes características de la atención al cliente:

Conocimiento de las necesidades y expectativas del cliente: Antes de diseñar cualquier política de atención al cliente es necesario conocer a profundidad las necesidades de los diferentes segmentos de clientes para poder satisfacer sus expectativas.

Flexibilidad y mejora continua: Las empresas han de estar preparadas para adaptarse a posibles cambios en su sector y a las necesidades crecientes de los clientes. Para ello,

el personal que está en contacto directo con el cliente ha de tener la formación y capacitación adecuadas para tomar decisiones y satisfacer las necesidades de los clientes incluso en los casos más imposibles.

Orientación al trabajo y al cliente: Los trabajos que implican atención directa al cliente integran dos componentes: el técnico propio del trabajo desempeñado y el humano, derivado del trato directo con personas.

Es subjetiva: Al cliente le mueven las razones y las emociones al mismo tiempo, por lo que la atención al cliente ha de ser cerebral y emocional.

No es fácilmente modificable: Para conseguir un cambio de actitud en un cliente son necesarias sucesivas experiencias que el cliente perciba como exitosas.

La satisfacción de un cliente no está exclusivamente determinada por factores humanos: Es un error pensar que la gestión de la atención al cliente debe centrarse de forma exclusiva en el componente humano de la venta, ya que toda venta personal está integrada en un contexto comercial cuyos componentes físicos deben ayudar a ofrecer un mayor y mejor servicio al cliente.

2.5.1.4. Tipos

Según Blanco Prieto, Antonio. (2010). La atención puede ser de tres tipos:

Activa y voluntaria: Es atención activa y voluntaria cuando se orienta y proyecta mediante un acto consciente, con un fin de utilidad práctica y en su aplicación buscamos aclarar o distinguir algo.

Activa e involuntaria: Es la orientada por una percepción.

Pasiva: Es atención pasiva la que es atraída sin esfuerzo porque el objeto es grato y es este quien la orienta.

2.6. LA ESTRATEGIA.

2.6.1. Pensamiento estratégico

Para Horacio Krell “El pensamiento estratégico es el recurso para conseguir lo que uno quiere contestar 4 preguntas: ¿dónde estaba ayer? ¿Dónde estoy hoy? ¿Dónde quiero estar mañana? y ¿cómo haré para conseguirlo?”.

2.6.2. Estrategias

La estrategia de una corporación es un plan maestro integral que establece la manera en que logrará su misión y objetivos. Maximiza la ventaja competitiva y minimiza la desventaja competitiva. (Whellen&Hunger, 2007)

La empresa de negocios típica considera generalmente tres tipos de estrategia: corporativa, de negocios y funcional. (Whellen&Hunger, 2007)

2.6.3. La estrategia corporativa

Describe la dirección general de una empresa en cuanto a su actitud general hacia el crecimiento y la administración de sus diversas líneas de negocio y productos. Por lo general, las estrategias corporativas concuerdan con las tres categorías principales de estabilidad, crecimiento y reducción (Whellen&Hunger, 2007)

Las tres definiciones que anteceden, se considera que las estrategias, son los recursos para conseguir lo que uno quiere. Así como también, está formado por el conjunto de personas u organizaciones que facilitan la circulación del producto hasta llegar a manos del consumidor. O a su vez, una estrategia es una ventaja competitiva que cada empresa escoge para llevar sus productos al consumidor de la forma más completa, eficiente y económica posible.

2.6.4. La estrategia de negocios

Ocurre a nivel de productos o unidades de negocio, hace hincapié en el mejoramiento de la posición competitiva de los productos o servicios de una corporación en la industria o en el segmento de mercado específico que atiende esa unidad de negocio. Desde otro punto de vista, las estrategias de negocios se agrupan en dos categorías generales: estrategias competitivas y cooperativas. (Whellen&Hunger, 2007)

2.6.5. La estrategia funcional

Es el enfoque que adopta un área funcional para lograr los objetivos y las estrategias de la corporación y las unidades de negocio mediante la maximización de la productividad de los recursos. Se ocupa del desarrollo y fomento de una competencia distintiva para proporcionar a una empresa o unidad de negocio una ventaja competitiva. (Whellen&Hunger, 2007)

2.6.6. Formulación de la estrategia

La formulación de la estrategia es el desarrollo de planes a largo plazo para administrar de manera eficaz las oportunidades y amenazas ambientales con base en las fortalezas y debilidades empresariales (FODA). Incluye la definición de la misión, la especificación de objetivos alcanzables, el desarrollo de estrategias y el establecimiento de directrices de política.

La formulación de la estrategia denominada con frecuencia planeación estratégica o a largo plazo, se ocupa del desarrollo de la misión, los objetivos, las estrategias y las políticas de una corporación. Comienza con el análisis de la situación, esto es, el proceso que consiste en encontrar una concordancia estratégica entre las oportunidades externas y las fortalezas internas y trabajar al mismo tiempo con las amenazas externas y las debilidades internas. (Whellen&Hunger, 2007)

Ante estas tres definiciones, se considera que las estrategias es el mejoramiento de las posiciones competitivas de las empresas, y ayudan a la maximización de los servicios y el fortalecimiento de los objetivos alcanzar a largo plazo, comenzando analizar la situación entre las oportunidades externas y fortalezas internas dentro del FODA.

2.7. Marketing

(Kloter, 1972), plantea que el marketing “estudia específicamente como son creadas, estimuladas, facilitadas y valoradas las transacciones”. Aquí el autor se centra en el concepto de transacción, no considera el objetivo que persiguen las partes que intervienen en la misma y realiza una descripción del proceso a través de las variables clásicas: producto (creadas), promoción (estimuladas), distribución (facilitadas) y precio (valora-

das). Posteriormente el propio (Kloter, 1980) señala que el marketing “es la actividad humana dirigida a satisfacer necesidades y deseos a través de proceso de intercambio”. Una definición similar es dada por (Stanton y Futrell, 1987) quienes refieren que el “marketing está constituido por todas las actividades que tienen a generar y facilitar cualquier intercambio cuya finalidad es satisfacer las necesidades o deseos”. En el mismo contexto (Lambin, 1991) conceptualiza el marketing como “el proceso social, orientado hacia la satisfacción de las necesidades y deseos de individuos y organizaciones, para la creación y el intercambio voluntario y competitivo de productos y servicios, prácticamente se declara que las ganancias se producen en la esfera de la circulación, la verdadera fuente generadora de utilidades queda eliminada detrás de un malabarismo de palabras. Sin embargo, (Kloter,1992) señala que el marketing es un “proceso social y de gestión a través del cual los distintos grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiando productos con valor para otros”.

2.7.1. Marketing de servicios

Es la disciplina dedicada al análisis de los comportamientos de los mercados y de los consumidores se conoce como marketing o mercadotecnia. Su objetivo es trabajar en la gestión comercial de las empresas para retener y fidelizar a los clientes, introducir nuevos productos, etc. Es decir es la rama de la mercadotecnia que se especializa en esta categoría especial de productos o bienes; por lo tanto, debe partir de las características básicas de los servicios (intangibilidad, inseparabilidad, perfectibilidad y heterogeneidad) para establecer las estrategias de gestión comercial.

En consecuencia, el marketing de servicios debe entenderse como, reafirmar los procesos de intercambio entre consumidores y organizaciones con el objetivo final de satisfacer las demandas y necesidades de los usuarios, pero en función de las características específicas del sector. Sin embargo, existen otros mercados no tan maduros y que son los que determinan el grado de desarrollo de un país: marketing cultural, sector público, instituciones no lucrativas, social, etc. (Muñiz R.2015)

2.7.2. Marketing estratégico de servicios

Miguel Angel Vicente define que el marketing estratégico de servicios abarca tres dimensiones ,una es la acción o la conquista de mercados, otra es la del análisis y comprensión de estos , y la tercera es la ideología o de sistema del pensamiento actitud.

El marketing competitivo de servicios puede ser entendido como una tecnología social que antepone la efectividad y el largo plazo a la eficiencia en el corto plazo ,cuyos mercados metas seran demandantes de servicios . tecnología altamente necesaria en economías abiertas y competitivas, que mediante el analisis de esenarios permite hipotetizar acerca de las amenazas y oportunidades que presentan los mercados meta, y analizar las fortalezas y debilidades de la organización para enfrentarlas buscando aumentar el valor y la posición de estos en terminos competitivos.

Vicente, M. A. (2009). Marketing y competitividad. Buenos Aires: Prentice-hall.

2.7.3. Gestión

Se denomina gestión al correcto manejo de recursos de los que dispone una determinada organización, como por ejemplo, empresas, organismos públicos, organismos no gubernamentales, etc. El término gestión puede abarcar una larga lista de actividades, pero siempre se enfoca en la utilización eficiente de estos recursos en la medida en que debe maximizarse sus rendimientos.

Es la acción y el efecto de gestionar y administrar una actividad profesional destinado a establecer los objetivos y medios para su realización, a precisar la organización de sistemas, con el fin de elaborar la estrategia del desarrollo y a ejecutar la gestión del personal. Así mismo en la gestión es muy importante la acción, porque es la expresión de interés capaz de influir en una situación dada. (Villcarromero R. 2010)

2.7.4. Modelo de gestión

La tendencia actual de la sociedad occidental tanto en el sector privado como en el público es la adopción de modelos de gestión que sirvan de referente y guía en los procesos permanentes de mejora de los productos y servicios que ofrecen.

Un modelo de gestión de calidad es un referente permanente y un instrumento eficaz en el proceso de toda organización de mejorar los productos o servicios que ofrece. El modelo favorece la comprensión de las dimensiones más relevantes de una organización, así como establece criterios de comparación con otras organizaciones y el intercambio de experiencia

Por lo tanto, un modelo gestión es un esquema o marco de referencia para la administración de una entidad. Los modelos de gestión pueden ser aplicados tanto en las empresas y negocios privados como en la administración pública. (López. R 2001)

2.8. MARCO CONCEPTUAL

2.8.1. Servicio

(Vargas y Aldana de Vega.2011) lo conceptualiza al servicio como “el conjunto de actitudes que determinan comportamientos orientados a satisfacer al cliente en relación con sus intereses, expectativas, necesidades, anhelos que originan una series de procesos para satisfacer una necesidad, realizando diferentes funciones que el cliente no desea ejecutar y que está dispuesto a pagar a quien lo reemplace, este alguien analiza como satisfacer, en qué oportunidad, lugar y elementos y con qué personas”.

En el mismo contexto (Lamata, 1994) Define que el servicio es como, “actividad o proceso producido por el hombre (producto) que soporta un valor de utilidad (resuelve un problema o satisface una necesidad) que puede y suele cambiarse por otros bienes o servicios o por su valor en moneda”

Para (Juran,1996), entiende como el trabajo realizado por otra persona, mientras para (Kloter,1987) servicio es “todo acto o función que una parte puede ofrecer a otra que es esencialmente intangible y no da como resultado ninguna propiedad, su producción puede o no vincularse a un producto físico”. Así mismo (Berry 1995) define al servicio como “una acción, una realización, un esfuerzo, la esencia tangible o intangible de lo que se compra; es lo que en último término determina su clasificación como producto o servicio”.

La Real Academia de la Lengua en su diccionario define el servicio con su etimología, de latín “Servitium, acción efecto de servir, o merito que se adquiere sirviendo al estado o a otra entidad o persona”.

2.8.2. Usuario-Cliente

El diccionario de la (Real Academia Española RAE) define el concepto de usuario con simpleza y precisión: un usuario es quien usa ordinariamente algo. El término, que procede del latín usuarius, hace mención a la persona que utiliza algún tipo de objeto o que es destinataria de un servicio, ya sea privado o público.

Es decir un usuario es la persona que utiliza o trabaja con algún objeto o que es destinataria de algún servicio público, privado, empresarial o profesional.

Para (Vargas. Y Aldana de Vega. 2011) Definen los siguientes términos:

❖ CALIDEZ

Es el trato que recibe un cliente por parte de la persona que lo atiende.

❖ CLIENTE EXTERNO

Aquellas personas fuera de la organización, que reciben, utilizan o se benefician con lo que nosotros utilizamos.

❖ CLIENTE INTERNO

Aquel que utiliza, recibe o se beneficia con el producto de nuestro trabajo, dentro de la misma organización.

❖ DESEMPEÑO

Logro de los objetivos, forma como alguien trabaja o algo trabaja para alcanzar la efectividad.

❖ EFICACIA

Indicadores y respectivos resultados, que miden el grado en que los requisitos de los clientes están siendo atendidos por los procesos.

❖ EFICIENCIA

Indicadores y resultados que miden el nivel de recursos empleados en un proceso, para atender los requisitos de los clientes. Relación entre los resultados (resultados de la asistencia) y los recursos utilizados para prestar la asistencia al cliente.

❖ ESTRATEGIA

Acción de largo y mediano plazo necesaria para alcanzar la visión. Camino que ha de seguir por la organización para garantizar su supervivencia en el largo plazo. Medios o caminos escogidos (necesarios) para alcanzar posiciones futuras favorables (metas), con relación a otros competidores en determinado mercado.

❖ EXCELENCIA

Valor sobresaliente dentro de un proceso de desarrollo, de un individuo de un servicio, o de un proceso. Sobrepasa los límites de confiabilidad, al exceder las posibilidades y desencadenar una dinámica de mejoramiento continuo.

❖ GESTIÓN

Diario que hacer del desarrollo de los planes institucionales.

❖ MONITOREO

Se refiere a la vigilancia constante y la medición sistemática de un fenómeno, se utiliza para detectar tempranamente cualquier alejamiento del buen manejo o estándar del proceso y su corrección inmediata.

❖ PLAN

Un planes ante todo la consecuencia de una idea, generalmente y en función de lograr un óptimo, organización adoptará la forma de un documento escrito en el cual se plasmará dicha idea acompañada de las metas, estrategias, tácticas, directrices y políticas a seguir en tiempo y espacio, así como los instrumentos, mecanismos y acciones que se usarán para alcanzar los fines propuestos y que fueron la motivación del plan.

❖ PROCESO

Secuencia de actividades cuyo producto crea un valor intrínseco para su usuario o cliente.

❖ SATISFACER

Proceso consistente en hallar, aceptar, y poner en práctica la alternativa que mejor satisface ciertos objetivos mínimos.

❖ SERVICIO

Conjunto de actitudes que determinan comportamientos orientados a satisfacer al cliente en relación con sus intereses.

❖ SERVIDOR PÚBLICO

Que, el artículo 229 de la Constitución de la República establece que serán servidoras o servidores públicos todas las personas que en cualquier forma o a cualquier título trabajen, presten servicios o ejerzan un cargo, función o dignidad dentro del sector público.

❖ TALENTO HUMANO

La administración consiste en la planeación, organización desarrollo y coordinación, así como también como control de técnicas, capaces de promover el desempeño eficiente del personal, a la vez que el medio que permite a las personas que colaboran en ella a alcanzar los objetivos individuales relacionados directamente o indirectamente con el trabajo.

❖ **TECNOLOGIA**

Es el conjunto de saberes que comprende aquellos conocimientos prácticos, o técnicos de tipo mecánico o industrial, que posibilitan al hombre modificar las condiciones naturales para hacer su vida más útil y placentera

CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. HIPÓTESIS o IDEA A DEFENDER

3.1.1. Idea a defender

Un plan de mejora elevaría la calidad de servicio al usuario, del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena, en el período 2015”

3.2. VARIABLES

Variable independiente: Plan de mejoras

Variable dependiente: Calidad de servicio al usuario

Tabla N. 1: Cuadro de Operacionalización de variables

VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN	INDICADORES	INSTRUMENTO
Plan de mejoras	Es un instrumento para identificar organizar las posibles respuestas de cambio a las debilidades encontradas en la institución, incorporando en los diferentes procesos de la organización, para que sean traducidos en un mejor servicio percibido y debe servir de base para la detección de mejoras, permitiendo el control y seguimiento de las diferentes acciones a desarrollar, así como la incorporación de acciones correctoras ante posibles contingencias no previstas.	Documento base Debilidades encontradas Mejorar el servicio Control y seguimiento	Encuesta
VARIABLE DEPENDIENTE	DEFINICIÓN	INDICADORES	INSTRUMENTO
Calidad del servicio al usuario.	Conformidad de un servicio con las especificaciones expectativas del cliente, implica dinamismo permanente para la búsqueda de la excelencia en las actividades e interrelaciones, que se generan en el proceso de construcción respecto a la satisfacción de necesidades y expectativas de quien busca el servicio.	Expectativas del cliente Excelencia en las actividades Satisfacción de las necesidades Servicio de calidad	Encuesta

Fuente: Elaborado por Diana Chimbo

3.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

3.3.1. Tipos de Estudio de Investigación

✓ Investigación de Campo

Es la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural.

Se establecerá un contacto directo investigador-realidad, efectuando de forma continua en el lugar de origen es decir en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena, obteniendo los datos necesarios por medio de técnicas e instrumentos para realizar el debido informe.

✓ Investigación Descriptiva

Este estudio descriptivo permitirá medir la información recolectada para luego describir, analizar e interpretar las características que identifican a la calidad del servicio al usuario que conforman en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena.

✓ Investigación Bibliográfica

Para realizar este proyecto de investigación, se utilizará las fuentes informativas que estarán sustentados mediante; información científica, basada en libros, internet, y demás artículos relacionados con el tema planteado.

3.3.2. Diseño de investigación.

❖ Cuasi Experimental

Se realizará una medición del nivel de conocimientos que tienen los usuarios del GAD Municipal de Tena y se visualizara cual competente son, de acuerdo a las capacidades que tienen cada uno de los departamentos.

3.3.3. Modalidad de la investigación

Cualitativos

Para realizar este trabajo utilizaremos datos cualitativos estos aportarán la realidad de los enfoques de las actividades realizadas, tales como estructura organizativa, niveles de comunicación, toma de decisiones.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. Población

La población sujeta de investigación la conformaron 16800 habitantes del Cantón Tena, que demandan atención para requerimientos relacionados a los servicios que presta el GAD Municipal a los ciudadanos. Este dato representa el 27% de la población.

3.4.2. Muestra

Para obtener el número de la muestra, conociendo la población (finita) estuvo representada por un 27% total del cantón (60880 habitantes) que concurren a las dependencias municipales en el año, según supo contestar en entrevista realizada a la Secretaria del Departamento de Agua Potable del municipio, haciendo un total de 390 unidades muestrales.

Para determinar la muestra se utilizó la siguiente fórmula estadística para poblaciones finitas:

TAMAÑO DE LA MUESTRA MUNICIPIO DE TENA

Fórmula para calcular la Muestra

$$n = \frac{N + (1)(e)}{1 + e2(N - 1)}$$

n = Tamaño de la Muestra

N = Valor de la Población

e² = Error Muestral.

Calculo de la Fórmula

- Habitantes de Tena que concurren anualmente a las dependencias municipales demandando atención a servicios (70 diarios) (promedio de 17 habitantes que concurren a cada dependencia de prestación de servicios del municipio)

N= 16800 habitantes (70 habitantes que concurren *5días a la semana*4 semanas al mes *12meses)

e²= 0,0025

Sustituyendo en la fórmula

$$n = \frac{16800 + (1)(0.0025)}{1 + 0.0025(16799)}$$

$$n = \frac{16800,0025}{42.9975}$$

n= 390,72 ⇒ n=390

3.5. METODOS, TECNICAS E INSTRUMENTOS

3.5.1. Métodos

✓ Método Deductivo

El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hecho particulares.

Con este método podremos llegar al conocimiento de todos los aspectos que abarca un modelo de gestión, que logrará mejorar el desempeño a la calidad del servicio al usuario en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena, a través de un seguimiento y evaluación de resultados.

✓ **Método Analítico**

La desmembración de un todo en sus partes componente, permite descubrir la estructura del objeto investigado, la descomposición permite delimitar lo esencial de aquello que no lo es, reducir a lo simple lo complejo.

Se trabajará con el método analítico de medición; el mismo que servirá para receptar la información de los sujetos de investigación y orientará las técnicas e instrumentos aplicables.

3.5.2. Técnicas

✓ **Encuestas**

Es una de las técnicas de recolección de información más usadas, a pesar de que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de la persona encuestada. La encuesta se fundamenta en el cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas.

Se realizará encuestas a los usuarios que asisten diariamente al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena, en el departamento de Agua Potable, con la finalidad de obtener información de primera mano, para lo cual se utilizará una serie de preguntas abiertas y cerradas.

3.5.3. Instrumentos

✓ **Cuestionarios**

El cuestionario es el conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios para alcanzar los objetivos del proyecto de investigación, es un plan formado para reca-

bar información de la unidad de análisis objeto de estudio y centro del problema de investigación.

El cuestionario se utilizará como herramienta para la realización de las encuestas.

✓ **Documentos electrónicos**

Nos ayuda a recolectar información del internet, páginas web y también libros que están subidas a las páginas web.

✓ **Documentos Impresos**

Este instrumento permitirá recolectar información segura y confiable por medio de libros, módulos, folletos, sobre el plan de mejora.

3.6. INTERPRETACIÓN E ANÁLISIS DE RESULTADOS

ENCUESTAS APLICADAS A LOS USUARIOS EXTERNOS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN TENA.

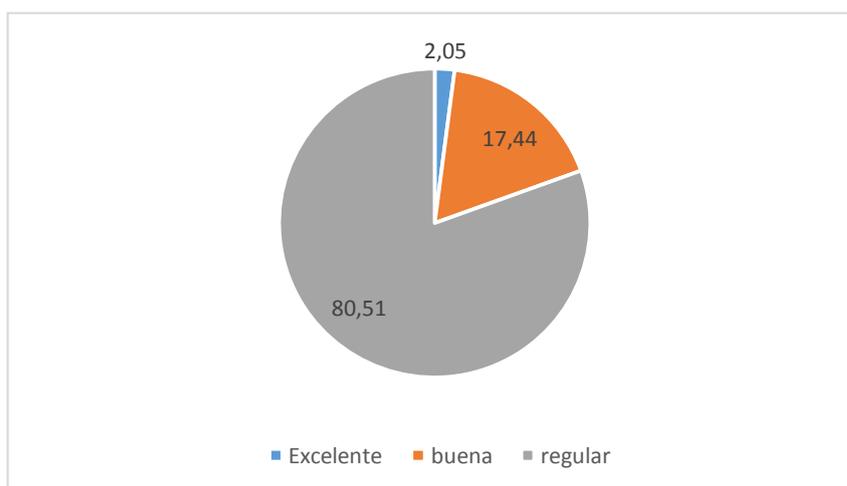
1. Como considera usted la atención que brinda el personal que labora en GAD Municipal del cantón Tena?

Tabla N. 2

Opción	Excelente	Buena	Regular	Total
Respuesta	8	68	314	390
%	2,05	17,44	80,51	100%

Fuente: Encuesta
Autor: Diana Chimbo

Gráfico N. 2



Fuente: Encuesta
Autor: Diana Chimbo

Interpretación: De los 390 usuarios externos encuestada el 2,05% opina que la atención que brinda el personal que labora en el GAD Municipal del cantón Tena es excelente; el 17,44% que es bueno; y el 80,51% que es regular.

Análisis: Según Marcelo Cañizares, la atención puede ser activa y voluntaria, activa e involuntaria, o pasiva, sin embargo en la encuesta aplicada vemos que tan solo el 2,05% consideran excelente, mientras que un 80,51% la consideran regular, por lo tanto no se aplica la atención activa y voluntaria, es decir una atención consiente y con un fin definitivo, sino más bien distante, automática y sin esfuerzo.

2. Cree usted que el personal que trabaja en el GAD Municipal del tena, brindan una información completa y segura?

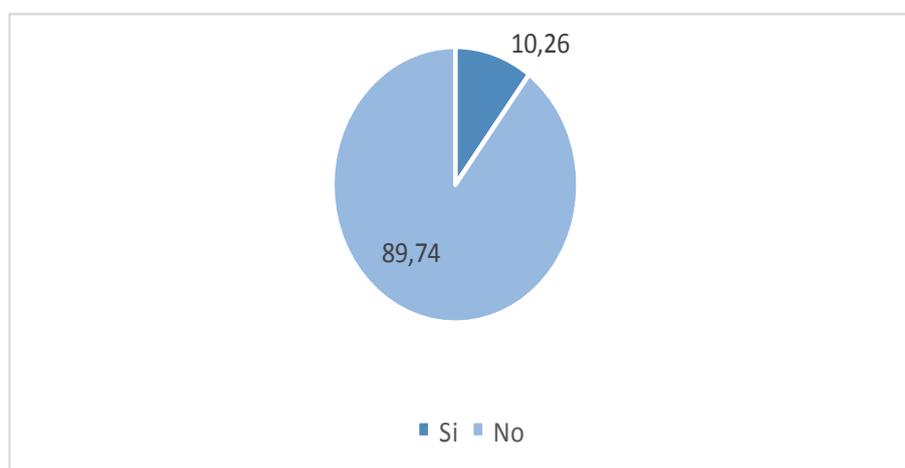
Tabla N. 3

Opción	Respuesta	%
SI	40	10,26
NO	350	89,74
TOTAL	390	100

Fuente: Encuesta

Autor: Diana Chimbo

Gráfico N. 3



Fuente: Encuesta

Autor: Diana Chimbo

Interpretación: El 10,26 % de los encuestados responden que el personal que trabaja en el GAD Municipal del cantón Tena, brindan una información completa y segura, mientras que el 89,74% piensan que no.

Análisis: Uno de los componentes básicos de la atención al usuario según Marcelo Cañizares, es el personal bien informado, ya que el usuario espera recibir una información completa y segura relacionada al servicio que se brinda, sin embargo de acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada, se asegura que tan solo el 10,26% de los usuarios consideran que el personal brinda una información segura y específica.

3. Piensa que el personal que labora en la oficina del GAD Municipal de Tena está preparado para cumplir con sus funciones de manera ágil?

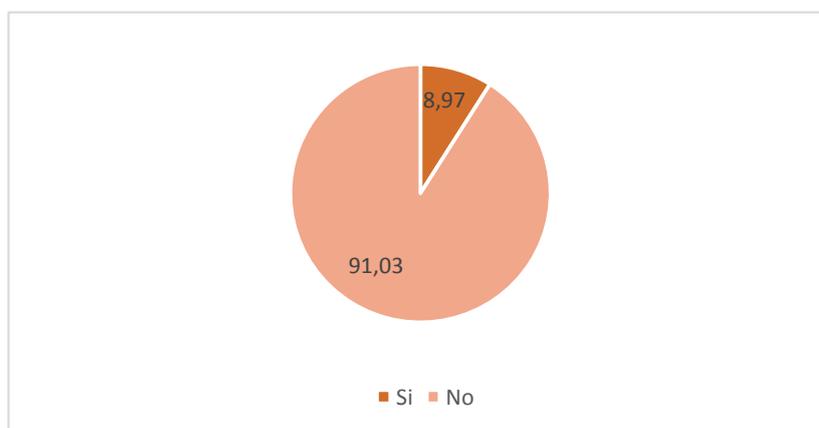
Tabla N. 4

Opción	Respuesta	%
SI	35	8,97
NO	355	91,03
TOTAL	390	100

Fuente: Encuesta

Autor: Diana Chimbo

Gráfico N. 4



Fuente: Encuesta

Autor: Diana Chimbo

Interpretación: Del total de la muestra encuestada, el 8,97% opina que el personal que labora en el GAD Municipal del cantón Tena, si está preparado para cumplir ágilmente con sus funciones, mientras que el 91,03% opina que no.

Análisis: Una de las características de la atención al usuario según Vargas María Elena, es la flexibilidad y mejora continua, lo cual se basa en la formación y capacitación adecuada que el personal que se relaciona directamente con el usuario debe tener, para tomar decisiones y satisfacer necesidades, por lo tanto es preciso que el personal del GAD Municipal del cantón Tena, se disponga debidamente en base a los resultados captados en la investigación.

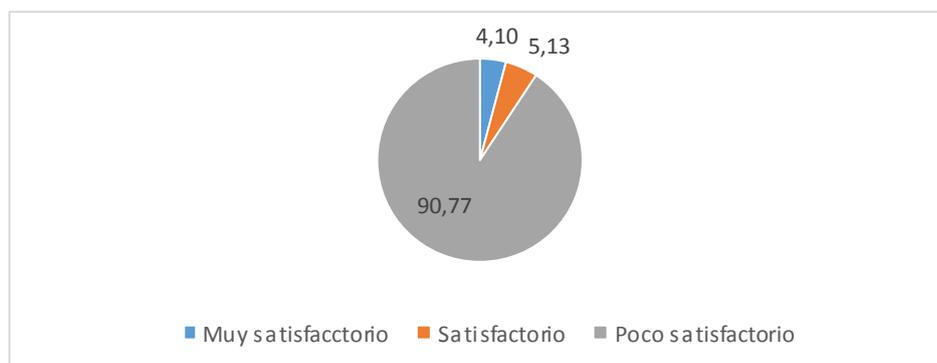
4. Cómo calificaría el nivel de conocimientos de los empleados que le atienden regularmente?

Tabla N. 5

Opción	Respuesta	%
Muy satisfactoria	16	4,10
Satisfactorio	20	5,13
Poco satisfactorio	354	90,77
TOTAL	390	100

Fuente: Encuesta
Autor: Diana Chimbo

Gráfico N. 5



Fuente: Encuesta
Autor: Diana Chimbo

Interpretación: El resultado obtenido en esta pregunta, el 4,10% califica que el nivel de conocimiento de los empleados es muy satisfactorio; el 5,13% como satisfactorio; y el 90,77% como poco satisfactorio.

Análisis: Otra de las diferencias de la atención al usuario, según Vargas María Elena, es la idea de las necesidades y posibilidades del usuario, para lo cual antes de plantear las actitudes de atención es principal conocer a fondo las necesidades de los diferentes segmentos de clientes para satisfacer sus expectativas; en la investigación se puede afirmar un alto porcentaje de insatisfacción debido al desconocimiento de los empleados que laboran en el GAD Municipal del cantón Tena.

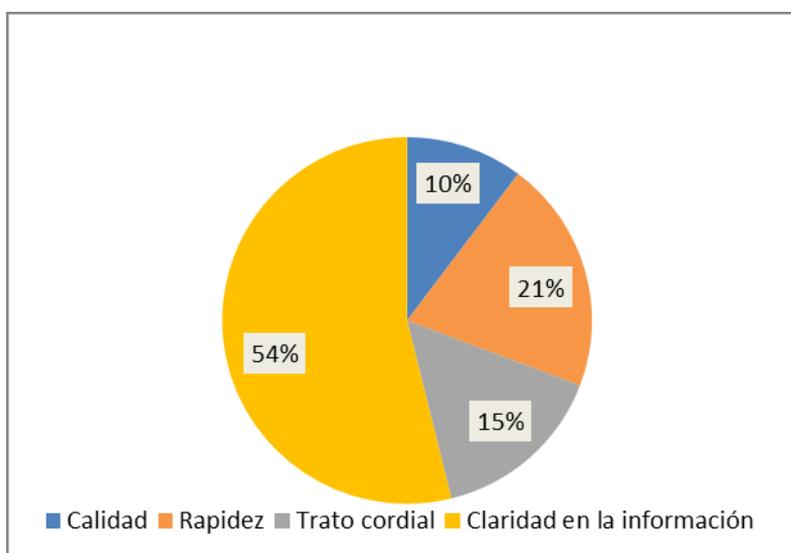
5. En qué aspectos piensa usted que el personal debería fortalecerse para mejorar la atención al usuario?

Tabla N. 6

Opción	Respuesta	%
Calidad	40	10,26
Rapidez	80	20,51
Trato cordial	60	15,38
Claridad en la información	210	53,85
TOTAL	390	100

Fuente: Encuesta
 Autor: Diana Chimbo

Gráfico N. 6



Fuente: Encuesta
 Autor: Diana Chimbo

Interpretación: las opiniones obtenidas el 10,26% de la muestra encuesta especulan que el personal deberían ofrecer una atención de calidad; el 20,51% en rapidez; el 15,38% en un trato cordial; y el 53,85% debe dar una información con claridad.

Análisis: Una información clara y rápida es la que buscan los usuarios de toda institución, ya que a nadie le simpatiza esperar o sentirse ignorado como lo expresa Vargas María Elena con respecto a la atención al usuario, sin embargo notamos el 10,26% y el 20,51% de usuarios del GAD Municipal de Tena, manifiestan su inconformidad en la calidad y rapidez de la información que reciben.

6. Considera usted que el personal que labora en secretaría del GAD Municipal del Tena debe tener mayor capacitación para mejorar su atención al usuario?

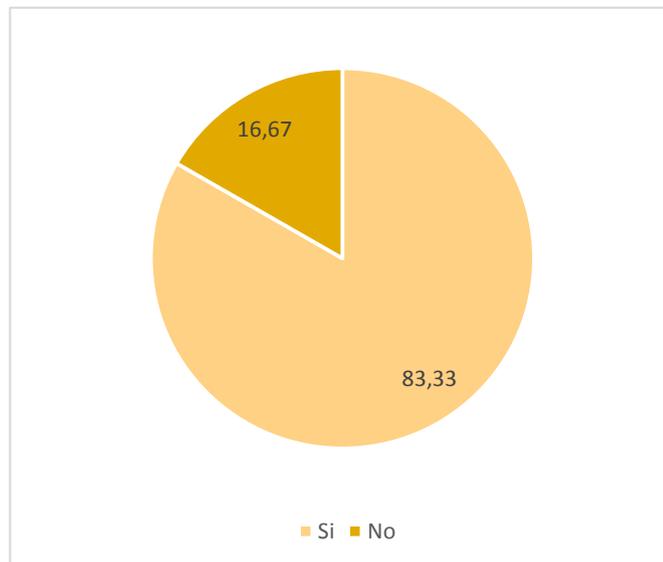
Tabla N. 7

Opción	Respuesta	%
SI	325	83,33
NO	65	16,67
TOTAL	390	100

Fuente: Encuesta

Autor: Diana Chimbo

Gráfico N. 7



Fuente: Encuesta

Autor: Diana Chimbo

Interpretación: Las respuestas entregadas por los usuarios con respecto a esta pregunta, el 83,33% declaran que el personal que laboran en el GAD Municipal del cantón Tena, debe tener una mayor capacitación, mientras que el 16,67% responde que no.

Análisis: El servicio es básicamente intangible y no es propiedad de nadie, por lo tanto es una actividad que se realiza para servir un beneficio o satisfacer una necesidad, para que esto se practique, el personal del GAD Municipal del cantón Tena, debe tener una mayor capacitación, como lo demuestra la encuesta realizada, con el 83,33% que responden que es así.

7. Según su criterio se debe mejorar la atención al usuario que se brinda actualmente?

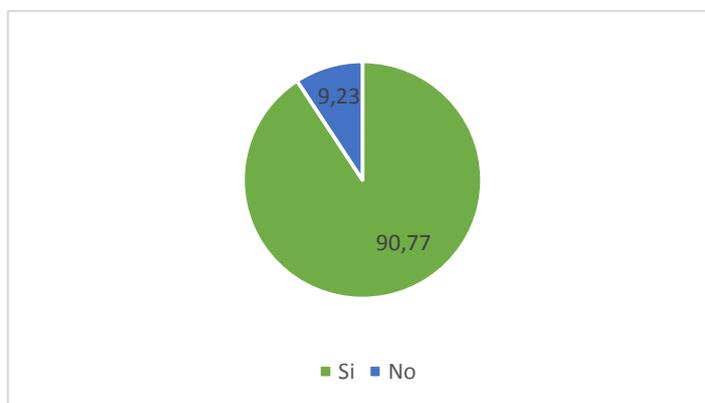
Tabla N. 8

Opción	Respuesta	%
SI	354	90,77
NO	36	9,23
TOTAL	390	100

Fuente: Encuesta

Autor: Diana Chimbo

Gráfico N. 8



Fuente: Encuesta

Autor: Diana Chimbo

Interpretación: Del total de usuarios externos encuestados, el 90,77% opina que si se debe mejorar la atención que se brinda actualmente en el GAD Municipal del cantón Tena, y el 9,23% opina que no.

Análisis: Servicio es la gestión que realiza cada persona que tiene la oportunidad de conocer directamente con el usuario, y este debe estar dirigida al cumplimiento de los objetivos, la misión y la visión institucional, sin embargo se percibe que el 90,77% de los encuestados revelan la necesidad de mejorar la atención a los usuarios de esta importante institución del cantón Tena.

ENCUESTA APLICADA A LOS CLIENTES INTERNOS DEL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN TENA.

1. La implementación de un Plan de mejoras a calidad del servicio al usuario en el GAD Municipal del cantón Tena ayudaría al cumplimiento de la misión, visión y los objetivos institucionales actuales y futuras?

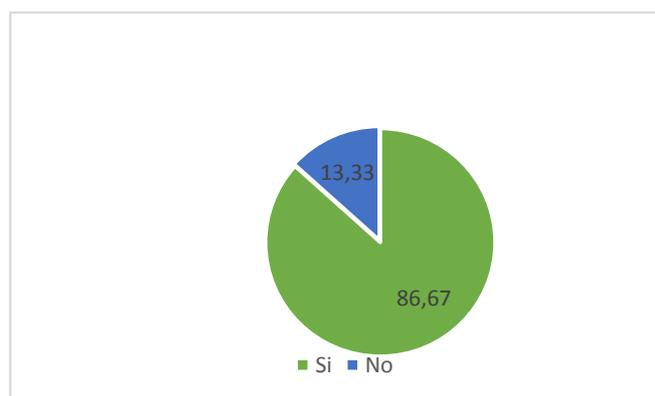
Tabla N. 9

Opción	Respuesta	%
SI	26	86,67
NO	4	13,33
TOTAL	30	100

Fuente: La encuesta

Autor: Diana Chimbo

Gráfico N. 9



Fuente: Encuesta

Autor: Diana Chimbo

Interpretación: De la encuesta aplicada el 86,67% responden que la implementación de un Plan de mejoras a la calidad del servicio en el GAD Municipal de Tena ayudaría al cumplimiento de la misión, visión y los objetivos institucionales actuales y futuras, mientras que el 13,33% indica que no.

Análisis: Toda organización para mejorar los productos y servicios que brinda tanto en el sector público como privado debe ayudarse con la implementación de un plan de mejoras, por lo tanto coincide con los datos obtenidos en la encuesta realizada.

2. Considera necesario que los administradores y trabajadores conozcan del plan de mejoras a calidad en el servicio para que haya un cambio de actitud e identifiquen problemas y oportunidades de mejora?

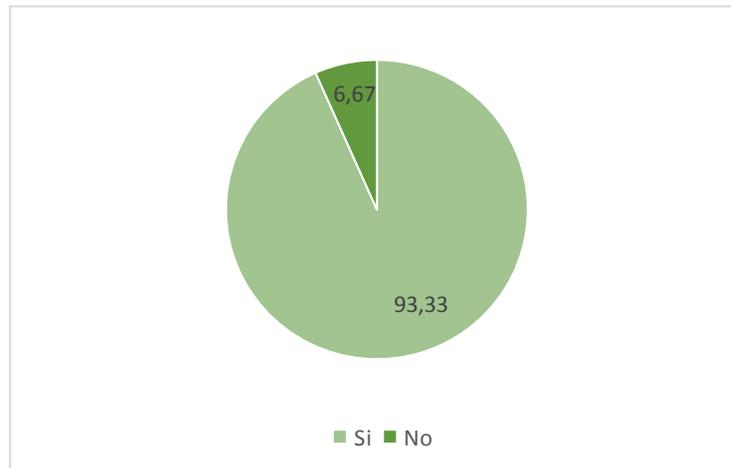
Tabla N. 10

Opción	Respuesta	%
SI	28	93,33
NO	2	6,67
TOTAL	30	100

Fuente: La encuesta

Autor: Diana Chimbo

Gráfico N. 10



Fuente: Encuesta

Autor: Diana Chimbo

Interpretación: De los resultados obtenidos se desprende que el 93,33% considera necesario que los administradores y trabajadores conozcan del plan de mejoras a la calidad del servicio, mientras que el 6,67% responden que no es necesario.

Análisis: El Plan de mejoras a la Calidad permite a los dirigentes formar planes de mejora basados en los objetivos diseñados en el éxito de la visión institucional, mediante el conocimiento profundo por parte de todos los niveles de dirección en cada una de las áreas, de esta manera los resultados de la investigación admiten con lo citado con el autor.

3. Piensa usted que el valor agregado a la actividad que realizan los funcionarios del GAD Municipal del Cantón Tena, brinda beneficio o satisfacción de una necesidad al usuario?

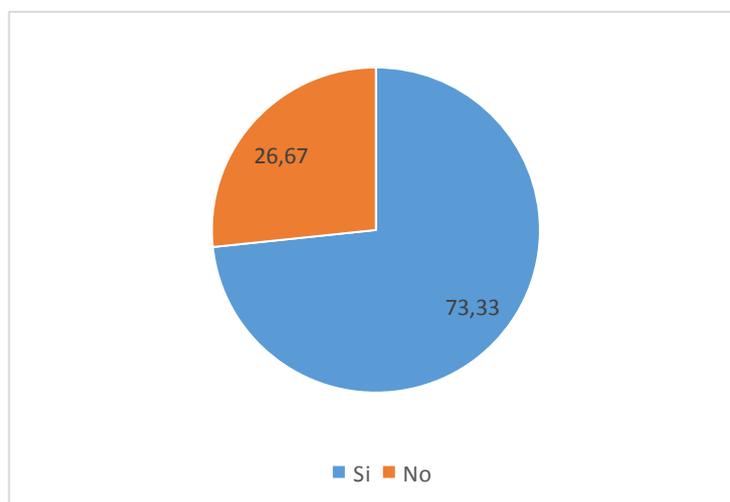
Tabla N. 11

Opción	Respuesta	%
SI	22	73,33
NO	8	26,67
TOTAL	30	100

Fuente: La encuesta

Autor: Diana Chimbo

Gráfico N. 11



Fuente: Encuesta

Autor: Diana Chimbo

Interpretación: En respuesta a esta pregunta el 73,33% Piensa que el valor añadido a la actividad que realizan los funcionarios del GAD Municipal del Cantón Tena, ofrece beneficio o bienestar de una necesidad al usuario, en diferencia al 26,67% que opina que no.

Análisis: Fleitman afirma que la calidad de un bien o servicio se valora desde el inicio del proceso hasta la elaboración del producto total, así también lo más importante son los caracteres personales, la satisfacción del usuario depende de la impresión que siente cuando está con nosotros, por lo tanto el 73,33% de los encuestados coincide en la necesidad de dar valor agregado a las actividades que realizan los funcionarios.

4. Se ha brindado capacitación al personal para mejorar el servicio al usuario?

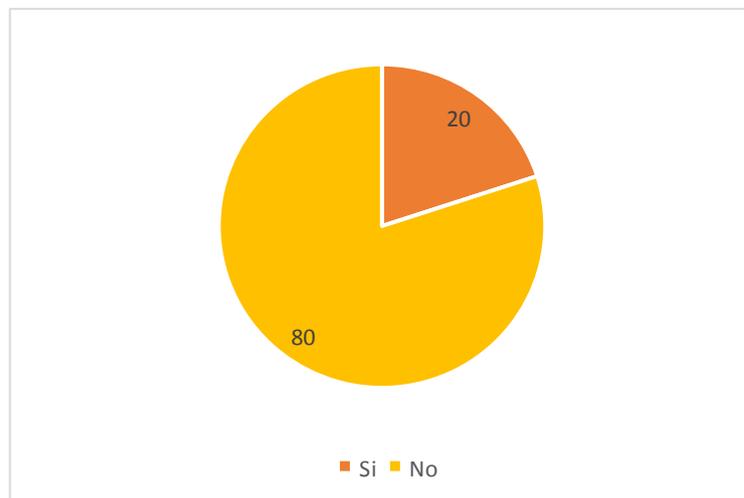
Tabla N. 12

Opción	Respuesta	%
SI	6	20
NO	24	80
TOTAL	30	100

Fuente: La encuesta

Autor: Diana Chimbo

Gráfico N. 12



Fuente: Encuesta

Autor: Diana Chimbo

Interpretación: El 20% de los funcionarios del GAD Municipal manifiestan que si se ha brindado capacitación al personal para mejorar el servicio al usuario, mientras que el 80% responde que no.

Análisis: W. Edwards Deming señala que para que haya una administración de calidad se debe impulsar el auto mejoramiento y la calidad de vida mediante la capacitación al personal potencializando su servicio hacia la misión y planes de la empresa, sin embargo tan solo 6 de los 30 funcionarios encuestados ha recibido capacitación.

5. Se ha realizado una evaluación del cumplimiento de los trámites solicitados de manera oportuna?

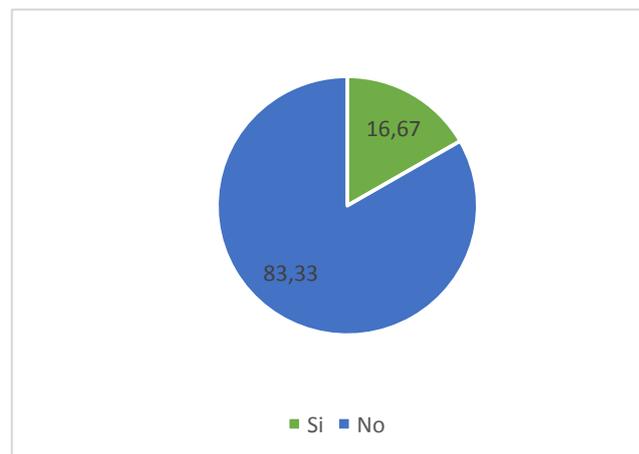
Tabla N. 13

Opción	Respuesta	%
SI	5	16,67
NO	25	83,33
TOTAL	30	100

Fuente: La encuesta

Autor: Diana Chimbo

Gráfico N. 13



Fuente: Encuesta

Autor: Diana Chimbo

Análisis: Según Fleitman, Jack, uno de los bienes del Plan de mejoras de calidad en las organizaciones, es el uso de un sistema de evaluación a los conocimientos solicitados por los usuarios externos, en el GAD Municipal del cantón Tena, en la actualidad no se emplea lo manifestado por el autor.

3.7. IDEA A DEFENDER

Plan de Mejoras a la Calidad en el servicio al usuario del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Tena provincia de Napo.

Una vez culminada la investigación y detallados los resultados, se puede establecer la importancia de la implementación de un Plan de Mejoras de Calidad ya que existe insatisfacción en los usuarios como también la falta de capacitación continua en los funcionarios, por lo tanto, las estrategias de mejora planteadas, transmiten directamente a los implicados, en los cuales al cumplir se muestra un cambio de actitud y un departamento organizado y conforme a las obligaciones de las instituciones públicas moderna.

CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

En el presente capítulo se establece el marco propositivo en el mismo donde se particulariza la propuesta de solución a la problemática detectada en este estudio en base al análisis de los resultados.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Tena, es una Institución de derecho público, que ofrece distintos servicios a través de los diferentes departamentos que lo conforman, entre ellos se encuentran el agua potable; sin olvidar que organización acreedora de servicios son incomparables a otras organizaciones proveedoras, por lo tanto el concepto de calidad en los servicios también es diferente en relación al trato interno que se brinda al público.

La Ley Orgánica de Servicio Público, observa lo que todo buen gobierno debe realizar, y se mantiene en los principios de calidad, calidez, competitividad, continuidad, descentralización, desconcentración, eficacia, eficiencia, equidad, igualdad, jerarquía, lealtad, racionalidad, responsabilidad, solidaridad, transparencia, y universalidad que promueve la interculturalidad.

Por este motivo, y para verificar con la misión, visión y objetivos institucionales, se diseña el siguiente Plan de mejoras de Calidad en el Servicio, con el objetivo de ser una guía para los administradores y el personal que en el labora, para que en el desempeño de sus labores y compromiso, se brinde un servicio de calidad, eficaz y eficiente.

4.2. JUSTIFICACIÓN

Desde una vista técnica, habitualmente los problemas se presentan en la gestión de programas, la asignación y uso de gastos, la forma de la organización del trabajo, la gestión de recursos humanos, los conocimientos de prestación de los servicios, la confianza con los ciudadanos, entre otros.

Los bienes que brindan las instituciones públicas en nuestro país, sobre todo en el cantón Tena, están expuestas a críticas y reclamos de los usuarios que concurren diariamente en demanda de un servicio, de la misma manera en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Tena, se han exhibido estos reclamos que han ocasionado a que se ejecute la presente investigación.

La Nueva Gestión Pública (NGP), pretende ser una opción donde el objetivo del nuevo Plan de mejoras del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Tena, ubicará su tarea hacia el beneficio de los resultados, es decir, efectuar un rediseño en la atención al usuario interno como externo, con la aplicación de nuevas técnicas del servicio al usuario.

Por lo tanto esta promesa se convertirá en una guía para la ocupación de decisiones actuales y futuras, mejorando de esta manera los materiales y recursos, humanos y físicos, así se lograrán entregar un servicio que compense las confianzas de los usuarios.

4.3. PROPUESTA DEL PLAN DE MEJORA

Para diseñar el Plan de Mejora de Calidad en el servicio que se ofrece a los usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Tena, tanto en el ambiente interno como externo, se ha identificado un instrumento, cuyo trabajo es el apropiado para adquirir a todo el área del Municipio, para corregir y optimizar los procedimientos y valores.

Se tomará como base la realidad actual del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Tena para garantizar un adelanto de la prestación de servicios eficientes, de la gestión administrativa ágil, oportuna y cordial, y un contacto a los usuarios continuos con soluciones prácticas e inmediatas.

Una vez destacados en el marco Teórico Planes de mejoras a la Calidad, que consiste en Planificar, Desarrollar, Comprobar y Actuar; como también el Plan de mejoras, el cual plantea principalmente la urgente necesidad de una autoevaluación institucional primaria para consecutivamente colocar un proceso.

Para diseñar el Plan de Mejoras a la Calidad del GAD Municipal del cantón Tena, se ha tomado como referencia lo que es más importante del Plan mencionado anteriormente, para crear un plan CORRECTO y apropiado de acuerdo a las Fortalezas y Debilidades encontradas en el Diagnóstico situacional (análisis FODA), realizado previamente.

Se debe explicar que, la ejecución del presente Plan de Mejoras a la Calidad por sí solo no hará ningún cambio en el GAD Municipal del Cantón Tena, si no se establecen los correctivos para la implementación del plan, por esta razón, el final del proceso será la elaboración de las acciones de mejora que más adelante se plantean, de esta manera el Plan se convierte en un instrumento de Análisis y a la vez en una herramienta de Mejora.

4.3.1. Objetivos del Plan de Mejora a la Calidad

General

Mejorar la Calidad en el Servicio que se ofrece a los usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Tena, en el período 2015, con un personal capacitado y comprometido con la misión y visión propuesta.

Específicos

- Implantar políticas para el personal administrativo que labora en el GAD Municipal del Cantón Tena.
- Plantear estrategias de mejora para el período 2015
- Establecer el impacto a obtener.

4.3.2. Diagnóstico Situacional – Análisis FODA

(Munch y García Martínez) Afirma: “Es una método de estudio de la situación de una empresa, organización o plan al investigar el ambiente externo que ayuda o dificulta la competitividad de una empresa para poder así establecer los objetivos y estrategias”. Mientras que el ambiente interno tiene que ver con sus debilidades y fortalezas.

Luego de esta investigación podemos responder a las preguntas: Cómo defender cada Limitación, cómo beneficiar cada Oportunidad, como destacar cada fortaleza, y como detener cada amenaza.

- **Fortalezas:** Son los recursos y las capacidades de la institución, que se pueden manipular para desarrollar una ventaja competitiva
- **Oportunidades:** Tiene que ver con el ambiente externo y son entornos positivas para la institución, que al ser detectadas, se las debe aprovechar.
- **Debilidades:** Son errores internas que se constituyen en barreras para el desarrollo de la institución, tiene que ver entre otros con los recursos financieros u organizacionales, como también los servicios que brinda y orientan a las empresas por debajo de la competencia. Al ser internas son controlables y se pueden superar.
- **Amenazas:** son cambios o realidades externas que afectan el servicio que se ofrece, los cuales se debe superar una vez que sean detectados.

Tabla N. 14: Análisis FODA

<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Disposición del personal para el trabajo - Infraestructura propia - Equipos necesarios - Presupuesto económico de acuerdo a los requerimientos 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacitación al personal - Donación de equipos de empresas - Apoyo del gobierno nacional
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Insuficiente capacitación al personal - Falta de comunicación interna - Demora en la respuesta a los trámites y servicios solicitados - Falta de auto evaluación a los servicios prestados - Ausencia de un Plan de Mejora a la Calidad en el Servicio 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Falta de recursos Económicos - Falta de capacitadores - Cambios en la administración pública

Elaborado por: Diana Chimbo

4.3.3. Políticas Institucionales

Se adoptan las siguientes políticas de trabajo:

- Concertación con los diferentes actores sociales, para el logro de una participación efectiva en el desarrollo de la ciudad.
- Movilización de esfuerzos para dotar al Municipio de una infraestructura administrativa, material y humana que permita receptor y procesar adecuadamente los efectos de la descentralización.
- Fortalecimiento y desarrollo municipal, a base de un óptimo aprovechamiento de los recursos y esfuerzos sostenidos para mejorar e incrementar los ingresos de recaudación propia, impuestos, tasas, contribuciones, etc. que permita el autofinanciamiento de los gastos, mediante un proceso de gerencia municipal.
- Preservar y encausar los intereses municipales y ciudadanos como finalidad institucional.
- Voluntad política, trabajo en equipo y liderazgo, para la búsqueda constante de los más altos niveles de rendimiento, a efectos de satisfacer con Oportunidad las expectativas ciudadanas, a base de concertación de fuerzas y de compromisos de los diferentes sectores internos de trabajo: Normativo, Ejecutivo, de Apoyo y Operativo; en consecuencia, dinamismo y creatividad de las autoridades y servidores para lograr una sostenida y equilibrada participación y apoyo mutuo, como la base del mejor enfrentamiento de problemas y soluciones e,
- Identificación de los problemas prioritarios de la comunidad y búsqueda oportuna de las soluciones más adecuadas, con el menor costo y el mayor beneficio.

4.3.4. Principios Institucionales

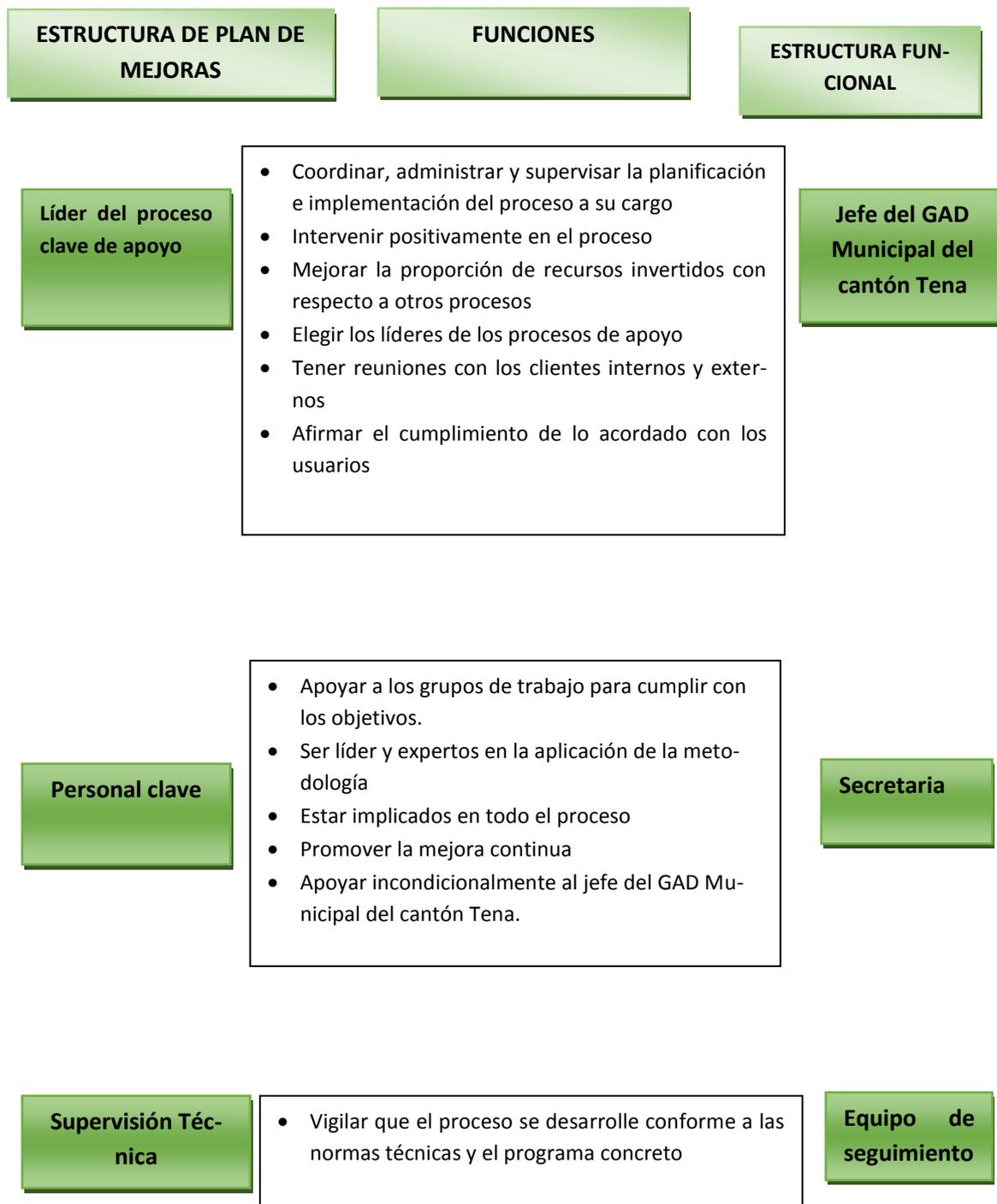
- Excelencia en el Servicio
- Trabajo en equipo

- Actitud positiva
- Criterio propio
- Flexibilidad
- Transparencia
- Honestidad
- Lealtad
- Respeto
- Desarrollo humano
- Efectividad, eficiencia y eficacia
- Protección al medio ambiente
- Creatividad
- Coordinación y comunicación efectiva
- Sustentabilidad y sostenibilidad, y;
- Participación comunitaria.

4.3.5. Fases para la implementación del plan de mejoras a la calidad

- 1. Compromiso del jefe del Gobierno Autónomo descentralizado Municipal del Cantón Tena:** El Jefe del GAD Municipal del cantón Tena debe comprometerse a crear y conservar el proyecto de implementación del presente sistema del Plan de mejoras a la calidad, participando activamente en este nuevo proceso y gestionar los recursos materiales y tecnológicos necesarios.
- 2. Comunicación organizacional:** Socialización con los funcionarios y trabajadores del GAD Municipal del Cantón Tena, sobre la implementación del Plan de mejoras a la Calidad, mediante comunicaciones internas y reuniones de trabajo.
- 3. Asignación de tareas y funciones:** Selección y formación del personal de acuerdo a sus habilidades y conocimientos para elegir las funciones específicas a desarrollar dentro del nuevo Plan de mejoras a la Calidad.

Tabla N. 15: Fases para la implementación del Plan de mejoras a la calidad en el GAD Municipal del cantón Tena



Elaborado por: Diana Chimbo

4.3.6. Proceso de auto evaluación del Plan de mejora a la Calidad.

La autoevaluación es una herramienta de análisis interno que permitirá evaluar el desarrollo de las acciones planificadas y evaluar los resultados alcanzados, esto se realizará mediante reuniones de evaluación con los diferentes grupos de trabajo.

4.3.7. Estrategias de mejora

Las estrategias se convertirán en pequeños proyectos para mejorar el Plan de mejoras a la Calidad en el servicio, se plantean en base a la investigación realizada, y al análisis FODA, su elaboración estará bajo responsabilidad de los administradores, dentro de un cronograma flexible y adaptable en el tiempo y a los requerimientos inmediatos.

Tabla N. 16: Diseño de Estrategias de mejora

DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DE MEJORA
Insuficiente capacitación al personal	<ul style="list-style-type: none">• Clases: Servicio al cliente• Charlas: Relaciones humanas• Entrevistas: Motivación• Talleres: Protocolo y etiqueta• Capacitación:<ul style="list-style-type: none">➤ Manejo de equipos tecnológicos➤ Protocolo de calidad de la información➤ Técnicas de archivo➤ Administración del talento humano.
Falta de comunicación interna	<ul style="list-style-type: none">• Implantar una comunicación circular, continua y permanente, en el que todos participen, que se convierta en una unión de potencias en busca de un bien común.• Informar a todos los trabajadores lo que se está haciendo, pero sobre todo detallar con todos los trabajadores para lo que se está haciendo.• Impulsar la confianza y mejorar la organización

<p>Demora en la respuesta a los trámites servicios solicitados</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mejor organización: <ul style="list-style-type: none"> - Selección del personal. - Habilidades claras, precisas y de una sola persona. • Servicio de equipos adecuados: En las oficinas. • Capacitación al personal en el uso del correo interno institucional (QUIPUX). • Capacitación al personal en la toma de decisiones y valor de conflictos.
<p>Falta de auto evaluación a los servicios prestados</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer patrones de comparación en servicios estratégicos. • Comprobación de lo realizado. • Comparación de lo que se ha realizado con lo que se ha planificado. • Corrección de las fallas encontradas • Supervisar el desarrollo de las actividades • Observar las áreas y evaluar su desempeño • facilitar retroalimentación
<p>Ausencia de un Modelo de Gestión de Calidad en el Servicio</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Atender a los usuarios y ayudarlos a identificar y conducir sus necesidades • Ofrecer servicios perfectos que satisfagan al cliente mediante un sistema bien planificado y que funcionen sin fallas. • Concientizar al personal en que la visión, los valores, sistemas y procesos deben ser consistentes y complementarios entre sí. • Integrar a los administradores, supervisores, en un trabajo acuerdo. • Trabajar en equipo con los usuarios.

OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS DE MEJORA
- Alto requerimiento de obra pública	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer servicios de calidad • Reducir los tiempos en la entrega de los servicios
- Donación de equipos de empresas amistosas	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar inventarios de los equipos existentes • Baja de equipos en mal estado • Identificación de equipos con tecnología actualizada
- Apoyo del Gobierno Nacional	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración y presentación de planes para mejorar los servicios • Actualización de presupuestos • Remodelación del espacio físico con ambientes funcionales para todo tipo de clientes

Elaborado por: Diana Chimbo

4.4. DISEÑO DE ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA CALIDAD AL SERVICIO AL USUARIO EN EL GAD.MUNICIPAL DE TENA.

4.4.1. Estrategia i: programa de capacitación en el servicio al usuario al personal del gad. municipal de tena.

Se propone la ejecución del siguiente programa de capacitación con la finalidad de actualizar y reforzar los conocimientos del Plan de mejoras a la calidad del servicio al usuario.

4.4.2. Programa de capacitación

Presentación

El Plan de Capacitación y Desarrollo de Talento Humano, para el GAD Municipal de Tena, constituye un instrumento que determina las prioridades del conocimiento que deben fortalecer los miembros de la institución especialmente en el área de servicio al usuario.

La capacitación, es un proceso educativo de carácter estratégico aplicado de manera organizada y sistemática, mediante el cual las personas adquieren o desarrollan conocimientos y habilidades específicas relativas al trabajo, y modifica sus actitudes frente a aspectos de la organización, el puesto o el ambiente laboral.

Como componente del desarrollo del talento humano, la capacitación implica por un lado, una sucesión de actividades y etapas orientadas a la integración del personal a su puesto en la institución, el incremento y mantenimiento de su eficiencia, así como su progreso personal y laboral en el GAD Municipal de Tena, y por otro un conjunto de métodos técnicas y recursos para el desarrollo de los planes y la implantación de acciones específicas de la institución para mejorar su desarrollo.

En tal sentido la capacitación constituye factor fundamental para que el personal brinde el mejor aporte en el puesto asignado, ya que es un proceso constante que busca la eficiencia y la mayor productividad en el desarrollo de sus actividades, así mismo contribuye a elevar el rendimiento, la moral y el ingenio creativo.

El Plan de Capacitación incluye el talento humano del GAD Municipal de Tena, donde se tomarán en cuenta los temas de servicio al usuario, entre la temática se recogerá las sugerencias de los participantes, quienes serán identificados de acuerdo a su área de trabajo.

Siendo el programa de capacitación una herramienta que se sustenta en el estudio de la problemática en torno a la atención y servicio al usuario se desarrollará de acuerdo a su cronograma y buscando alcanzar los resultados propuestos en sus objetivos y metas.

❖ **Actividad de la institución.**

El GAD Municipal de Tena, es una institución dedicada a la prestación de servicios, tiene convenios con el Estado Ecuatoriano.

❖ **Justificación**

El recurso más importante del GAD Municipal de Tena, es el talento humano, es un factor importante en esta institución dedicada a prestar servicios de obras de bien para el cantón, ya que la conducta y rendimiento de este recurso influye directamente en la calidad y calidez de los servicios que se brindan a los usuarios.

Un talento motivado y trabajando en equipo, son el pilar fundamental en el que se ampara el GAD Municipal de Tena para alcanzar sus éxitos. Estos aspectos, además de constituir dos fuerzas internas de gran importancia para que una organización alcance elevados niveles de competitividad, son parte esencial de los fundamentos en que se basan los nuevos enfoques administrativos o gerenciales.

La esencia de una fuerza laboral motivada está en la calidad del trato que recibe en sus relaciones individuales que tiene con los integrantes del GAD. Municipal de Tena, en la confianza, respeto y consideración que el equipo practique día a día. También son importantes el ambiente laboral y la medida en que éste facilita o impide el cumplimiento del trabajo de cada persona.

Este análisis conduce a enfocar el tema de la capacitación como uno de los elementos fundamentales para mantener, modificar o cambiar las actitudes y comportamientos de las personas que laboran en el GAD Municipal de Tena, direccionado a la optimización de los servicios hacia los clientes de la misma.

En tal sentido se plantea el presente programa de Capacitación en el área de atención y servicio al usuario, para mejorar la aptitud y actitud del talento humano que labora en el GAD Municipal de Tena.

❖ **Alcance**

El presente plan de capacitación está dirigido a todo el personal que trabaja en el GAD Municipal de Tena.

❖ **Fines del programa de capacitación**

El propósito del plan de capacitación es el de impulsar la mejora de la calidad en el servicio al usuario, la capacitación se lleva a cabo para contribuir a:

Mejorar la actitud y conocimiento del talento humano del GAD Municipal de Tena orientado a brindar atención de calidad y, con ello alcanzar la fidelización y el incremento de la cartera de los usuarios Municipio. Entre los fines más importantes del presente programa de capacitación tenemos:

- Mejorar la interacción entre los integrantes del equipo de trabajo y, con ello, a elevar el interés por el aseguramiento de la calidad en el servicio.
- Generar conductas positivas y mejoras en el clima laboral, la productividad y la calidad y con ello, a elevar la autoestima del talento humano que forma parte del GAD Municipal de Tena.

4.5. OBJETIVOS DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

4.5.1. Objetivo General

- Capacitar al personal para un adecuado servicio al usuario en el GAD Municipal del cantón Tena.

4.5.2. Objetivos Específicos

- Mejorar los conocimientos en los temas relacionados con el servicio al usuario.
- Dotar de técnicas y metodología para un adecuado servicio al usuario del Municipio.
- Desarrollar tips para el mejoramiento de la calidad de las relaciones interpersonales entre los miembros del equipo de trabajo del Municipio y con los usuarios.

4.5.3. Meta

Capacitar al 100% del talento humano del GAD Municipal de Tena en atención y servicio al usuario.

4.5.4. Actividades

Se desarrollarán las siguientes actividades para el proceso de capacitación:

- Seminario
- Taller
- Conferencia

4.5.5. Actividad I:

Seminario

Duración del Seminario: 8 horas

Temática del seminario:

EL CLIENTE

- Tipos de usuarios
- Gustos y preferencias de los usuarios
- Principios y valores del usuario
- Satisfacción del usuario
- Niveles de satisfacción del usuario
- Expectativas del usuario
- Manejo de quejas y sugerencias
- Manejo de manual de atención al cliente
- Técnicas de negociación y manejo de conflictos

4.5.6. Actividad II:

Taller

Duración del taller: 8 horas

Temática del taller

ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE

- Importancia de la atención y servicio al cliente
- Tipos de atención al cliente
- Elementos del servicio al cliente
- Características del servicio
- Principios y valores de la atención al cliente
- Manejo de quejas y sugerencias
- Manejo de manual de atención al cliente

4.5.7. Actividad III:

Conferencia

Duración de la conferencia: 8 horas

Temática de la conferencia.

TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN Y SOLUCIÓN DE CONFLICTOS

- Razones de por qué los usuarios son difíciles.
- Técnicas de negociación por interés, transmitiendo una actitud positiva.
- Resolución de conflictos.
- Cómo negociar con clientes difíciles.
- Estrategias de negociación.

4.6. RECURSOS

4.6.1. Humanos

Lo conforman los participantes, facilitadores y expositores especializados en la materia, como: ingenieros en marketing, ingeniería comercial y/o afines.

4.6.2. Materiales

4.6.3. Infraestructura

Las actividades de capacitación se desarrollaran en ambientes adecuados proporcionados por la administración del GAD Municipal de Tena.

4.6.4. Mobiliario, equipo y otros

Está conformado por carpetas y mesas de trabajo, pizarra, esferos, equipo multimedia, TV-DVD, proyector de imágenes.

4.6.5. Documentos técnico-educativo

Entre ellos tenemos: Certificados, evaluaciones, material de estudio, folletos, etc.

4.6.6. Financiamiento

El monto de inversión de este plan de capacitación, será financiada con ingresos propios presupuestados por el Municipio.

4.6.7. Presupuesto

Tabla N. 17: Presupuesto programa de capacitación

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITA- RIO	COSTO TOTAL
Carpetas	Unidad	60	0.20	10.00
Esferográficos	Unidad	60	0.25	15.00
Proyector de imágenes	Alquiler	3	30	90.00
TV	Unidad	1	--	--
DVD	Unidad	1	--	--
Masqui	Unidad	3	0.5	1.50
Folletos	Unidad	60	3	180.00
Papel bond	Resma	1	3.5	3.50
Lápiz	Unidad	60	0.25	15.00
Tijeras	Unidad	20	0.50	10.00
Borrador de queso	Unidad	20	0.10	2.00
Marcadores	Caja	2	7.50	15.00
Laptop	Unidad	1	--	--
Honorarios de facilitadores	Unidad	3	150	450.00
Refrigerios	Unidad	60	1.50	90.00
Certificados	Unidad	51	1.00	51.00
Movilización	Unidad	3	50	150.00
Invitaciones/convocatoria	Unidad	3	25	75.00
			TOTAL PRESU- PUESTO	1158.00

Elaborado por: Diana Chimbo

4.6.8. Cronograma

Tabla N. 18: Cronograma de actividades de programa de capacitación

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES			
ACTIVIDADES	CUATRIMESTRES		
	I	II	III
Planificación de la capacitación			
Organización de las actividades			
Determinación de los perfiles de los facilitadores			
Elaboración de la temática			
Seminario			
Taller			
Conferencia			
Evaluación del programa de capacitación			

Fuente: Programa de capacitación

Elaborado por: Diana Chimbo

4.7. ESTRATEGIA II: MEJORAR EL SERVICIO AL USUARIO

Introducción

En la actualidad con la apertura de nuevos mercados y la globalización es necesario brindar un servicio de calidad con la tendencia clara hacia la satisfacción de las necesidades y cubrir las expectativas de los clientes.

El manual de servicio al cliente es un instrumento de uso obligatorio para el personal que labora en el Municipio, pues con esta herramienta se espera un mejoramiento continuo en la prestación de los servicios especializados de atención al usuario y el aseguramiento de la fidelización de los clientes hacia la institución.

La especialización del personal en servicio al cliente es una de las estrategias más importantes en el tratamiento y solución de las necesidades, problemas o inquietudes de los clientes, esta visión es la nueva orientación del Municipio hacia el talento humano que labora en la misma.

Este manual por medio de elementos teórico, servirá de herramienta para que los usuarios del GAD. Municipal de Tena reciban la atención y calidad en el servicio.

Las normas que se describen forman el Manual de Servicio al Cliente del GAD. Municipal de Tena, y son de cumplimiento obligatorio para todos los integrantes del GAD. Municipal de Tena.

4.7.1. Objetivo

- Servir de guía al talento humano del GAD. Municipal de Tena, para una correcta aplicación de las normas de conducta, valores, principios y reglamentos orientado hacia una adecuada atención al usuario.

4.7.2. Objetivos específicos

- Proporcionar a los integrantes del Municipio bases teóricas en el correcto trato al usuario.
- Concientizar al personal acerca del trato que se le debe brindar al usuario.

4.7.3. Manual de servicio al usuario

El manual de servicio al usuario pretende desarrollar una cultura organizacional de relaciones interpersonales de mayor calidad, que tenga como resultado la creación de un mejor ambiente de trabajo y una mayor satisfacción en todos los integrantes del Municipio.

El presente manual garantizará una correcta atención al usuario de nuestros servicios de atención, en todas las áreas del GAD Municipal de Tena.

4.7.3.1. Perfil del talento humano

El personal del GAD. Municipal de Tena debe caracterizarse por mostrar una actitud cordial, educada, debe desenvolverse con fluidez para que genere confianza y de esta manera el usuario se sienta cómodo.

4.7.3.2. Principios fundamentales que sustentan una correcta atención y servicio al usuario.

La personalización e individualización del usuario, a través del diálogo personalizado y una atención esmerada generan confianza en el usuario del Municipio, de ahí que es importante atender las necesidades básicas del cliente.

4.7.3.3. Necesidades básicas del usuario.

- ✓ Necesidad de ser comprendido: Interpretar bien lo que el usuario desea.
- ✓ Necesidad de ser bien recibido: No recibir al usuario como extraño.
- ✓ Necesidad de sentirse importante: El ego y la autoestima son poderosas necesidades humanas.
- ✓ Necesidad de comodidad: las personas necesitan armonía y comodidad física (lugar donde esperar, sanitarios aseados, espacios limpios y ordenados, etc.) y psicológica (seguridad y confianza).

4.7.3.4. Relaciones humanas

Relaciones humanas son el conjunto de reglas y normas para el buen desenvolvimiento del ser humano, en la sociedad, o en su trabajo. Es el estudio de cómo los individuos pueden trabajar eficazmente en grupos, con el propósito de satisfacer los objetivos de la organización y las necesidades personales.

4.7.3.5. Factores positivos de las relaciones humanas

Los factores positivos de las Relaciones humanas, entre otros son:

- **Apertura:** Ser concientes de las diferencias entre los puntos de vista de los demás, debido a su edad, sexo, educación, cultura, valores, entre otros. Mantener la propia opinión frente a las divergentes, sin herir la sensibilidad de la otra persona.

- **Sensibilidad:** Es la capacidad de entender el contenido lógico y emotivo de las ideas y opiniones de otros.
- **Sociabilidad:** Comprender y aceptar la naturaleza y estructura de la sociedad a la que pertenecemos.
- **Respeto a la autoridad:** Reconocer y respetar la jerarquía de mandos, responsabilidad, autoridad y estatus de las personas en la organización de la que formamos parte.
- **Adaptación:** Prever, aceptar y respaldar las medidas que toma el Ministerio ante determinadas situaciones.
- **Objetividad:** Comprender que establecer buenas relaciones humanas no necesariamente implica hacer feliz a todos.

4.7.3.6. Reglas de cortesía

A continuación se describen algunas de las reglas que el talento humano del Municipio debe considerar. En la atención al usuario:

✓ **Salude al usuario**

En el momento interactuar con el usuario, debe llevar la iniciativa con el saludo. Sonría y diga, de acuerdo con la hora del día: “Buenos días”, “Buenas tardes”, “Buenas noches”.

✓ **Identifíquese**

Luego del saludo, diga su nombre con claridad, en caso de que el usuario no lo conozca a usted.

✓ **Ofrezca su ayuda de inmediato**

Con el afán de agradar al usuario puede decir la siguiente frase “¿En que le puedo servir? También, “¿ En que le puedo servir hoy?”, la cual deja la sensación de que reconoció al usuario y que él ya estuvo ahí antes.

✓ **Use el nombre del usuario**

Si ya lo conocía o lo identificó por medio de su documento de identidad, emplee su nombre, tanta veces pueda, pero sin abusar.

✓ **Use frases que demuestren su cortesía y despídase agradeciendo.**

El personal del Municipio debe tener la iniciativa de despedirse, pronuncie frases como “con mucho gusto”, “es un placer”, “no hay de que”, y expresar “ muchas gracias” la despedida continúa siendo un recurso ganador en el mundo del servicio al usuario.

4.7.3.7. Comunicación

La comunicación es un medio para motivar las relaciones internas y externas de forma clara y precisa entre los clientes internos y externos en el GAD. Municipal de Tena se sustenta en los siguientes parámetros.

a) Lenguaje Corporal

Algunos de los elementos del lenguaje corporal son:

b) Naturalidad

Al momento de interactuar con el usuario, actúe con naturalidad, sin poses extrañas o que hagan sentir mal al usuario.

El contacto visual, fije la mirada directo al rostro, mire a los ojos esto demuestra decisión, sinceridad y valentía.

Al momento de hablar no se muerda ni humedezca los labios con la lengua, son muestras de timidez, inseguridad, tensión, titubeo e indecisión.

Al sentarse no cruce las piernas, mantenga ambos pies sobre el piso, las manos sobre las rodillas o escritorio e inclínese ligeramente hacia delante demuestra seguridad en sí

mismo, mantener las piernas cruzadas y balancear una de ellas sugiere nerviosismo o impaciencia, timidez, temor.

La voz, dice mucho de la personalidad, utilice un tono moderado y uniforme, sin titubear, demuestra seguridad en si mismo. Una voz vacilante es sinónimo de inseguridad y timidez revela que la persona no domina el tema sobre el cual esta hablando. Un tono moderado y uniforme revela seguridad y dominio de lo expresado se logra más impacto y firmeza. Controle la manos en todo momento debe mantenerlas visibles no ocultarlas debajo de las piernas, detrás de un bolso, entre la bolsa o dentro del saco, sugiere timidez, falsedad y temor.

c) Escuchar

El aprender a 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.
- Oiga 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 persona que le habla.
- Demuestre que está profundamente interesado (a).
- Haga preguntas.
- Demostrar interés pidiendo aclaración a lo que oímos.

d) Confianza

Es necesario crear un ambiente de confianza cuando se está atendiendo al cliente para ello se debe considerar lo siguiente:

- ✓ Hable directo y mirándole el rostro.
- ✓ No vosee al cliente. Cuando se dirija hacia el háblele de usted.
- ✓ Muestrese humano y sensible.
- ✓ No interrumpa, deje que el cliente hable primero
- ✓ Escuche con cuidado, no se distraiga.
- ✓ Sonría: una sonrisa transmite confianza.
- ✓ Hable con términos y vocablos simples.
- ✓ Hable lo necesario.
- ✓ Orden: Hable ordenadamente, tenga un principio, un desarrollo y un final.
- ✓ Convicción: Su actitud corporal y tono de voz deben ser convincentes.

e) Frases que se debe evitar en la comunicación

- ✓ ¿Entiende? Connota que el usuario es poco inteligente
- ✓ ¿ Pero es que no ha leído el documento, señor?
- ✓ ¿ Y qué esperaba?
- ✓ A mí no me pregunte por qué. Eso es lo que dice el reglamento.
- ✓ El está ocupado resolviendo un asunto importante. Recuerde, nada es mas importante que el usuario.
- ✓ Es que yo no me encargo de eso. Lo siento.

- ✓ Eso nada tiene que ver conmigo. 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, por que no lo entiendo.
- ✓ La persona responsable de eso está enferma. ¿Podría volver otro día?
- ✓ No sea impaciente, por favor.
- ✓ No tengo idea, mejor pregúntele a otro compañero.
- ✓ Perdone, pero si no me explica cómo se debe, ya no puedo atenderlo.
- ✓ Pero, ¿no leyó las instrucciones?
- ✓ Ya le contesté eso.
- ✓ Evite la excesiva confianza con los usuarios, proporcione siempre un trato profesional. Nunca use frases como: si corazón, yo le dejo el mensaje, ¡no, m amor, eso era antes! ¡ Bueno mi reina, con mucho gusto!

4.8. ESTRATEGIA III: PLAN DE PUBLICIDAD

4.8.1. Objetivo General

Crear una herramienta útil y eficaz para el GAD. Municipal de Tena, que permita incrementar el posicionamiento en el cantón.

4.8.2. Objetivos Específicos

- ✓ Contribuir a mejorar la imagen corporativa que tiene el GAD. Municipal del cantón Tena.
- ✓ Comunicar a todos los colaboradores del Municipio para importancia de esta propuesta.

- ✓ Lograr que nuevos clientes se vean atraídos por los cambios que ofrece el GAD. Municipal de Tena, en el cantón.

4.8.3. IMAGEN CORPORATIVA

El logotipo del GAD.Municipal del cantón Tena necesita una actualización la cual permita tener una identificación gráfica con colores sobrios detallando así la actividad que realiza la institución, lo que ayudaría a crear un posicionamiento en las mentes de los usuarios de esa manera se sientan identificados con el Municipio.

Gráfico N. 14: Logotipo del GAD.Municipal de Tena



4.8.4. Estrategias creativas

Las estrategias creativas para el GAD. Municipal de Tena hemos determinado de acuerdo al estudio de mercado, las siguientes herramientas a utilizar:

- Publicidad Visual
- Publicidad Informativa
- Publicidad Grafica
- Publicidad Alternativa

a. Publicidad Visual

4.8.4.1. Nombre de la Estrategia: Publicidad Visual

Definición: Es un medio de comunicación en el cual se combina la imagen, el movimiento, luz y el sonido.

Objetivo: crear interés al usuario mediante un Spot publicitario en televisión através de anuncios televisivos.

Importancia: este medio es importante en el proceso de socialización de las personas, relacionada con la calidad de los contenidos de los programas y además de las publicaciones que influyen en los hábitos de demandas de la población.

Alcance: Televidentes de la ciudad de Tena.

Tácticas:

Crear un anuncio atractivo tanto en imágenes, movimientos, colores y música. Se propone la trasmisión de diez anuncios publicitarios, en el canal de televisión (12) Ally Tv.

Se propone integrar las competencias del GAD. Municipal de Tena, como una institución que presenta las mejores características ergonómicas para la satisfacción del usuario.

Dar a conocer la ubicación del GAD. Municipal de Tena.

b. Publicidad Informativa

4.8.4.2. Nombre de la Estrategia: Tena te informa.

Definición: Representa las actividades informativas ligadas al medio escrito.

Objetivo: Generar expectativas e interés en los usuarios como una nueva alternativa de servicio, mediante la impresión informativa del Municipio.

Importancia: Tiene amplia cobertura y permanencia a nivel local, mediante imágenes y texto impreso.

Alcance: Lectores de la Ciudad de Tena, y resto del cantón.

Tácticas:

La realización de impresos en los cuales se detalla las competencias del GAD. Municipal de Tena.

Se propone integrar las competencias del GAD. Municipal de Tena, como una Institución que presenta las mejores características para la satisfacción del Usuario.

Proponemos que se debe realizar el lanzamiento de esta publicidad en el Medio de comunicación diario la prensa que circula a nivel local y sectores Aledaños

c. Publicidad Gráfica

4.8.4.3. Nombre de la Estrategia: Afiches

Definición: Los Afiches, trípticos, hojas volantes son medios publicitarios mediante Los cuales se da a conocer la información y servicios que se está brindando. Es un documento diseñado para ser entregado a mano por correo

Objetivo: Informar de los servicios que ofrece el GAD. Municipal de Tena.

Importancia: Es una herramienta importante de marketing y un excelente medio para promover uno o varios productos que se ofrecen de manera atractiva para los usuarios.

Alcance: Ciudadanía en general del Cantón Tena, junto a poblaciones cercanas.

Tácticas:

El diseño está realizado de tal manera que abarque la información primordial y necesaria, incluyendo imágenes atractivas para los usuarios que lo tiene a su disposición.

Se propone integrar las cualidades del GAD. Municipal de Tena, como una institución que presenta las mejores características para la satisfacción del usuario.

a) Afiches

Esta es una lámina de papel u otro material que sirve para anunciar los servicios que ofrece El GAD. Municipal de Tena.

b) Trípticos

Es un documento informativo doblado en varias partes que de esta forma se obtiene una pieza gráfica, contiene la información del GAD. Municipal de Tena y de los servicios que ofrece de una manera sencilla y apropiada para un mejor entendimiento del usuario. Un tríptico es ideal para enumerar las ventajas.

c) Hojas volantes

Es un documento en una hoja de papel (a veces la mitad de una cuartilla cortada longitudinalmente) en la que se manda, recomienda, pide, pregunta o se hace constar algo en términos precisos y resumidos, para hacer uso dentro de una institución u organismo o para disfrutar de un servicio dentro o fuera de su entorno. Un volante (también conocido como flyer) es un papel impreso, generalmente del tamaño de media cuartilla, que se distribuye directamente de mano a mano a las personas en las calles y en el cual se anuncia, pide, cuestiona o hace constar algo. Su mensaje es breve conciso, por lo cual se diferencia del tríptico y del folleto, aunque se acepta que el volante es un cierto tipo de folleto breve. Puede tener diversos fines publicitario, propagandístico, informativo, médico, institucional, etc.

d. Publicidad alternativas

4.8.4.4. Nombre de la Estrategia: Página Web del GAD. Municipal de Tena.

Definición: Red de ordenadores a nivel mundial, como el envío y recepción de Correos electrónicos la posibilidad de ver información en la Página web.

Objetivo: Mejorar la página Web para el GAD. Municipal de Tena.

Importancia: Con el internet se puede llegar a nuevos mercados, es una forma de ahorrar en publicidad tanto en tiempo como recursos.

Alcance: Todas las personas que tiene acceso a internet para informarse.

Tácticas:

Crear la página Web con Imágenes de los servicios que se ofrece y con Información actualizada.

Contratar los servicios de un profesional en el área para que se encargue Periódicamente de las actualizaciones necesarias para la página Web. Se resalta el eslogan: (Tan cómodos como lo natural)

4.9. ESTRATEGIA IV: PLAN DE COMUNICACIÓN PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

Después de haber realizado el diagnostico institucional o la investigación de cómo está la comunicación dentro del GAD. Municipal de Tena, interna y externa se procede a realizar la planificación de la comunicación en empresas.

Entendemos como planificación de la comunicación como la preparación de planes de largo y corto alcance (ósea estrategias y operacionales) para un uso eficaz y equitativo de los recursos de la comunicación, dentro del contexto de las finalidades, medios y prioridades de una determinada sociedad; planes que por lo demás están sometidos a las formas de organización social y política prevalecientes en esa sociedad.

También podemos decir que la planificación de la comunicación consiste en una actividad encaminada a lograr la racionalidad de las operaciones que se pretenden llevar a cabo con el fin de obtener un propósito determinado de comunicación; implica la ejecución propositiva de una serie de actividades predeterminadas para llegar a afectar a los receptores o públicos.

La planificación de la comunicación debe ser:

- Dinámica y periódica
- Dar seguimiento al tema y al personal involucrado.
- Se debe fundamentar en una base de datos actualizada.
- Asignar papeles y responsabilidades a todas las personas involucradas.

4.9.1. Componentes de la planificación de la comunicación.

- Metas: son los logros que se piensa alcanzar a largo plazo.
- Objetivos: logros a corto plazo, son materializables y específicos.
- Estrategias: alternativas de operación a los caminos a seguir para alcanzar los objetivos y las metas.
- Planes: es el resultado final del proceso de planificación.

4.9.2. Plan de comunicación para el gad. municipal de tena.

- ✓ Conseguir que la comunicación social sea reconocida por las autoridades y personal de la municipalidad como el principal instrumento de trabajo, para la consecución de los objetivos planteados, ejecución de las estrategias y mejor el desarrollo de las acciones externas e internas que realiza la municipalidad.

4.9.3. Objetivos

Objetivo General:

- Posicionar cada uno de los productos comunicacionales de la municipalidad tanto internos como externos en sus públicos, para dar a conocer las noticias, actividades e informaciones de la institución.

Objetivos Específicos:

- Posesionar la imagen pública de la Municipalidad hacia sus públicos como una institución dinámica, innovadora, eficaz, eficiente, que trabaja en el desarrollo de la comunidad.
- Crear espacios de comunicación dentro de la institución, para mejorar el dialogo entre funcionarios y autoridades, para así evitar los chismes y rumores.
- Consolidar la comunicación entre la comunidad y las autoridades, mediante la creación de medios de comunicación.

4.9.4. Plan de comunicación

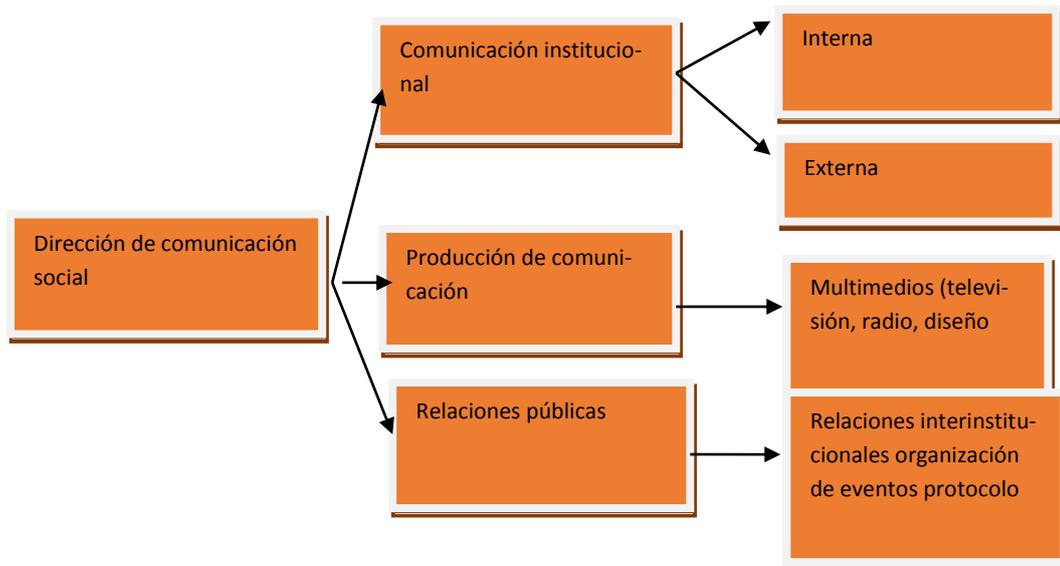
La Dirección de Comunicación Social se debe encargar de varios enfoques como es la difusión de mensajes e informaciones interna y externamente. Para eso se plantea la Estructura de un nuevo organigrama que permita consolidar la Planificación de la comunicación en la institución.

“El plan de comunicación es una herramienta de síntesis que traduce en términos de comunicación e imagen las políticas, las estrategias y el proyecto empresarial”

4.9.5. Nuevo organigrama

En el departamento de comunicación social debería existir un nuevo organigrama, que permita direccionar cada una de las actividades como son la comunicación a los públicos externos, internos, la elaboración de los productos comunicacionales, la coordinación de eventos y relaciones públicas.

Para el efecto se propone el siguiente esquema:



La institucional tendría la comunicación interna y externa, para que mediante la difusión de los productos comunicacionales, con las estrategias planteadas se puede llegar a los diversos públicos.

El área de producción se encargara de la elaboración de los productos comunicacionales, sean estos impresos, televisivos, radiales o virtuales. La información será entregada por la subdirección de comunicación institucional.

Relaciones públicas estará a cargo de la organización de eventos, invitaciones y el protocolo de los actos que estén a cargo de la municipalidad. De igual forma realizará los contactos con instituciones o medios de comunicación.

4.9.6 Comunicación alternativa

Externa:

- Organización de asambleas populares en los barrios del cantón. De esta manera la municipalidad llegará con información a todos los sectores. La propuesta es crear reuniones con el Alcalde y la comunidad para dialogar sobre las necesidades y sugerencias, y después organizar eventos culturales y musicales.

- Formar un grupo de líderes barriales que permitan y faciliten la entrega y distribución de los productos comunicacionales en cada barrio.
- Incentivar a niños jóvenes y adultos a formar parte del periódico y su gente, para que se conviertan en los reporteros de sus barrios.

4.9.7 Políticas de comunicación

Externas

- La comunicación estará enfocada en la búsqueda constante del dialogo entre la municipalidad y los usuarios y comunidad.
- Se crearan canales de información permanentes por el canal RTS y sistematizados mediante afiches que permitan informar oportunamente a la comunidad.
- El vocero oficial del municipio será exclusivamente el Alcalde y los funcionarios de la institución como son los directores departamentales que podrán hablar a nombre del municipio y formular declaraciones a la prensa.

Internas

- Garantizar al adecuado flujo de la información en forma ascendente, descendente, cruzada y horizontal entre los funcionarios.
- Promover el uso de las redes internas para que la comunicación sea más ágil y oportuna.
- La comunicación interna deberá transmitir mensajes corporativos e informar sobre lo que ocurre alrededor de la institución.
- Los comunicados que se realicen deberán ser claros, pertinentes y precisos hacia el receptor y teniendo cuenta siempre la imagen corporativa de compañía.

- La comunicación interna y externa deberá ser con: respeto, calidez en la atención, claridad y honestidad, discreción, transparencia, oportunidad, formalidad y coherencia.
- La organización y eventos estará a cargo de Comunicación social.

4.10 IMPACTO A ALCANZAR

El Plan de mejoras a la Calidad del servicio al usuario que se ha diseñado para el GAD Municipal del cantón Tena y sus estrategias de mejora, son una herramienta para solucionar los problemas detectados mediante la investigación realizada.

Mediante su aplicación se concederá un servicio ágil y de calidad a los usuarios externos como también se alcanzará un adecuado clima laboral para los funcionarios, quienes estarán capacitados y motivados para trabajar en conjunto y así conseguir los objetivos planteados por sus administradores.

Se eliminarán las quejas e incomodidades de los usuarios, y por lo tanto el resultado conseguido se reflejará en la mejora total de los servicios que se está sirviendo en el GAD Municipal del cantón Tena, que ofrezca un servicio conforme a las exigencias de las instituciones modernas de servicios.

Además se podrá ver como la inversión económica de mil ciento cincuenta y ocho dólares americanos, comparado con los resultados alcanzados, no constituyen un gasto, ya que la satisfacción de los usuarios no tiene un precio real.

De la misma manera, al investigar el tiempo y esfuerzo invertido por los funcionarios de los diferentes departamentos del GAD Municipal, los administradores y personal que laboran, representa la satisfacción del deber cumplido y el ser parte de un área tan importante donde se ofrecen servicios de calidad a los usuarios del cantón Tena.

Los resultados de la encuesta realizada a los funcionarios se observó que es necesario realizar las capacitaciones en los distintos departamentos para el buen funcionamiento del servicio al usuario en las distintas dependencias del municipio

Mediante la publicidad que se va a realizarse en el GAD. Municipal de Tena en un sentido que la comunicación va a fluir sobre el servicio que realiza los funcionarios del Municipio para sus clientes.

Los usuarios que utilizan los servicios de GAD.Municipal de Tena con esta publicidad tendrían un mayor conocimiento de las obras que se están realizando para mejorar la condición de vidas de los ciudadanos del cantón, para ello disponemos de los siguientes medios de publicidad: Anuncio televisivo, radial y periódico de mayor circulación, diseño de afiches, trípticos, hojas volantes creación de página web.

Mediante la comunicación en el GAD municipal de tena tendrá la mayor información, mensajes con un código que facilite la comprensión del mensaje por parte de la ciudadanía

Los medios de comunicación que dispone son herramientas, que permiten mantener a todo el cantón informado sobre las actividades que realiza el GAD. Municipal de Tena actualizada y oportuna.

La información que se mantiene en las páginas web se mantendrá la información oportuna para el público sobre las actividades que realizara el alcalde en la ciudad o en el municipio de tena.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- El GAD Municipal del cantón Tena, al no contar con un Plan de mejoras a la Calidad del servicio al usuarios presenta dificultades que afecta fundamentalmente a la calidad de los servicios que presta
- El personal que labora en los distintos departamentos del GAD Municipal del cantón Tena, no reciben una capacitación continua debido a la falta de un presupuesto para dicha capacitación.
- No se realiza evaluaciones al cumplimiento de los trámites solicitados tanto en tiempos como en servicios a las personas que atienden en los diferentes departamentos del GAD Municipal del Tena.
- La publicidad actual no da a conocer los servicios que presta el GAD Municipal a la ciudadanía para su debida información ya que los medios de comunicación no son los adecuados y los usuarios no conocen de los mismos.

RECOMENDACIONES

- Implementar el Plan de mejoras a la Calidad del servicio al usuario para brindar un servicio de calidad y calidez a los usuarios externos e internos.
- Socializar las estrategias de mejora a los funcionarios de los distintos departamentos del GAD Municipal del cantón Tena, para lograr un apoyo total en las actividades que deben realizar.
- Realizar controles y evaluaciones continuas durante el desarrollo de la propuesta con el fin de evaluar el desempeño de los funcionarios del GAD Municipal del Tena.
- Aplicar las estrategias de comunicación para que el GAD Municipal del Tena este bien posicionado dentro de la comunidad o ciudadanía del cantón, hojas volantes, la radio, Afiches, la Tv y trípticos.

BIBLIOGRAFIA

LIBROS

- Trujillo. M. (2012) *Plan de mejoramiento*. Universidad autónoma de occidente Santiago de Cali.
- Bolaños. R. (2005). *Calidad en el servicio*. Universidad de Barcelona.
- Zeithaml. V. A, Bitner Jo Mary, (2002). *Marketing de servicios*. 2a ed Bogotá: McGraw-Hill
- Vargas. Quiñones. M.E y Aldana de Vega, L, (2011). *Calidad y Servicio: concepto y herramienta*. 2a ed Bogotá: Editorial Ecoe Ediciones
- Wellen. T. Hunger. D (2007). *Administración estratégica y política de negocios*. Mexico: Pearson Educación
- Crosby. P (1989). *Propuesta de procedimiento de costos de la calidad*. Cuba: Universidad Cienfuegos
- Serna. H, (2006), *Servicio al cliente*, conceptos básicos, Bogota: Panamericana.
- Díaz y Pons (2009). “*Principales conceptos teóricos sobre marketing de servicios*”. Necesidad del estudio y aplicación de la calidad de servicio percibida, en contribuciones a la economía. Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas, Cuba.
- Muñiz. R. (2009), *Marketing en el siglo xxi*. Universidad a distancia Madrid
- *Definición de gestión* (2014). Barcelona: Estudios universitarios a distancia

INTERNET

- Plan de mejoramiento. Recuperado de <http://bdigital.uao.edu.co/bitstream/10614/2995/1/TAD00932.pdf>
- Calidad en el servicio. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/canales5/emp/pymecommx/35.htm>
- Propuesta de procedimientos de costos de la calidad. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1283/1283.pdf>
- Servicio al cliente. Recuperado de <http://importacionesan.blogspot.com/2011/05/marco-teorico.html>
- Principales conceptos teóricos sobre marketing de servicios. Recuperado de <http://www.eumed.net/ce/2009b/dgpg.htm>
- Definición de marketing de servicios. Recuperado de <http://definicion.de/marketing-de-servicios/>
- Marketing en el siglo xxi. Recuperado de <http://www.marketing-xxi.com/marketing-de-servicios-11.htm>
- Definición de gestión. Recuperado de <http://definicion.mx/gestion/>

ANEXOS

ANEXO N. 1: AUTORIZACIÓN PARA REALIZAR EL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN



Oficio No. 123 A- GADMT

Tena, diciembre del 2014

Ingeniero
JORGE ALVAREZ
VICE- DECANO
Ciudad

De mi consideración

Expresándole un cordial y afectuoso saludo a nombre del noble pueblo de CANTÓN Tena, me es grato dirigirme a usted, para darle a conocer que en respuesta a su oficio s/n, de 12 de diciembre del 2014, autorizo a la señorita **DIANA YAJAIRA CHIMBO SHIGUANGO**, CI. 1500824550, para que realice el tema de Tesis: MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO AL USUARIO DEL GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE TENA, en el periodo 2015.

Augurándole los mejores éxitos, me suscribo, reiterándole mis sentimientos de consideración y estima.

Atentamente,

Arq. Gonzalo Baquero
ALCALDE ENCARGADO



Juan Montalvo y Abdón Calderón
Teléfonos:(062) 886 452 - 886 021 - 886 052
www.tena.gob.ec

Un nuevo Tena si es posible

ANEXO N. 2: ENCUESTA A CLIENTES INTERNOS



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO “ESPOCH”

ENCUESTA APLICADA A LOS CLIENTES INTERNOS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN TENA.

***Objetivo:** Mejorar la Calidad en el Servicio que se ofrece a los usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Tena, en el período 2015.*

1. La implementación de un Plan de mejoras a calidad del servicio al usuario en el GAD Municipal del cantón Tena ayudaría al cumplimiento de la misión, visión y los objetivos institucionales actuales y futuras?

SI..... NO.....

2. Considera necesario que los administradores y trabajadores conozcan del plan de mejoras a calidad en el servicio para que haya un cambio de actitud e identifiquen problemas y oportunidades de mejora?

SI..... NO.....

3. Piensa usted que el valor agregado a la actividad que realizan los funcionarios del GAD Municipal del Cantón Tena, brinda beneficio o satisfacción de una necesidad al usuario?

SI..... NO.....

4. Se ha brindado capacitación al personal para mejorar el servicio al usuario?

SI.....

NO.....

5. Se ha realizado una evaluación del cumplimiento de los trámites solicitados de manera oportuna?

SI.....

NO.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N. 3: ENCUESTA A CLIENTES EXTERNOS



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO “ESPOCH”

ENCUESTAS APLICADAS A LOS USUARIOS EXTERNOS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN TENA.

Objetivo: Mejorar la Calidad en el Servicio que se ofrece a los usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Tena, en el periodo 2015.

1. Como considera usted la atención que brinda el personal que labora en GAD Municipal del cantón Tena?
Excelente.....
Buena.....
Regular.....
2. Cree usted que el personal que trabaja en el GAD Municipal del tena, brindan una información completa y segura?
Si..... No.....
3. Piensa que el personal que labora en la oficina del GAD Municipal de Tena está preparado para cumplir con sus funciones de manera ágil?
Si..... No.....

4. Cómo calificaría el nivel de conocimientos de los empleados que le atienden Regularmente?
- Muy Satisfactorio.....
- Satisfactorio.....
- Poco Satisfactorio.....
5. En qué aspectos piensa usted que el personal debería fortalecerse para mejorar la atención al usuario?
- Calidad.....
- Rapidez.....
- Trato Cordial.....
- Claridad en la información.....
6. Considera usted que el personal que labora en secretaría del GAD Municipal del Tena debe tener mayor capacitación para mejorar su atención al usuario?
- Si..... No.....
7. Según su criterio se debe mejorar la atención al usuario que se brinda actualmente?
- Si..... No.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

**ANEXO N. 4: FOTOGRAFÍA DEL GOBIERNO AUTONOMO
DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN TENA**



ANEXO N. 5: APLICANDO ENCUESTAS A LOS FUNCIONARIOS INTERNOS DEL GAD.MUNICIPAL DEL CANTON TENA.



ANEXO N. 6: APLICANDO ENCUESTAS A LOS USUARIOS EXTERNOS DEL GAD. MUNICIPAL DE TENA.



**ANEXO N. 7: OFICINA DE SECRETARIA DEL GAD. MUNICIPAL DE
TENA**



**ANEXO N. 8: CAPACITACIÓN AL PERSONAL DEL GAD MUNICIPAL
DE TENA**



**ANEXO N. 9: FOTOGRAFIA DE LA OFICINA DE TALENTO HUMANO
DEL GAD MUNICIPAL DE TENA**

