



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del título de:

INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE LOS NIVELES DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA OFICINA TÉCNICA PROVINCIAL DE REGISTRO CIVIL DE CHIMBORAZO.

AUTOR:

JORGE EDUARDO RAMÍREZ VILLACIS

RIOBAMBA - ECUADOR
2016

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo ha sido desarrollado por el Sr. Jorge Eduardo Ramírez Villacis, cumple con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Sonia Enriqueta Guadalupe Arias
DIRECTOR

Ing. Gladis Lucia Casco Balseca
MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

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

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

Riobamba, 02 de mayo de 2016

Jorge Eduardo Ramírez Villacís
1600402554

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a quienes me supieron guiar mi camino a quienes fueron mi apoyo incondicional durante toda mi trayectoria a mis padres Jorge Ramírez y Gloria Villacis por su esfuerzo y apoyo incondicional a mis hermanos que han sido un gran motor de vida, a ellos que siempre me alentaron a seguir mi formación personal y académica correctamente estimulándome cada día para conseguir sin restricción alguna mis metas y mis sueños.

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento muy especial a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo que en cuyas aulas nos forjamos para realizarnos como unos profesionales íntegros. A nuestras autoridades de la facultada, nuestros docentes a cada uno de ellos por haber aportado y enriquecido nuestro conocimiento por sus guías académicas que nos ayudó hoy a concluir tan importante etapa.

Quiero dejar constancia de mi gratitud sincera a la Ing. Denise Liliana Pazmiño Garzón, quien, con su conocimiento y experiencia, me ha guiado adecuadamente para la culminación del presente trabajo.

De igual forma mi agradecimiento de manera sincera a la Ing. Sonia Guadalupe Arias, al Economista Pablo Ochoa Director Provincial de Registro Civil de la Provincia de Chimborazo y a todo el personal que conforma la Oficina Técnica Provincial por facilitarme los medios para recopilar información los mismos que fueron utilizados en el desarrollo del trabajo investigativo.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada.....	i
Certificación del tribunal.....	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de contenido.....	vi
Índice de gráficos.....	ix
Índice de tablas.....	x
Índice de anexos.....	xi
Resumen ejecutivo.....	xii
Summary.....	xiii
Introducción.....	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	2
1.1 PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA	2
1.1.1 Formulación del problema.....	2
1.1.2 Delimitación del problema	2
1.2 JUSTIFICACION.....	3
1.3 OBJETIVOS	4
1.3.1 Objetivo general	4
1.3.2 Objetivos específicos.....	4
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	5
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	5
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	5
2.2.1 Conceptos básicos de servicio al cliente	5
2.2.2 Características del buen servicio	6
2.2.3 La importancia de la satisfacción al cliente.....	7
2.2.4 Estrategias generales para mejorar el servicio al cliente	8
2.2.5 Estrategias organizacionales para mejorar el servicio al cliente	9
2.2.5.1 Las encuestas de opinión	9
2.2.5.2 Diseñar un plan de acción para mejorar el servicio.....	10

2.1.5.3	Elaborar un programa de entrenamiento para su personal	11
2.1.6	El manejo de personal orientado hacia el servicio	11
2.1.7	La Calidad	12
2.1.8	Modelos de Calidad de Servicio	13
2.1.9	Escuela Nórdica.....	14
2.1.10	Escuela Norteamericana	16
2.2	MARCO CONCEPTUAL	19
2.3	HIPÓTESIS	21
2.3.1	General	21
2.4	VARIABLES.....	21
2.4.1	Independiente.....	21
2.4.2	Dependiente	21
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO		22
3.1	MODALIDAD	22
3.1.1	Investigación documental y bibliográfica.....	22
3.2	TIPOS	22
3.2.1	Investigación descriptiva	22
3.2.2	Investigación de campo	22
3.3	POBLACIÓN Y MUESTRA	23
3.3.1	Muestra	23
3.4	MÉTODOS.....	24
3.4.1	Método Inductivo	24
3.4.2	Métodos Estadísticos.....	24
3.4.4	Método Analítico Sintético.....	24
3.4.5	Técnicas e instrumentos para la recolección de la información	25
3.5	RESULTADOS	26
3.6	COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS	53
CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO		59
4.1	TITULO.....	59
4.2	CONTENIDO DE LA PROPUESTA	59
CONCLUSIONES.....		73
RECOMENDACIONES		74
BIBLIOGRAFÍA		75

ANEXOS 76

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1: Modelo de Calidad de Gronroos	14
Grafico 2: Modelo de los tres componentes de Rust y Oliver	15
Grafico 3: Elementos de la Servucción	16
Grafico 4: Capacidad de los profesionales para prestar el servicio	26
Grafico 5: Limpieza de instalaciones de la institución.....	27
Grafico 6: Seguridad dentro de instalaciones de la institución	28
Gráfico 7: Manejo de documentación	29
Grafico 8: Atención cordial del personal.....	30
Grafico 9: Atención individualizada.....	31
Grafico 10: Disposición por parte del personal de escuchar sus necesidades	32
Grafico 11: Calidez humana en la atención	33
Grafico 12: Infraestructura adecuada para el servicio	34
Grafico 13: Comodidad en las salas de espera	35
Grafico 14: Señalización en las instalaciones.....	36
Grafico 15: Apariencia pulcra del personal	37
Grafico 16: Atención adecuada y precisa en sus trámites	38
Grafico 17: Profesionalismo en atención por parte del personal.....	39
Grafico 18: Vocación de servicio del personal.....	40
Grafico 19: Documentación entregada por el personal	41
Grafico 20: Atención ágil y oportuna por parte del personal	42
Grafico 21: Predisposición para atenderle por parte del personal	43
Grafico 22: Respuesta a interrogantes por parte del personal	44
Grafico 23: Horario de atención al usuario	45
Grafico 24: Resumen general	52
Grafico 25: Seguridad.....	54
Grafico 26: Empatía.....	55
Grafico 27: Tangibilidad	56
Grafico 28: Confiabilidad.....	57
Grafico 29: Capacidad de Respuesta.....	57

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Dimensiones del modelo SERVQUAL.....	17
Tabla 2: Capacidad de los profesionales para prestar el servicio.....	26
Tabla 3: Limpieza de instalaciones de la institución.....	27
Tabla 4: Seguridad dentro de las instalaciones de la institución.....	28
Tabla 5: Manejo de documentación.....	29
Tabla 6: Atención cordial del personal.....	30
Tabla 7: Atención individualizada.....	31
Tabla 8: Disposición por parte del personal de escuchar sus necesidades.....	32
Tabla 9: Calidez humana en la atención.....	33
Tabla 10: Infraestructura adecuada para el servicio.....	34
Tabla 11: Comodidad en las salas de espera.....	35
Tabla 12: Señalización en las instalaciones.....	36
Tabla 13: Apariencia pulcra del personal.....	37
Tabla 14: Atención adecuada y precisa en sus trámites.....	38
Tabla 15: Profesionalismo en atención por parte del personal.....	39
Tabla 16: Vocación de servicio del personal.....	40
Tabla 17: Documentación entregada por el personal.....	41
Tabla 18: Atención ágil y oportuna por parte del personal.....	42
Tabla 19: Predisposición para atender por parte del personal.....	43
Tabla 20: Respuesta a interrogantes por parte del personal.....	44
Tabla 21: Horario de atención al usuario.....	45
Tabla 22: Frecuencia acumulada.....	50
Tabla 23: Resumen General Dimensiones.....	52
Tabla 24: Relación de variables.....	53
Tabla 25: Resumen de declaración de Seguridad.....	53
Tabla 26: Resumen de declaración de Empatía.....	54
Tabla 27: Declaración de Tangibilidad.....	55
Tabla 28: Declaración de Confiabilidad.....	56
Tabla 29: Dimensión de Capacidad de Respuesta.....	57
Tabla 30: Costos.....	60
Tabla 31: Establecer un programa de orden y aseo.....	61
Tabla 32: Actividades y responsabilidades.....	62

Tabla 33: Costos	64
Tabla 34: Costos	65

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Fotografía.....	76
Anexo 2. Fotografía interior	76
Anexo 3. Fotografía planta baja	77
Anexo 4. Fotografía trabajo de campo	77
Anexo 5. Fotografía encuestas.....	78
Anexo 6. Entrada	78
Anexo 7. Encuestas	79
Anexo 8. Planta baja.....	79
Anexo 9. Planta alta.....	80
Anexo 10. Spss	80
Anexo 11. Spss	81
Anexo 12. Spss tabulación	81
Anexo 13. Encuesta	82
Anexo 14. Cronograma	83

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo “Propuesta de mejoramiento de los niveles de satisfacción de los usuarios de la Oficina Técnica Provincial de Registro Civil de Chimborazo”, se desarrolló con la finalidad de contribuir con la mejora del proceso de prestación de servicio en favor del bienestar de la colectividad.

El modelo de gestión de calidad utilizado fue el SERVPERF, a través de su instrumento *Cuestionario de Percepciones* aplicado a los usuarios, se detectaron oportunidades de mejora en las cinco dimensiones de la calidad del servicio evaluadas: Tangibilidad, Confiabilidad, Capacidad de Respuesta, Empatía y Seguridad

A los resultados que se han llegado en forma general es que los niveles de satisfacción de los usuarios de esta institución pública se encuentran en un nivel medio bajo dado que la mayoría de personas muestran su inconformidad con el servicio recibido.

En conclusión, se puede observar que los puntos críticos identificados, constituyen el insumo para la elaboración de Propuestas de Mejoramiento, mismo que permitirá el crecimiento integral de la institución, garantizando de esta manera la satisfacción del usuario y en el reforzamiento de la imagen institucional.

Se recomienda efectuar una gestión de mejora continua en la prestación del servicio, tomando como las propuestas presentadas, haciendo partícipes y concienciando a todos los colaboradores de la institución sobre la importancia de entregar un servicio de alta calidad que se evidencie en la satisfacción de los usuarios.

Palabras claves: modelo de gestión, SERVPERF, mejora continua, servicio público, confiabilidad, empatía, Oficina Técnica Provincial de Registro Civil.

Ing. Sonia Enriqueta Guadalupe Arias

DIRECTOR

SUMMARY

This research paper “Improvement proposal of satisfaction levels for the user of the Technical Provincial office of the Register of Chimborazo” was developed with the objective to contribute with the improvement of the service delivery process for the welfare of the community.

The quality management model used was SERVPERF, through its perceptions survey instrument applied to users, opportunities for improvement were detected in the five dimensions of service quality evaluated: tangibility, reliability, responsibility, response capacity, empathy and security.

The obtained results in general way are that the satisfaction levels in the users of this public institution are in a medium-low level because of the majority of people show unconformity with the received service.

In conclusion we can observe that the critical points identified constitute the input for the elaboration of improvement proposal, the same which will permit the institution integral development, ensuring in this way the user satisfaction and the feedback of the institutional image.

It is recommended to do continuous improvement management in the service, taking the presented proposals, being participants and raising awareness in all employees about the importance of giving a high quality service which show the users satisfaction.

Keywords: management model, SERVPERF, continuous improvement, public service, reliability, empathy, Technical Provincial office of the Civil Register.

INTRODUCCIÓN

Una organización es competitiva actualmente cuando ofrece al mercado bienes y servicios de calidad. El cliente busca rapidez, seguridad, cortesía, confiabilidad, eficacia como algunas características esperadas en la adquisición de un bien o en la prestación de un servicio.

No basta con la entrega del producto, las organizaciones de hoy deben preocuparse por crear, mantener y fortalecer relaciones duraderas con el cliente para de esta manera garantizar su supervivencia en el mercado.

La Dirección General de Registro Civil Identificación y Cedulación es una institución encaminada a brindar un servicio de calidad, servicio que se caracteriza por ser de suma importancia para las personas de todo el territorio ecuatoriano por tal motivo en el presente trabajo se analizara los puntos claves de esta institución que nos permitan garantizar un servicio de excelencia a la comunidad.

Es por ello, la necesidad de realizar una investigación que recolecte y analice las percepciones de los clientes, a través del Modelo SERVPERF, cuyos resultados establecerán un punto de apoyo para la dirección de la institución y que nos permitan desarrollar acciones que originen una mejora en la prestación del servicio.

El presente trabajo está compuesto por una fundamentación teórica la cual nos permite tener un conocimiento más amplio de la información que necesitamos para el desarrollo del mismo, por un marco metodológico en la misma que reflejamos el tipo, el diseño, y el método de la investigación.

Finalmente, el marco propositivo que es la razón de esta investigación ya que mediante el análisis desarrollado se planteara las diferentes propuestas de mejora de los niveles de satisfacción de los usuarios de la Oficina Técnica Provincial de Registro Civil de Chimborazo, seguido de las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA

Una organización que pretenda alcanzar altos niveles en la calidad del servicio que brinda debe prestar una mayor atención a la medición de las diferentes dimensiones de la calidad como: confiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y empatía, a través de su evaluación, la organización dispondrá de información altamente importante que le indicará en qué aspectos debe centrar los esfuerzos para que puedan ser utilizados de una manera efectiva. La medición de la calidad en el servicio al usuario se muestra como una necesidad asociada a una medición constante, ya que todo aquello que se puede evaluar es susceptible a mejorar.

La Oficina Técnica provincial de Registro Civil de Chimborazo está recibiendo quejas de los usuarios por la falta de cortesía del personal y actualmente no efectúa una medición de la satisfacción de los usuarios, los servicios que se prestan en esta institución son varios por lo tanto es importante utilizar una herramienta de medición para determinar en qué grado se está cumpliendo con los deseos y necesidades de los clientes, por medio del procedimiento de evaluación de satisfacción que permitirá evaluar y generar propuestas para su mejoramiento en la calidad del servicio.

1.1.1 Formulación del problema

¿Cuáles son las características de una propuesta para mejorar los niveles de satisfacción de la Oficina Técnica Provincial de Registro Civil de Chimborazo, con base en la identificación de las debilidades en cuanto a la calidad, y los niveles de satisfacción?

1.1.2 Delimitación del problema

La presente investigación se lleva a cabo en la Provincia de Chimborazo, en la ciudad de Riobamba, Parroquia Veloz, Calle Principal: Primera constituyente y Juan Montalvo (Esq.)

1.2 JUSTIFICACION

La competitividad cada vez se torna más agresiva y genera la necesidad a la gerencia de actualizar sus funciones, crear, desarrollar nuevos programas que no solo le permitan conquistar nuevos mercados, sino garantizar la fidelidad de sus clientes, hoy en día las instituciones públicas juegan un papel muy importante en el desarrollo económico del país y prestar un buen servicio a los usuarios es su principal objetivo.

Las necesidades de mejorar en los aspectos atención y servicio al usuario se generan debido al aumento de reclamos que se está dando en la institución, dada la anterior afirmación, se plantea que el servicio al cliente es una parte fundamental de cualquier empresa o negocio interesado en prevalecer y crecer en un mercado. Por tal razón, la Oficina Técnica Provincial de Registro Civil de Chimborazo percibe la necesidad de iniciar estrategias basadas en los clientes con base en un estudio previo de la imagen de servicio que les proyectan a los usuarios.

Es de mucha importancia citar que la investigación a través de la propuesta de mejoramiento de los niveles de satisfacción de la oficina técnica se beneficiará no solo a la institución como ente económico, también a toda la población que acude a esta institución pública optimizando su tiempo y satisfaciendo todas sus necesidades y deseos.

Es así como se genera la propuesta de realizar una evaluación de la calidad del servicio al cliente, donde se establezca la percepción de los clientes de la empresa desde diferentes puntos de vista. Esto implica que, como egresado de la Facultad de Administración de empresas, y ejecutor de la mencionada investigación, puedan aplicarse conocimientos fundamentales sobre planeación y diagnóstico que conlleven al logro de los objetivos propuestos para la presente propuesta.

La finalidad de la evaluación sugerida es diseñar una propuesta que permita eliminar las falencias detectadas con respecto a la calidad del servicio al cliente de la empresa objeto de estudio. El diseño de la propuesta trae consigo la aplicación de análisis de información, las causas de deserción o fugas del cliente, opinión de los clientes de alto valor en determinadas áreas, conocer si el cliente percibe todo el esfuerzo que se hace por él, si se cubren las expectativas que el cliente había puesto en nuestras empresas/servicio, entre otros aspectos que son de suma importancia para el estudio a realizar.

Para la Oficina Técnica Provincial de Registro Civil de Chimborazo los resultados y la propuesta son muy importantes para la toma de decisiones respecto a sus estrategias con los usuarios, y las necesidades internas que sugieren cambios en pro de mejorar el servicio.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo general

Diseñar una propuesta de mejoramiento de los niveles de satisfacción de los usuarios de la Oficina Técnica Provincial de Registro Civil de Chimborazo.

1.3.2 Objetivos específicos

- Establecer la percepción actual de los clientes de la Oficina Técnica Provincial de Registro Civil de Chimborazo sobre la atención que reciben, mediante el diseño y aplicación de un instrumento de medición tipo encuesta.
- Analizar los resultados de la aplicación del instrumento de medición y emitir un diagnóstico para establecer los principales problemas y causas.
- Diseñar una propuesta de mejoramiento del servicio con base en el diagnóstico realizado.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Una visión general del marco bajo el cual opera la Oficina Técnica Provincial de Registro Civil de Chimborazo; se estructura un diagnóstico de la realidad actual en la que se desenvuelve, conscientes de sus debilidades, sus fortalezas y sus oportunidades le harán tomar nuevos rumbos y fijar nuevas metas, que le permitan formar parte del grupo de Instituciones dignas de reconocimiento y elogio por su trabajo realizado, por la calidad de servicio prestado y sobre todo por el aporte perdurable al desarrollo del país.

Todos sus esfuerzos deben orientarse a la consecución de un servicio de excelencia con la visión de convertirse en una Institución cuyos procesos y sistemas de identificación, cedulación y registro de los actos civiles, de ecuatorianos y extranjeros, sean modernos, descentralizados, seguros, confiables con tecnología de punta, con documentos igualmente seguros, de tal manera que tenga el reconocimiento ciudadano dentro y fuera del país.

El servicio a al usuario es un factor muy importante dentro de las instituciones públicas y la Oficina Técnica Provincial es una institución netamente de servicios, que a pesar que mucho se ha tratado el tema de la satisfacción al cliente no se ha enfatizado en estudios que puedan brindar información suficiente para mejorar la atención a los usuarios, constituyendo una necesidad fundamental para el logro de su misión, visión y objetivos institucionales.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 Conceptos básicos de servicio al cliente

Según el autor HUMBERTO SERNA GÓMEZ (2006) define que:

El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos.

De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa. (Humberto, 2006)

El servicio no es más que el conjunto de soportes que rodean al acto de comprar. (Aguilar Morales & Vargas Mendoza, 2010)

El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o del servicio básico, como consecuencia de la imagen y la reputación del mismo. (Leppard, Cómo mejorar su servicio al cliente, 2000)

Con estas definiciones se puede resumir que el servicio al cliente es un proceso y un conjunto de acciones que buscan satisfacer las necesidades de las personas ya sea apoyando la compra o en el mantenimiento de un bien.

2.1.2 Características del buen servicio

Algunas características de los servicios son las siguientes:

- Un servicio es más un proceso que un producto.
- Un servicio casi nunca se puede almacenar.
- El servicio no se puede inspeccionar o supervisar de manera rígida o inamovible, como ocurre con un producto.
- No se puede predeterminar de antemano la calidad final de un servicio.
- La materia prima fundamental de casi todo proceso de servicio es la información.
- Los servicios como resultado ocurren o suceden, no permanecen, tienen un principio y un fin de en el tiempo, son finitos en función del consumo o su demanda.
- Los servicios se basan en la confianza entre las personas.
- En el sector servicios, cuando menos alguno sino es que varios, de los trabajadores que lo generan o producen, tienen trato directo con el cliente o consumidor final.

Resulta entonces que LA INFORMACIÓN Y LA INTERACCIÓN HUMANA son las principales materias primas a transformar en un proceso de trabajo que genere un servicio y los que determinan la calidad del mismo. El cliente de la misma manera existe una diversidad de definiciones sobre lo que es un cliente, algunas son más técnicas que otras, sin embargo, en general se piensa que el cliente es la persona que solicita el servicio.

Existen dos tipos de clientes los externos que son los consumidores finales y los internos que son los trabajadores de una organización. La satisfacción de ambos es fundamental para la empresa. (Aguilar Morales & Vargas Mendoza, 2010)

2.1.3 La importancia de la satisfacción al cliente

Cualquier negocio tiene cuatro metas clave:

1. Satisfacer a sus clientes
2. Conseguir una mayor satisfacción del cliente que la de sus competidores
3. Conservar los clientes en el largo plazo
4. Ganar penetración en el mercado

Para alcanzar estas metas, un negocio debe entregar a sus clientes valor siempre creciente.

El valor, es la calidad relacionada con el precio. Los clientes ya no adquieren sólo con base en el precio. Comparan el paquete total de productos y servicios que ofrece un negocio con el precio y la oferta de la competencia. El paquete de beneficios al consumidor influye en la percepción de la calidad e incluye el producto físico y sus dimensiones cualitativas; el apoyo antes de la venta, como una facilidad en la colocación de pedidos; una entrega rápida, oportuna y precisa, y un apoyo postventa, como el servicio en el campo, garantías y apoyo técnico. Si la competencia ofrece mejores alternativas a un precio similar, los consumidores naturalmente seleccionaran el paquete que contenga la calidad percibida como más elevada, por lo que es absolutamente vital para el éxito competitivo comprender exactamente lo que los consumidores deseen.

Si un competidor ofrece el mismo paquete de productos y servicios a un precio inferior, los clientes lo elegirán. Sin embargo, precios inferiores requieren costos inferiores si la empresa debe seguir siendo redituable. Las mejoras en la calidad de la operación; por lo tanto, los negocios deben enfocarse tanto a mejorar de manera continua el paquete de beneficios al consumidor como reducir los costos.

Se consigue la satisfacción del cliente cuando los productos y servicios cumplen o exceden las expectativas de los clientes: Nuestra definición principal de la Calidad.

El enfoque de los clientes no es simplemente un problema de calidad sino buena práctica de los negocios que se traduce directamente en mayores utilidades.

Algunos estudios han demostrado que cuesta aproximadamente 5 veces más atraer clientes nuevos que conservar los anteriores, y que los clientes satisfechos adquieren más y están dispuestos a pagar precios elevados.

Una fuerte ventaja competitiva es impulsada por los deseos y necesidades de los clientes; su satisfacción a través de productos superiores y de la excelencia en el servicio es una manera importante de tener una ventaja competitiva.

La conservación de los clientes es factor clave del éxito competitivo y está íntimamente ligado con la calidad y la satisfacción del consumidor. Las características del producto tienen mucha influencia en la primera venta que se hace; en ese momento, los clientes desconocen los problemas de calidad que puedan resultar. Sin embargo, la calidad del producto y del servicio rendido durante la vida del producto determina la cantidad de eventos subsecuentes. (Carlos, 2001)

2.1.4 Estrategias generales para mejorar el servicio al cliente

De manera general para mejorar el servicio que se presta en cualquier organización se tienen desarrollar tres acciones: Ampliar la definición de servicio lo cual implica considerar que es necesario dar al cliente todas las prestaciones que espera además del servicio básico, cuidando dos aspectos fundamentales: el trato y la información que se le proporciona.

Reconsiderar quienes son los clientes, que implica desarrollar una actitud en el que se considere que el cliente

- Es la persona más importante en cualquier negocio.
- No depende de nosotros, nosotros dependemos de él.
- No nos interrumpe, es nuestro objetivo de trabajo.
- Nos hace un favor cuando llega y no nosotros se lo hacemos al atenderlo.
- No es ningún extraño.

- Desarrollar una actitud amistosa hacia el cliente una vez que se ha reconsiderado la definición de servicio y cliente se puede desarrollar una actitud amistosa hacia los clientes la cual consiste principalmente en:

Servir por el placer de servir.

- No sustituir la conveniencia por el servicio.
- Considerar cada reclamación como una solicitud servicio.
- Administrar los momentos de la verdad (cuando se atiende el cliente).
- Atender a sus clientes e invitar a su jefe a que lo atienda a usted.
- Considere que los jefes no son responsables del trabajo que hace la gente, sino de la gente que hace el trabajo.
- Considere que el placer de los negocios y del trabajo proviene de servir a la gente y no de venderles algo.
- Reconozca el buen servicio y permita ser servido.

2.1.5 Estrategias organizacionales para mejorar el servicio al cliente

Para que una organización mejore el servicio que brinda una empresa debe realizar básicamente las siguientes acciones:

- Realizar encuestas de opinión
- Diseñar un plan de acción para mejorar el servicio.
- Elaborar un programa de entrenamiento para su personal

2.1.5.1 Las encuestas de opinión

Aunque no es el propósito de este capítulo enseñar cómo se elaboran las encuestas de opinión podemos establecer algunas sugerencias para su elaboración:

1. Determinar el aspecto del servicio al cliente que se va a medir.
2. Determinar indicadores válidos de dicho aspecto, centrándose sobre todo en conductas concretas.
3. Seleccionar una muestra de indicadores válidos.
4. Estructurar el instrumento con los siguientes elementos:

- Los datos de la institución en la que se elaboró
 - Los datos de identificación del encuestado y encuestador
 - Una breve explicación del objetivo de la prueba
 - Instrucciones
 - Los reactivos a evaluar
 - Un documento metodológico que contenga los objetivos para los que fue diseñada la prueba o La definición operacional de las variables a medir o Los resultados del estudio de confiabilidad realizada a la prueba o La descripción del instrumento o El instructivo de aplicación y el instructivo de calificación o Bibliografía
5. Determinar la validez del instrumento. (Revisar con expertos o en la bibliografía que lo que se evalúa sea lo importante y que sea congruente con el objetivo para el que fue diseñada la prueba.
 6. Aplicarlo y determinar su confiabilidad.
 7. Realizar las correcciones pertinentes.
 8. Elaborar la versión final del instrumento Recuerde que lo más importante es obtener información que nos permita mejorar por lo que enunciados vagos como “le atendió bien” no son recomendables, es mejor referirnos a aspectos específicos que puedan ser mejorados.

2.1.5.2 Diseñar un plan de acción para mejorar el servicio.

Una vez que se han determinado las características actuales de la forma en que se otorga el servicio a los clientes se deberá desarrollar un programa de trabajo con metas y fechas específicas. Este programa de trabajo debe incluir aquellas actividades que realizará la empresa como: Evaluar y monitorear la calidad del servicio, diseñar los procedimientos de atención al cliente, el establecimiento de normas de servicio, la capacitación al personal, los programas de incentivos y la mejora de estos procesos. El programa también debe incluir aquellas tareas que debe realizar el trabajador como: participar en grupos de mejora, asistir a la capacitación y aplicar los procedimientos.

2.1.5.3 Elaborar un programa de entrenamiento para su personal

Desde nuestro punto de vista un sistema de entrenamiento para el servicio al cliente dirigido al personal directivo debería incluir mínimamente la enseñanza de las siguientes habilidades:

- Conceptos básicos de servicio al cliente
- Diseño de instrumentos de evaluación del servicio al cliente
- Diseño de estrategias organizacionales para mejorar el servicio al cliente
- Implementación de programas de mejora continua en el servicio al cliente
- Diseño de normas y procedimientos orientados al cliente
- Manejo de personal orientado hacia el servicio

De la misma manera los contenidos mínimos de un programa de capacitación orientado al servicio al cliente y dirigido a los trabajadores podrían ser los siguientes:

- Conceptos básicos de servicio al cliente
- Estrategias para obtener un buen servicio
- Estrategias individuales para mejorar el servicio al cliente
- Estrategias para mejorar la atención telefónica
- Estrategias para tratar con clientes difíciles
- Estrategias para dar un buen servicio al cliente evitando la extorsión

2.1.6 El manejo de personal orientado hacia el servicio

En una organización sería conveniente que los directivos de la empresa desarrollaran las siguientes habilidades:

- Dar una imagen agradable al iniciar el día y cada vez que encuentran a sus colaboradores.
- Manejar los problemas de manera ecuánime y en el momento oportuno
- Manejar a los clientes (incluyendo aquí a sus colaboradores) como desearía que lo hicieran sus empleados
- Respaldar las decisiones de su personal
- Estar dispuesto a aceptar que no se sabe la respuesta

- Escuchar atentamente
- Charlar con su personal
- Hablar apropiadamente por teléfono
- Agradecer constantemente a su personal
- Ser congruente en lo que dice y piensa

Además, para mantener un buen servicio en una compañía que está creciendo un directivo debe preocuparse por realizar las siguientes acciones:

- Escribir una declaración de los objetivos de la empresa
- Desarrollar una estrategia a largo plazo
- Organizar seminarios fuera de la empresa por lo menos una vez al año
- Contratar un director experto en recursos humanos
- Escribir e implementar un plan de marketing
- Poner al día su tecnología
- Invertir en desarrollar a sus empleados
- Invertir en desarrollar a sus directivos
- Establecer un programa de inducción en el que se haga énfasis en el servicio. (Aguilar Morales & Vargas Mendoza, 2010)

2.1.7 La Calidad

Según V. Feigenbaun (1971) es el resultado total de las características del producto o servicio que, en sí satisfacen las expectativas del cliente.

Edwar Deming (1980) la calidad es ofrecer a bajos costos productos o servicios que satisfagan a los clientes. Implica un compromiso con la innovación y la mejora continua.

Schrolder (1992) calidad es incluir cero defectos, mejora continua y gran enfoque en el cliente.

De acuerdo a (Palacios, 2012) los antecedentes de los programas de calidad en los países occidentales se pueden remontar a la calidad lograda por las antiguas civilizaciones, a la de los gremios de artesanos de la Edad Media, a la calidad de los productos del inicio de la Revolución Industrial. En épocas más recientes se da la creación de la función

inspección a cargo de Frederick W. Taylor, quien es considerado el padre de la ingeniería industrial por sus trabajos a fines del siglo XIX y principios del XX que se conoció como administración científica. Hasta entonces, el trabajador había sido responsable de hacer un trabajo y de verificar que estaba bien hecho. Taylor, al buscar la eficiencia por medio de la división del trabajo, separó la función de inspección para que el obrero pudiera dedicarse únicamente a la fabricación. Lo que hizo Taylor en su tiempo ha hecho posible los logros actuales.

La Calidad, es uno de los conceptos que más desean desarrollar las organizaciones dedicadas a la prestación de servicios.

El objetivo principal que persigue la calidad es la satisfacción plena del cliente, se pueden matizar algunos elementos comunes de la calidad como son:

- Lograr la satisfacción de cliente mediante un buen servicio.
- Conocer las expectativas de los clientes internos y externos de la organización.
- Nivel de excelencia que alcanza una empresa y que se demuestra por la fidelidad de sus clientes.

2.1.8 Modelos de Calidad de Servicio

Al analizar la teoría existente sobre los modelos de calidad de servicio, es importante considerar los aportes de las dos grandes escuelas de conocimiento: nórdica y norteamericana.

La escuela nórdica está liderada por las contribuciones de (Grönroos C. , Marketing y gestión de servicios, 1985). Estos aportes se fundamentan en modelos basados en las tres dimensiones de la calidad de servicio. Al realizar la medición de la calidad de servicio, el punto de partida es la opinión del cliente, encargado de evaluar si el servicio recibido coincide con el esperado. Esta escuela se ha enfocado en el concepto de calidad de servicio sin buscar evidencias empíricas que la respalden, siendo ésta una debilidad de este modelo por lo que no es muy aplicado por los investigadores.

En tanto, la escuela norteamericana, liderada por los aportes realizados por (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) autores del modelo SERVQUAL, creado como resultado de

investigaciones hechas en diferentes empresas de servicios. El modelo precisa la calidad de servicio como la brecha existente entre las expectativas y percepciones del cliente.

Investigaciones posteriores, enfocaron la investigación de la calidad de servicio sobre la actitud del consumidor ante el servicio recibido, es decir estudiaron la actitud que se genera a partir de la percepción del consumidor respecto de la prestación del servicio.

En este sentido, se estudia la calidad de servicio desde un enfoque particularmente psicológico.

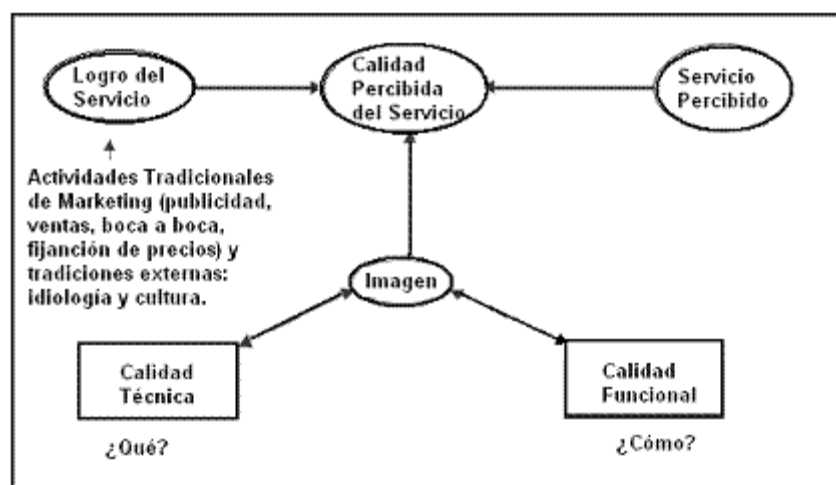
2.1.9 Escuela Nórdica

2.1.9.1 El Modelo de Calidad de Servicio de Grönroos

El modelo de (Grönroos, 1983) sostiene que la calidad de servicio es el resultado de integrar tres dimensiones: calidad técnica (qué se da), calidad funcional (cómo se da) e imagen corporativa; incluyendo los atributos que pueden influir en la percepción que una persona tiene de un bien o de un servicio, siendo la imagen un elemento fundamental para medir la calidad percibida.

(Grönroos, 1988) Señala que la calidad total percibida se produce cuando la calidad percibida satisface la calidad esperada; o cuando lo recibido se corresponde con las expectativas generadas alrededor del servicio en cuestión.

GRÁFICO 1: Modelo de Calidad de Gronroos



Fuente: (Grönroos C. , 1988)

Según (Grönroos, 1994) las expectativas o calidad esperada por parte de un sujeto, están en función de factores como la comunicación de marketing, recomendaciones (boca-oido), imagen corporativa y las necesidades del cliente. La calidad recibida es influenciada por la imagen corporativa y a la vez por dos componentes distintos: la calidad técnica y la calidad funcional. La calidad técnica se enfoca en un servicio técnicamente correcto y que conduzca a un resultado aceptable (soporte físico, los medios materiales, la organización interna, etc.).

2.1.9.2 Modelo de los tres componentes de Rust y Oliver

(Rust & Oliver, 1994) Presentaron una conceptualización no probada, pero que fundamenta lo planteado por Grönroos. Su justificación está en las evidencias encontradas por autores como McDougall y Levesque en 1994 en el sector bancario y por McAlexander y otros en el mismo año en el sector sanitario.

El modelo se compone de tres elementos: el servicio y sus características (service product), el proceso de envío del servicio o entrega (service delivery) y el ambiente que rodea el servicio (environment). Su planteamiento inicial fue para bienes; al aplicarlo al servicio, cambia el centro de atención, pero, como ellos afirman, se está hablando de empresas de servicios o de bienes, los tres elementos de la calidad del servicio siempre están presentes.

GRÁFICO 2: Modelo de los tres componentes de Rust y Oliver



Fuente: (Rust & Oliver, 1994)

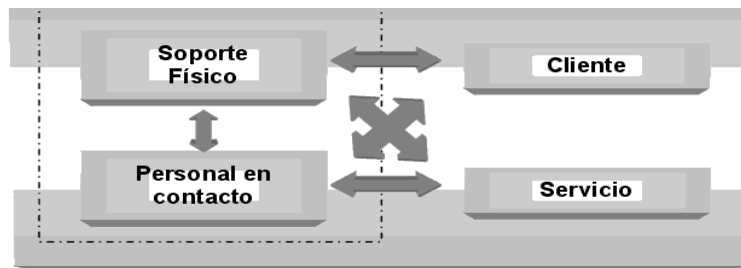
2.1.9.3 Modelo de Servucción de Eiglier y Langeard

En el año 1989 surge la teoría de la servucción, con la finalidad de sistematizar la "producción", entendido como el proceso de creación y fabricación del servicio.

Según (Langeard, 1989), sus iniciadores, la servucción es la organización sistemática y coherente de todos los elementos físicos y humanos de la relación cliente-empresa necesaria para la realización de una prestación de servicio cuyas características comerciales y niveles de calidad han sido determinados.

El término servucción fue desarrollado con el objetivo de instaurar un término equivalente a la producción de bienes, pero aplicado a los servicios. De este modo, los autores diseñan un sistema que provea un proceso planificado y controlado para la prestación de servicios.

GRÁFICO 3: Elementos de la Servucción



Fuente: (Eigler & Langeard, 1989)

2.1.10 Escuela Norteamericana

2.1.10.1 El Modelo SERVQUAL (SERVICE QUALITY)

Los autores (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) definen la calidad de servicio percibida como el juicio global del cliente acerca de la excelencia o superioridad del servicio, que resulta de la comparación entre las expectativas y las percepciones de los clientes. Consideran que al momento de evaluar la calidad de servicio y en ausencia de criterios de carácter objetivo es menester efectuar un diagnóstico del servicio prestado recurriendo al análisis de las percepciones de los clientes con relación al servicio recibido. Por ello, la calidad del servicio quedó definida como la amplitud de las diferencias o brechas que existía entre las expectativas de los clientes y sus percepciones respecto a la prestación del servicio.

Considerando las conclusiones obtenidas en sus investigaciones, desarrollaron un modelo de la calidad del servicio apoyado en un instrumento de medida al que denominaron SERVQUAL (SERVICE QUALITY), el cual propone que la calidad de servicio se puede estimar a partir de 5 dimensiones.

Tabla 1: Dimensiones del modelo SERVQUAL

Dimensión	Descripción
Tangibilidad	Apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y materiales para comunicaciones
Confiabilidad	Capacidad para brindar el servicio prometido en forma precisa y digna de confianza
Capacidad respuesta	Buena disposición para ayudar a los clientes a proporcionarles un servicio expedito
Seguridad	Conocimiento y cortesía de los empleados, así como su capacidad para transmitir seguridad y confianza
Empatía	Cuidado y atención individualizada que la empresa proporciona a sus clientes

Fuente: (Schiffman & Lazar, 2001)

Estas dimensiones son evaluadas en dos secciones: una que registra las expectativas de los clientes de empresas excelentes en la industria de los servicios, y otra, que mide las percepciones de los consumidores de una empresa dada. Estos resultados son comparados para determinar las brechas de cada una de las dimensiones.

El modelo SERVQUAL analiza algunas brechas o “gaps” que pueden ser percibidas por los clientes (gap 5), o bien producirse internamente en las organizaciones proveedoras de los servicios (gaps del 1 al 4). Estos “gaps” se describen a continuación:

Gap 1: indica la discrepancia entre las expectativas de los clientes sobre un servicio concreto y las percepciones que se forman los directivos sobre lo que espera el consumidor de ese servicio.

Gap 2: mide la diferencia entre las percepciones de los directivos y las especificaciones o normas de calidad.

Gap 3: calcula la diferencia entre las especificaciones o normas de calidad del servicio y la prestación del mismo.

Gap 4: mide la discrepancia entre la prestación del servicio y la comunicación externa.

Estas diferencias hacen que el servicio prestado por la organización no cubra las expectativas que los clientes, produciéndose el Gap 5: que mide la diferencia entre el servicio esperado y el servicio percibido, determinando a través de dicha magnitud el nivel de calidad alcanzado. La forma de reducir esta diferencia es controlando y disminuyendo los gaps anteriores.

2.1.10.2 El Modelo SERVPERF

El modelo SERVPERF es propuesto por (Cronin & Taylor, 1994), quienes, a través de estudios realizados en distintas organizaciones de servicios, llegaron a la conclusión de que el modelo SERVQUAL no es el más adecuado para evaluar la calidad del servicio.

Este modelo se basa únicamente en el análisis de las percepciones que tienen los clientes acerca del rendimiento del servicio, de esta manera se reduce a la mitad las afirmaciones planteadas.

La lógica que fundamenta el SERVPRF está vinculada con los problemas de interpretación del concepto expectativa. El modelo SERVPERF tiene un alto grado de fiabilidad (coeficiente alpha de Cronbach de 0,9098).

Los aportes de las dos escuelas de pensamiento tienen su punto de encuentro en el carácter multidimensional de la calidad del servicio y en la complejidad de las actitudes del consumidor como factor determinante del juicio de valoración.

Cabe recalcar que el juicio que el cliente realice al resultado de la prestación del servicio será decisivo en la medición de la calidad del servicio, así como también a todos los elementos que integran el proceso de prestación del mismo.

Luego de este análisis he considerado acertada la utilización del modelo SERVPERF en el desarrollo de mi Trabajo de Investigación, ya que se trata de una potente técnica de investigación en profundidad que permite realizar una medición del nivel de calidad de

cualquier tipo de empresa de servicios, permitiendo conocer las percepciones que tienen los clientes y cómo ellos aprecian el servicio, también diagnóstica de manera global el proceso de servicio objeto de estudio.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

PRODUCTO: Un producto es "un artículo, servicio o idea que consiste en un conjunto de atributos tangibles o intangibles que satisface a los consumidores y es recibido a cambio de dinero u otra unidad de valor". (Kerin, 2000)

CLIENTE EXTERNO: Es el cliente final de la empresa, el que está fuera de ella y el que compra los productos o adquiere los servicios que la empresa genera.

CLIENTE INTERNO: Es quien, dentro de la empresa, por su ubicación en el puesto de trabajo, sea operativo, administrativo o ejecutivo, recibe de otros algún producto o servicio, que debe utilizar para alguna de sus labores.

No se puede departamentalizar el servicio, es decir, en la empresa, todos son productos, todos son clientes, todos son proveedores, por lo tanto, todas las personas que la conforman son la base de la satisfacción dentro de la calidad y servicio. (Idalberto, 2000)

CLIENTES FINALES: Se refiere a las personas que utilizarán el producto o servicio adquirido a la empresa y que se espera se sientan complacidas y satisfechas.

También se les denomina usuarios finales o beneficiarios. (Aguilar Morales & Vargas Mendoza, 2010)

CLIENTES INTERMEDIOS: Son los distribuidores que hacen que los productos o servicios que provee la empresa estén disponibles para el usuario final o beneficiario. (Barlow, 2003)

CALIDAD: Según V. Feigenbaum (1971) es el resultado total de las características del producto o servicio que, en sí satisfacen las expectativas del cliente.

ISO 9000-2000: La calidad capacidad de un conjunto de características inherentes de un producto, sistema o proceso para satisfacer los requisitos de los clientes u otras partes interesadas.

SATISFACCIÓN: visto como un concepto de servicio. En el servicio prestado por una empresa, están incluidas todas aquellas prestaciones, tanto de uso como socioculturales, que hacen más ventajosa a los intermediarios la venta del producto y que permite conseguir a los consumidores la máxima satisfacción.

QUEJA: Es aquella comunicación que pretende poner en evidencia una falla, equivocación o error cometido por alguna de las empresas del grupo con el cliente, en el servicio o en el estado de un producto. El cliente manifiesta una inconformidad vinculada al servicio. (Carlos, 2001)

RECLAMO: Es la comunicación que plantea un incumplimiento en la oferta de servicios que se hizo, cuando el cliente adquirió un producto y en la que él solicita que la compañía solucione la situación o la rectifique. (Humberto, 2006)

SOLICITUD DE INFORMACIÓN: Es toda aquella información requerida por el cliente acerca de los productos y servicios que ofrece la Oficina Técnica Provincial de Registro Civil de Chimborazo.

SOLICITUD DE SERVICIO: Es cualquier requerimiento establecido por el cliente. (Leppard, 2000)

TANGIBLES: podemos ver, tocar y están registrados en inventarios y libros de contabilidad y otros. (Miguel, 2011)

RECURSOS INTANGIBLES: son los factores que no podemos ver, ni tocar, pero que existen, su consumo no depende del tiempo ni del grado de utilización. (Miguel, 2011)

EMPATÍA: Es la capacidad que tiene el ser humano para conectarse a otra persona y responder adecuadamente a las necesidades del otro, a compartir sus sentimientos, e ideas de tal manera que logra que el otro se sienta muy bien con él. (Ronderos, 2006)

SERVPERF: Debe su nombre a la exclusiva atención que presta a la valoración del desempeño (*SERVICE PERFORMANCE*) para la medida de la calidad de servicio. Se compone de los mismos ítems y dimensiones que el *SERVQUAL*, la única diferencia es que elimina la parte que hace referencia a las expectativas de los clientes. (Cronin & Taylor, 1994)

SERVQUAL: Valoración de la calidad del servicio. (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985)

2.3 HIPÓTESIS

2.3.1 General

Más del 50% de los usuarios no están satisfechos el servicio que ofrecido por Oficina Técnica Provincial de Registro Civil.

2.4 VARIABLES

2.4.1 Independiente: Propuesta de mejoramiento en los niveles de satisfacción

2.4.2 Dependiente: Mejorar los niveles de satisfacción de los usuarios de la Oficina Técnica Provincial de Registro Civil de Chimborazo.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 MODALIDAD

3.1.1 Investigación documental y bibliográfica:

A través de ésta investigación se podrá reforzar los conocimientos existentes, consiguiendo información correcta, necesaria y precisa acerca del tema que se está tratando, para esto se recurrirá a libros y documentos especializados, enciclopedias, documentos relacionados y páginas web que contribuyan al investigador para el fortalecimiento y progreso de conocimientos sobre el tema.

3.2 TIPOS

3.2.1 Investigación descriptiva:

De acuerdo a los objetivos planteados se realizará una investigación de tipo descriptiva, cuyo propósito fundamental es dar a conocer los niveles de satisfacción de los usuarios de la Oficina Técnica Provincial del Registro Civil de Chimborazo. El procedimiento a seguir para el diseño y aplicación del Cuestionario de Percepciones, basado en la metodología del Modelo Servperf permitirá obtener información acerca de lo que los clientes realmente percibieron en el servicio, en base a las cinco dimensiones (Seguridad, Empatía, Tangibilidad, Confiabilidad y Capacidad de Respuesta); para esto se solicita dar una calificación de 1 a 5, siendo: 1 Deficiente, 2 Malo, 3 Regular, 4 Bueno y 5 Eficiente, luego se procederá a identificar las deficiencias en la calidad de las dimensiones, permitiendo de esta manera detectar oportunidades de mejora en la prestación del servicio.

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier fenómeno que se someta a análisis. (Danhke, 1989)

3.2.2 Investigación de campo:

Esta investigación de campo se aplicará de forma directa en las instalaciones de la Oficina Técnica Provincial de Registro Civil de Chimborazo ya que de los usuarios depende éxito

o fracaso del estudio a realizar, y será el investigador quién estará ligado directamente con la situación para obtener información de primera fuente, útil y necesaria para encontrar los elementos correctos para plantear las propuestas.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1 Muestra

Para conocer cuántas encuestas se deben aplicar en la investigación, se obtuvo una base de datos con el promedio de usuarios que utilizan a diario los servicios de la Oficina Técnica Provincial de Registro Civil de Chimborazo los cuales ascienden a 350 usuarios que conforman el universo o población.

Para conocer cuántas encuestas se deben realizar, se empleó la siguiente fórmula, la cual se emplea en poblaciones finitas.

El cálculo de la muestra se llevará a cabo tomando en cuenta datos estadísticos del departamento de estadística de la Oficina Técnica Provincial de Registro Civil de Chimborazo.

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

Dónde:

n =	Tamaño de la muestra 350
d =	5%
Z=	1,96(tabla de distribución normal para el 95% de confiabilidad)
N=	*350 usuarios
q=	0,5
p=	0,5
Situación con el 95% de confiabilidad	

- $n = \frac{(350)(1,96)^2(0,5)(0,5)}{((0,05)^2 (350-1)+(1,96)^2*(0,5)(0,5))}$
- $n = \frac{(336)}{((0,8725)+(0,96))}$
- $n = \frac{(336)}{(1,83)} \quad n = 183,60$
- **n= 184 encuestas**

3.4 MÉTODOS

3.4.1 Método Inductivo. - El método que se manejará en esta investigación, es el inductivo; ya que conlleva “un análisis ordenado, coherente y lógico del problema de investigación, tomando como referencia premisa verdaderas”.

El método Inductivo, tiene como objeto llegar a conclusiones que estén en relación con sus premisas como el todo lo está con las partes. A partir de verdades particulares, se concluyen verdades generales.

Para el presente proyecto de investigación, se partirá de un diagnóstico inicial que permita determinar la situación actual, información que sin duda será útil en el desarrollo de la propuesta de mejoramiento, posteriormente aplicaremos una encuesta a la población, una vez cumplida esta etapa se procederá con la tabulación análisis e interpretación de la información recolectada que nos permita detectar puntos clave que servirán de apoyo para el diseño de estrategias de mejora.

3.4.2 Métodos Estadísticos. -Este método cuantitativo nos permitirá realizar el análisis de los datos obtenidos en las encuestas que se aplicarán.

Para luego procesar la información obtenida y poder obtener los resultados, conclusiones y recomendaciones que serán de gran utilidad y beneficio.

3.4.4 Método Analítico Sintético:

"No hay síntesis sin análisis, ya que el análisis proporciona la materia prima para realizar la síntesis". (Engels)

A través del este método se procederá al análisis, es decir la descomposición del todo en sus partes , en este caso se analizó de manera independiente cada una de cinco dimensiones de la calidad del servicio Tangibilidad, Empatía, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Confiabilidad; para luego realizar una síntesis reuniendo los elementos constitutivos (dimensiones) y tener como resultado una medida de la calidad del servicio que ofrece la Oficina Técnica Provincial de Registro Civil de Chimborazo.

3.4.5 Técnicas e instrumentos para la recolección de la información

Para la realización de presente la propuesta de mejoramiento, se utilizarán las siguientes técnicas e instrumentos:

3.4.5.1 Encuestas

Por medio de un cuestionario se agrupará a cinco dimensiones de la calidad del servicio tales como Tangibilidad, Empatía, Capacidad de Respuesta, Confiabilidad y Seguridad; cada una de ellas contemplan cuatro enunciados acompañados de una escala de 1 a 5 para aplicar a los usuarios de la Oficina Técnica Provincial de Registro Civil de Chimborazo que se encuentran en las instalaciones para conocer cuál es su percepción con relación al servicio recibido.

3.4.5.2 Entrevista

Se aplicará esta técnica mediante una guía estructurada al director de la institución con el fin de conocer aspectos importantes para el desarrollo de la investigación.

3.4.5.3 Procedimiento para el análisis e interpretación de resultados

Para el análisis de resultados se utilizará el programa estadístico SPSS con la finalidad de realizar un análisis descriptivo a través de tablas y gráficos que contendrán la información obtenida de la aplicación de las encuestas, inmediatamente se procederá a interpretar los hallazgos relacionados con el problema de investigación, los objetivos propuestos e hipótesis planteadas.

3.5 RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados de los cuestionarios, mismos que fueron procesados a través del paquete estadístico SPSS, versión 23.0

ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LAS PREGUNTAS DE LA ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS DE LA OFICINA TÉCNICA PROVINCIAL DE REGISTRO CIVIL DE CHIMBORAZO.

1. DIMENSIÓN SEGURIDAD

Declaración 1: ¿Cómo considera la capacidad de los profesionales de la institución para prestar el servicio?

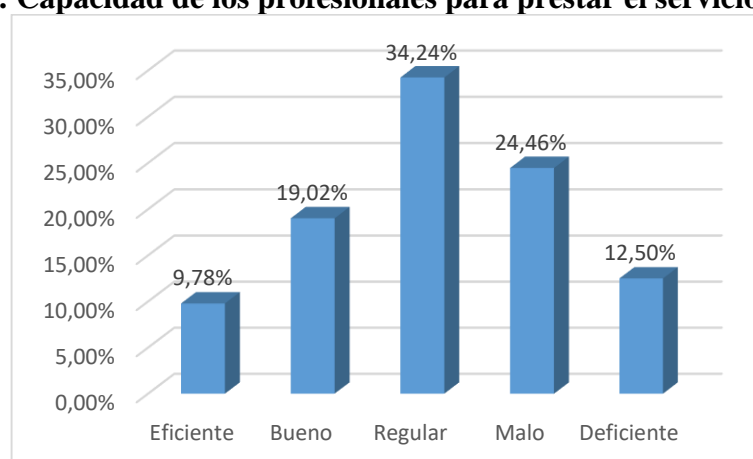
Tabla 2: Capacidad de los profesionales para prestar el servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Eficiente	18	9,78	9,78	10
Bueno	35	19,02	19,02	29
Regular	63	34,24	34,24	64
Malo	45	24,46	24,46	90
Deficiente	23	12,5	12,5	100,0
Total	184	100,0	100,0	

FUENTE: Encuesta aplicada a los usuarios

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

GRÁFICO 4: Capacidad de los profesionales para prestar el servicio



FUENTE: Tabla 2

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Podemos observar que en la primera pregunta en lo respecta a ¿Cómo considera la capacidad de los profesionales de la institución para prestar el servicio?, la mayoría de usuarios manifestaron en un 34,24% como regular, seguido de un 24,46% que es malo, un 19,02% consideran bueno, un 12,5% deficiente, y finalmente un 9,8% perciben como eficiente.

Declaración 2: ¿Cómo considera usted la limpieza de las instalaciones de la institución?

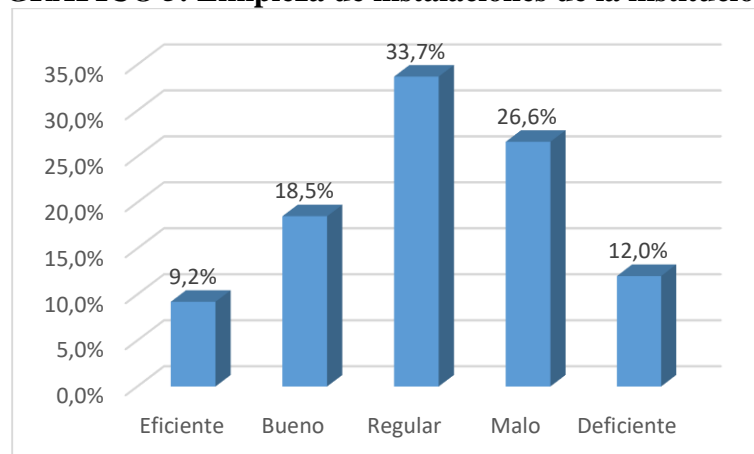
Tabla 3: Limpieza de instalaciones de la institución

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Eficiente	17	9,2	9,2	9,2
Bueno	34	18,5	18,5	27,7
Regular	62	33,7	33,7	61,4
Malo	49	26,6	26,6	88,0
Deficiente	22	12,0	12,0	100,0
Total	184	100,0	100,0	

FUENTE: Encuesta aplicada a los usuarios

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

GRÁFICO 5: Limpieza de instalaciones de la institución



FUENTE: Tabla 3

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

Análisis e interpretación:

En la gráfica refleja que el 33,70% respondió como regular la limpieza que se mantiene en la institución, el 26,63% considera que es malo, el 18,5% respondió como bueno, el

12% considera que es deficiente y finalmente el solo 9,24% considera eficiente la limpieza en la institución.

Declaración 3: ¿Cómo considera la seguridad dentro de las instalaciones de la institución?

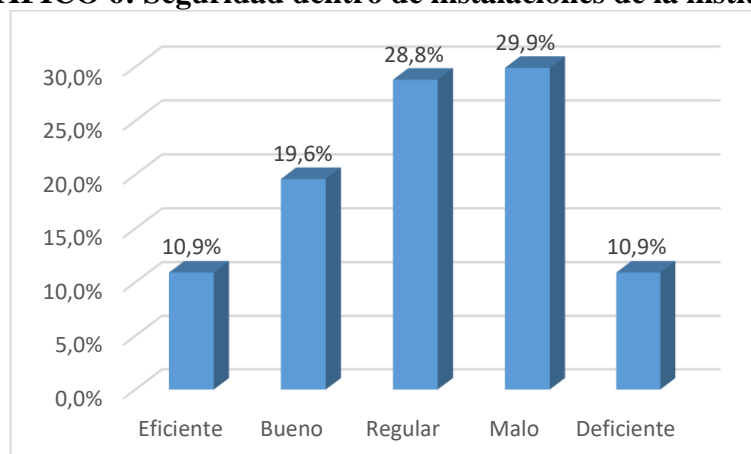
Tabla 4: Seguridad dentro de las instalaciones de la institución

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Eficiente	20	10,9	10,9	10,9
Bueno	36	19,6	19,6	30,4
Regular	53	28,8	28,8	59,2
Malo	55	29,9	29,9	89,1
Deficiente	20	10,9	10,9	100,0
Total	184	100,0	100,0	

FUENTE: Encuesta aplicada a los usuarios

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

GRÁFICO 6: Seguridad dentro de instalaciones de la institución



FUENTE: Tabla 4

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

Análisis e interpretación

En la presente grafica podemos observar que en cuanto a la seguridad que perciben los usuarios dentro de las instalaciones el 29,9% consideran malo, un 28,80% respondieron que es regular, un 19,6% bueno, 10,9% respondió como deficiente y de igual manera un 10,9% perciben como eficiente la seguridad que se mantiene dentro de las instalaciones.

Declaración 4: ¿Sus trámites y documentación son manejados de manera ordenada, para evitar confusiones?

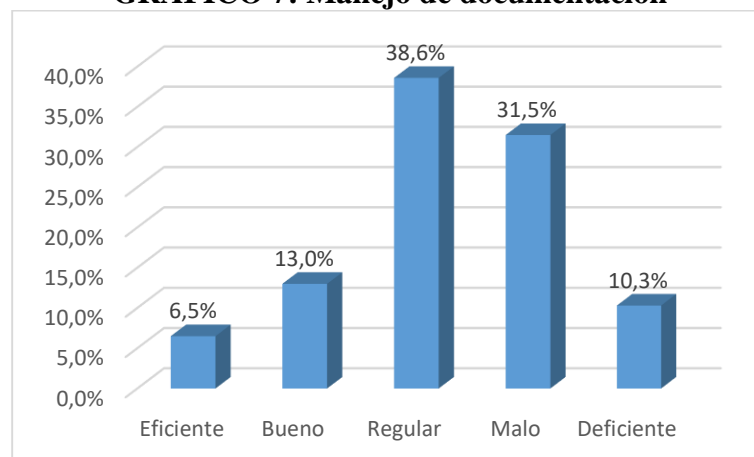
Tabla 5: Manejo de documentación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Eficiente	12	6,5	6,5	6,5
Bueno	24	13,0	13,0	19,6
Regular	71	38,6	38,6	58,2
Malo	58	31,5	31,5	89,7
Deficiente	19	10,3	10,3	100,0
Total	184	100,0	100,0	

FUENTE: Encuesta aplicada a los usuarios

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

GRÁFICO 7: Manejo de documentación



FUENTE: Tabla 5

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

Análisis e interpretación:

En la declaración: sus trámites y documentación son manejados de manera ordenada, para evitar confusiones, los clientes identificados como usuarios del servicio contestaron en un 38,59% como regular, el 31,52% respondieron que es malo, el 13,04% bueno, 10,33% manifiestan que es deficiente y tan solo un 6,52% están satisfechos con el servicio y consideran como eficiente.

2. DIMENSIÓN DE EMPATÍA

Declaración 5: ¿Cómo considera la cordialidad que le brinda el personal de la institución en la atención?

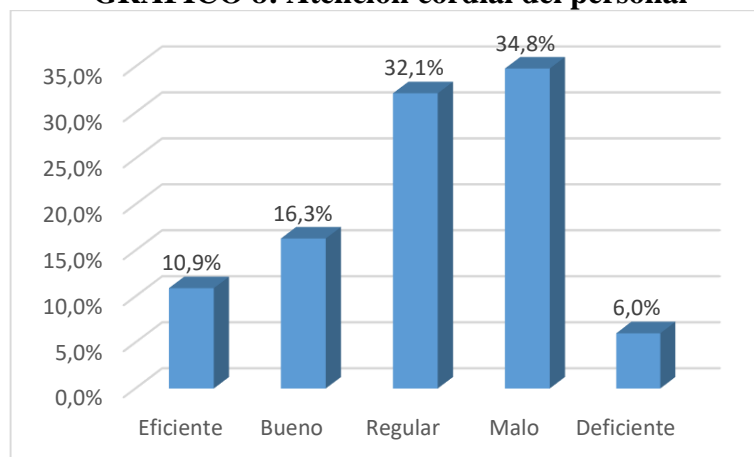
Tabla 6: Atención cordial del personal

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Eficiente	20	10,9	10,9	10,9
Bueno	30	16,3	16,3	27,2
Regular	59	32,1	32,1	59,2
Malo	64	34,8	34,8	94,0
Deficiente	11	6,0	6,0	100,0
Total	184	100,0	100,0	

FUENTE: Encuesta aplicada a los usuarios

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

GRÁFICO 8: Atención cordial del personal



FUENTE: Tabla 6

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

Análisis e interpretación:

En lo que respecta a si el personal de la institución le brinda una atención cordial, los usuarios respondieron en un 34,8% que es malo, 32,1% regular, un 16,30% lo consideran bueno, el 10,87% perciben como eficiente, y el 6% considera que es deficiente, por tal motivo que el nivel en cuanto a cordialidad en la atención es de insatisfacción de tal manera que se debe mejorar este aspecto para poder ofrecer calidad en el servicio.

Declaración 6: ¿La OTPRCH le brinda una atención individualizada?

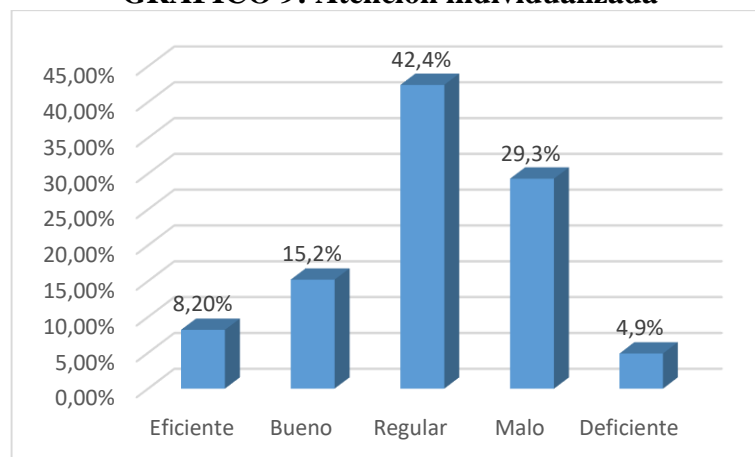
Tabla 7: Atención individualizada

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Eficiente	15	8,2	8,2	8,2
Bueno	28	15,2	15,2	23,4
Regular	78	42,4	42,4	65,8
Malo	54	29,3	29,3	95,1
Deficiente	9	4,9	4,9	100,0
Total	184	100,0	100,0	

FUENTE: Encuesta aplicada a los usuarios

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

GRÁFICO 9: Atención individualizada



FUENTE: Tabla 7

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

Análisis e interpretación:

El 42,4% considera que es regular la atención individualizada que presta el personal de la institución, seguido del 29,3% respondieron como mala, el 15,2% bueno, el 8,2% piensan que es eficiente, y el 4,9% respondieron como deficiente, por lo tanto, se puede observar que la atención personalizada es uno de los aspectos que más énfasis se debe poner para poder ofrecer un mejor servicio.

Declaración 7: ¿Existe disposición por parte del personal del Registro Civil de escuchar sus necesidades?

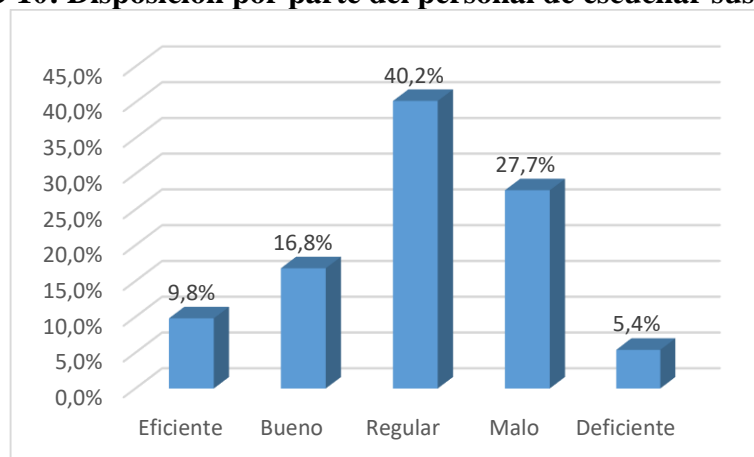
Tabla 8: Disposición por parte del personal de escuchar sus necesidades

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Eficiente	18	9,8	9,8	9,8
Bueno	31	16,8	16,8	26,6
Regular	74	40,2	40,2	66,8
Malo	51	27,7	27,7	94,6
Deficiente	10	5,4	5,4	100,0
Total	184	100,0	100,0	

FUENTE: Encuesta aplicada a los usuarios

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

GRÁFICO 10: Disposición por parte del personal de escuchar sus necesidades



FUENTE: Tabla 8

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

Análisis e interpretación:

En la gráfica podemos observar en relación a que si existe disposición por parte del personal del Registro Civil de escuchar sus necesidades los usuarios consideran en un 40,2% como regular, el 27,7% consideran malo, el 16,85% calificaron como bueno, el 9,8% piensan que es eficiente mientras que el 5,43% respondieron que es deficiente la disposición que tiene el personal de escuchar sus necesidades, por lo tanto, se puede observar que existe insatisfacción ya que la mayoría califico con 3 y 2 de acuerdo a la escala propuesta lo que nos permite identificar oportunidades de mejora en esta declaración.

Declaración 8: ¿Recibe una atención con calidez humana por parte del personal?

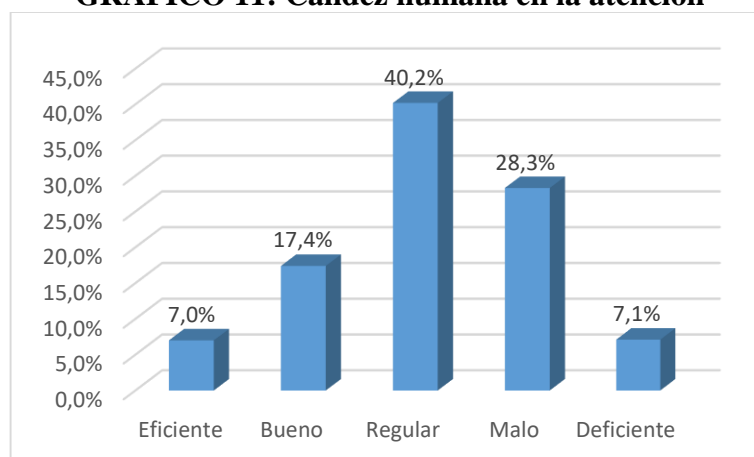
Tabla 9: Calidez humana en la atención

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Eficiente	13	7,1	7,1	7,1
Bueno	32	17,4	17,4	24,5
Regular	74	40,2	40,2	64,7
Malo	52	28,3	28,3	92,9
Deficiente	13	7,1	7,1	100,0
Total	184	100,0	100,0	

FUENTE: Encuesta aplicada a los usuarios

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

GRÁFICO 11: Calidez humana en la atención



FUENTE: Tabla 9

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

Análisis:

En la declaración recibe una atención con calidez humana por parte del personal, el 40.2% respondieron que es regular, el 28,3% consideran malo, el 17,39% bueno, el 7,0% eficiente, finalmente y de igual manera el 7,1% considera que es deficiente, de esta manera se puede determinar que la mayoría de encuestados respondieron entre regular y malo por tal motivo existe insatisfacción en la presente declaración sumándose a las demás variables que están siendo identificadas como debilidades en el servicio.

3. DIMENSIÓN DE TANGIBILIDAD

Declaración 9: ¿La infraestructura de la OTPRCH es adecuada para prestar el servicio?

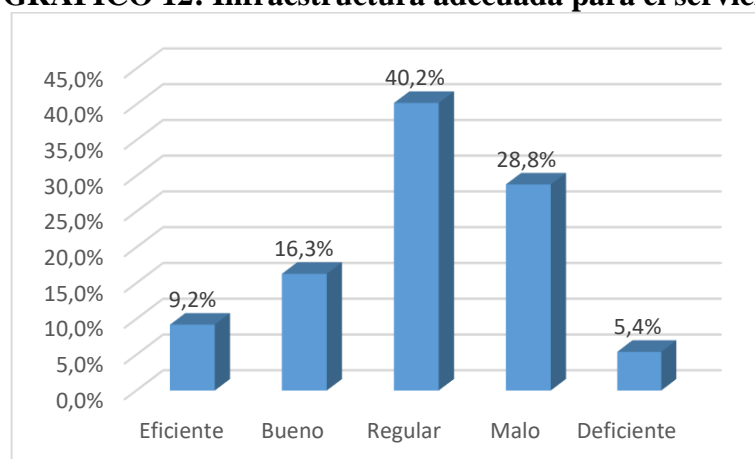
Tabla 10: Infraestructura adecuada para el servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Eficiente	17	9,2	9,2	9,2
Bueno	30	16,3	16,3	25,5
Regular	74	40,2	40,2	65,8
Malo	53	28,8	28,8	94,6
Deficiente	10	5,4	5,4	100,0
Total	184	100,0	100,0	

FUENTE: Encuesta aplicada a los usuarios

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

GRÁFICO 12: Infraestructura adecuada para el servicio



FUENTE: Tabla 10

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

Análisis e interpretación:

En lo que respecta a la infraestructura de la OTPRCH es adecuada para prestar el servicio, los usuarios respondieron en un 40,22% como regular, un 28,80% malo, 16,30% bueno, 9,24% consideran eficiente, y 5,43% respondieron que es deficiente, de esta manera se llega a la conclusión que los usuarios solicitan mejora en la infraestructura de la institución.

Declaración 10: ¿Cómo considera usted la comodidad que le brinda la institución en las salas de espera?

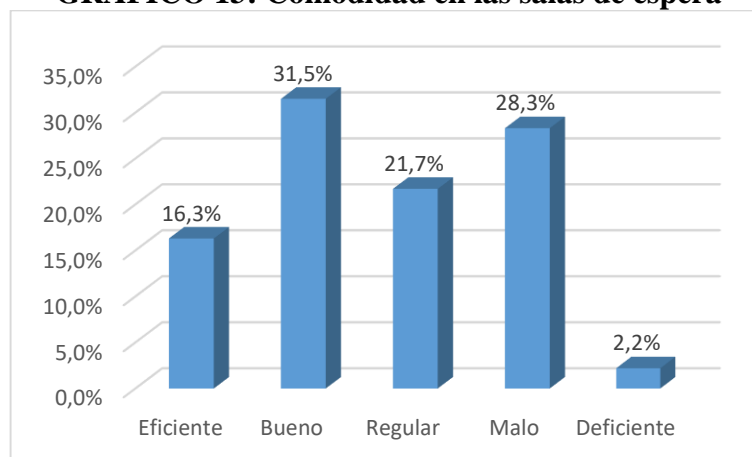
Tabla 11: Comodidad en las salas de espera

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Eficiente	30	16,3	16,3	16,3
Bueno	58	31,5	31,5	47,8
Regular	40	21,7	21,7	69,6
Malo	52	28,3	28,3	97,8
Deficiente	4	2,2	2,2	100,0
Total	184	100,0	100,0	

FUENTE: Encuesta aplicada a los usuarios

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

GRÁFICO 13: Comodidad en las salas de espera



FUENTE: Tabla 11

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

Análisis e interpretación:

En relación a la declaración: la OTPROCH le brinda comodidad en las salas de espera los usuarios consideran en un 31,52% que es bueno, el 28,26% malo, el 21,74% regular, el 16,30% eficiente, y el 2,17% que es deficiente, de tal manera que se debe priorizar en ofrecer mejoras en la sala de espera de la institución.

Declaración 11: ¿Cómo considera la señalética dentro de las instalaciones?

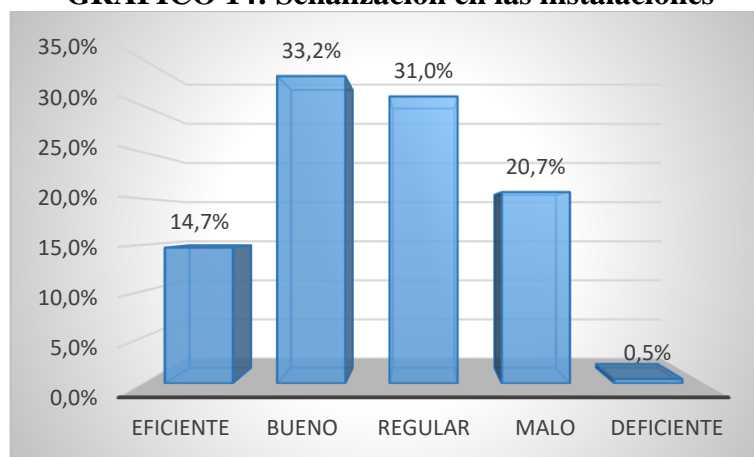
Tabla 12: Señalización en las instalaciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Eficiente	27	14,7	14,7	14,7
Bueno	61	33,2	33,2	47,8
Regular	57	31,0	31,0	78,8
Malo	38	20,7	20,7	99,5
Deficiente	1	,5	,5	100,0
Total	184	100,0	100,0	

FUENTE: Encuesta aplicada a los usuarios

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

GRÁFICO 14: Señalización en las instalaciones



FUENTE: Tabla 12

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

Análisis e interpretación:

Con respecto a la declaración: la OTPROCH cuenta con señalización en sus instalaciones, el 30,98% de los usuarios consideran regular, 33,15% respondieron que es bueno, el 20,65% como malo, 14,67% lo calificaron como eficiente, y el 0,54% como deficiente, por lo tanto, se puede deducir que del total de los encuestados la mayoría considera que la institución cuenta con una buena señalización.

Declaración 12: ¿El personal de la institución conserva una apariencia pulcra?

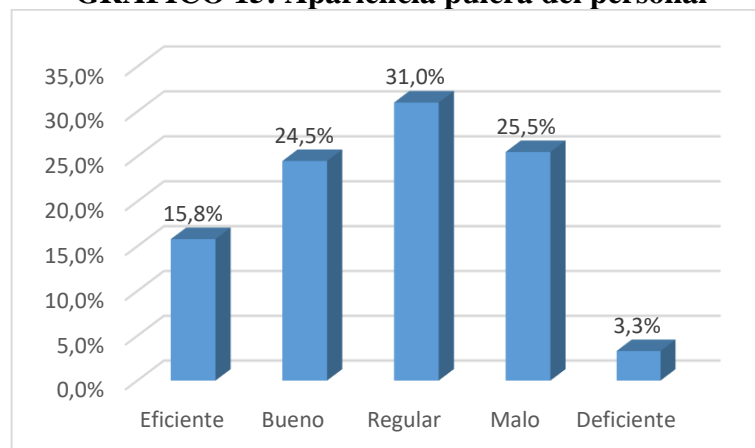
Tabla 13: Apariencia pulcra del personal

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Eficiente	29	15,8	15,8	15,8
Bueno	45	24,5	24,5	40,2
Regular	57	31,0	31,0	71,2
Malo	47	25,5	25,5	96,7
deficiente	6	3,3	3,3	100,0
Total	184	100,0	100,0	

FUENTE: Encuesta aplicada a los usuarios

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

GRÁFICO 15: Apariencia pulcra del personal



FUENTE: Tabla 13

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

Análisis e interpretación:

En cuanto a la declaración: el personal de la institución conserva una apariencia pulcra, los usuarios contestaron en un 30,98% como regular, 25,54% como malo, 24,46% consideran bueno, el 15,76% respondieron que es eficiente y el 3,26% contestaron que es deficiente, de esta manera se puede deducir que los usuarios toman muy en cuenta la apariencia del personal y las oficinas de la institución.

4. DIMENSIÓN DE CONFIABILIDAD

Declaración 13: ¿Los profesionales han realizado una atención adecuada y precisa en sus trámites?

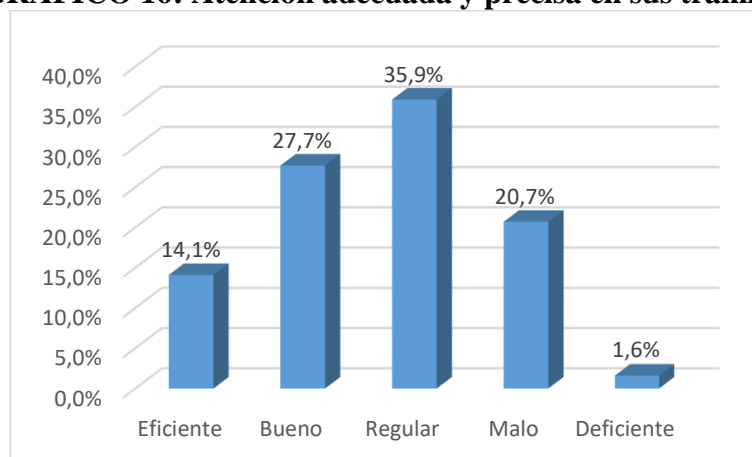
Tabla 14: Atención adecuada y precisa en sus trámites

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Eficiente	26	14,1	14,1	14,1
Bueno	51	27,7	27,7	41,8
Regular	66	35,9	35,9	77,7
Malo	38	20,7	20,7	98,4
Deficiente	3	1,6	1,6	100,0
Total	184	100,0	100,0	

FUENTE: Encuesta aplicada a los usuarios

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

GRÁFICO 16: Atención adecuada y precisa en sus trámites



FUENTE: Tabla 14

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

Análisis e interpretación:

En la presente declaración podemos observar que un 35,87% de los usuarios contestaron como regular la atención que brinda la institución, el 27,72% respondieron bueno, el 20,65% malo, el 14,13% eficiente, y finalmente solo el 1,63% que es deficiente, de esta manera se puede observar que la atención no es precisa por lo tanto se debe mejorar para poder brindar un servicio de excelencia a la comunidad.

Declaración 14: ¿El personal demuestra profesionalismo en la atención?

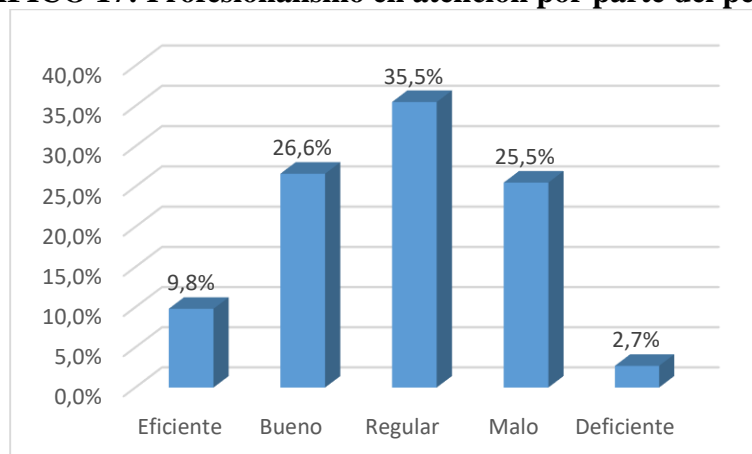
Tabla 15: Profesionalismo en atención por parte del personal

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Eficiente	18	9,8	9,8	9,8
Bueno	49	26,6	26,6	36,4
Regular	65	35,3	35,3	71,7
Malo	47	25,5	25,5	97,3
Deficiente	5	2,7	2,7	100,0
Total	184	100,0	100,0	

FUENTE: Encuesta aplicada a los usuarios

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

GRÁFICO 17: Profesionalismo en atención por parte del personal



FUENTE: Tabla 15

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

Análisis e interpretación:

En lo que respecta a la declaración: el personal demuestra profesionalismo para atenderle, el 35,5% de los encuestados respondieron como regular, el 26,63% consideran bueno, el 25,54% malo, el 9,78% contestaron eficiente, y el 2,72% declararon que es deficiente el profesionalismo que demuestran los trabajadores que brindan el servicio en la institución por lo tanto se debe procurar implementar estrategias que ayuden a brindar una mayor calidad en la atención a los usuarios demostrando profesionalismo y capacidad.

Declaración 15: ¿Los profesionales de la institución demuestran una verdadera vocación de servicio?

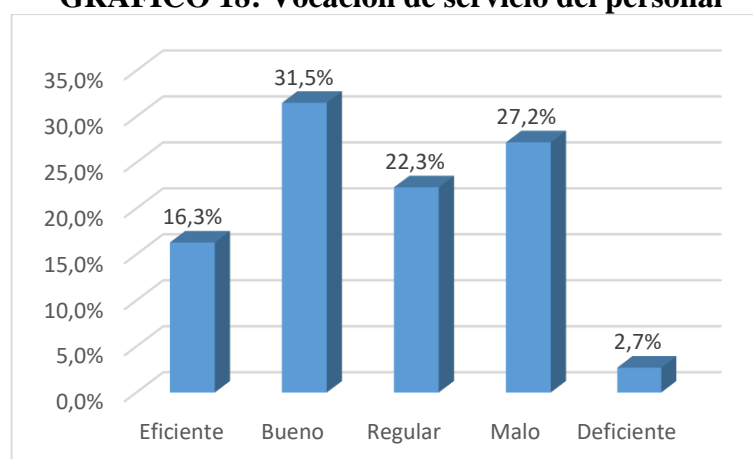
Tabla 16: Vocación de servicio del personal

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Eficiente	30	16,3	16,3	16,3
Bueno	58	31,5	31,5	47,8
Regular	41	22,3	22,3	70,1
Malo	50	27,2	27,2	97,3
Deficiente	5	2,7	2,7	100,0
Total	184	100,0	100,0	

FUENTE: Encuesta aplicada a los usuarios

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

GRÁFICO 18: Vocación de servicio del personal



FUENTE: Tabla 16

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

Análisis e interpretación:

En el presente gráfico podemos observar que el 31,5% de los encuestados consideran bueno la vocación que tiene el personal por el servicio, seguido del 27,2% que consideran malo, el 22,3% regular, el 16,3% eficiente y el 2,7% deficiente, por lo tanto, se puede decir que las opiniones de los usuarios están divididas esto quiere decir que en la institución no todos los empleados que tienen contacto con el cliente demuestran una verdadera vocación por el servicio siendo una de las principales causas para generar malestar en los usuarios.

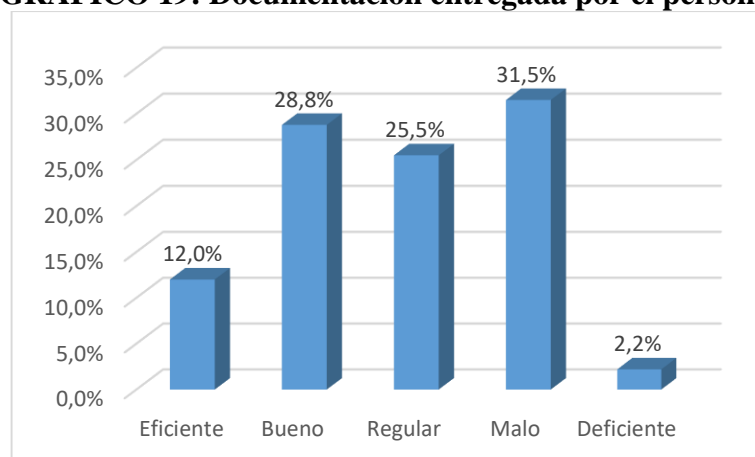
Declaración 16: ¿Los documentos que se le han entregado han sido los solicitados por usted?

Tabla 17: Documentación entregada por el personal

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Eficiente	22	12,0	12,0	12,0
Bueno	53	28,8	28,8	40,8
Regular	47	25,5	25,5	66,3
Malo	58	31,5	31,5	97,8
Deficiente	4	2,2	2,2	100,0
Total	184	100,0	100,0	

FUENTE: Encuesta aplicada a los usuarios
ELABORADO POR: Jorge Ramírez

GRÁFICO 19: Documentación entregada por el personal



FUENTE: Tabla 17
ELABORADO POR: Jorge Ramírez

Análisis e interpretación:

En cuanto a la documentación entregada por el personal de servicio el 31,52% considera malo, el 28,80% bueno, 25,54% regular, el 11,96% respondieron que es eficiente y finalmente el 2,17% declararon que es deficiente, por tal motivo se considera que se debe implementar mejoras en el manejo de la documentación para todo el personal de la institución.

5. DIMENSIÓN DE CAPACIDAD DE RESPUESTA

Declaración 17: ¿La atención prestada es ágil y oportuna?

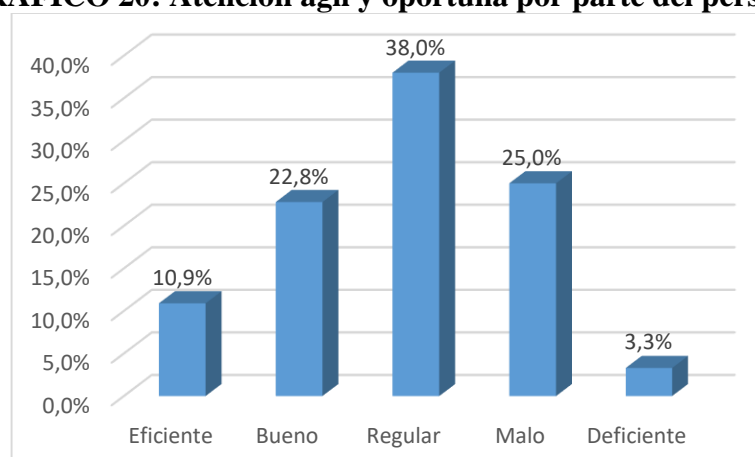
Tabla 18: Atención ágil y oportuna por parte del personal

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Eficiente	20	10,9	10,9	10,9
Bueno	42	22,8	22,8	33,7
Regular	70	38,0	38,0	71,7
Malo	46	25,0	25,0	96,7
Deficiente	6	3,3	3,3	100,0
Total	184	100,0	100,0	

FUENTE: Encuesta aplicada a los usuarios

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

GRÁFICO 20: Atención ágil y oportuna por parte del personal



FUENTE: Tabla 18

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

Análisis e interpretación:

En cuanto a la declaración: la atención prestada es ágil y oportuna, los usuarios respondieron en un 38% como regular, el 25% considera mala, el 22,83% bueno, el 10,87% declararon que es eficiente, y el 3,26% que es deficiente, por lo tanto, se puede deducir que las opiniones de la mayoría de encuestados consideran que esta declaración se encuentra en un nivel medio entre regular y malo.

Declaración 18: ¿El personal demuestra predisposición para atenderle?

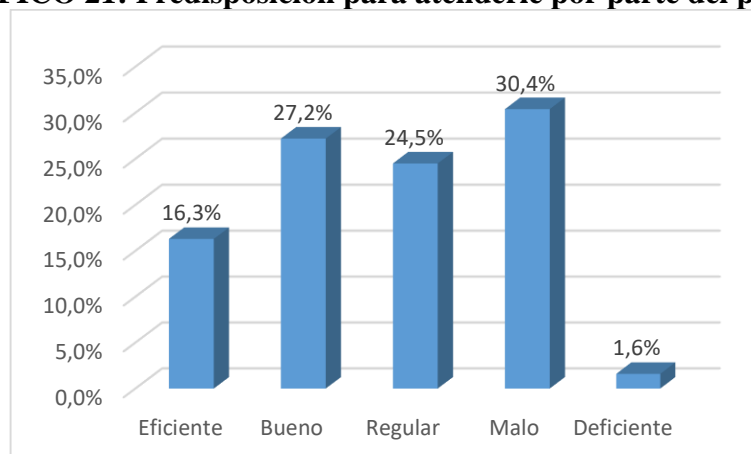
Tabla 19: Predisposición para atender por parte del personal

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Eficiente	30	16,3	16,3	16,3
Bueno	50	27,2	27,2	43,5
Regular	45	24,5	24,5	67,9
Malo	56	30,4	30,4	98,4
Deficiente	3	1,6	1,6	100,0
Total	184	100,0	100,0	

FUENTE: Encuesta aplicada a los usuarios

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

GRÁFICO 21: Predisposición para atenderle por parte del personal



FUENTE: Tabla 19

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

Análisis e interpretación:

En el presente gráfico podemos observar que la mayoría de encuestados respondieron que es mala la predisposición que demuestran los empleados en la atención, seguido, el 27,20% que consideran que es bueno, 24,46% regular, el 16,30% declaran que es eficiente y finalmente 1,63% indican que es ineficiente, por tal motivo se puede deducir que las opiniones están divididas, por lo tanto lo que significa que se debe procurar capacitar al personal con la finalidad de mejorar esta declaración.

Declaración 19: ¿Los profesionales están dispuestos a contestar todas sus interrogantes?

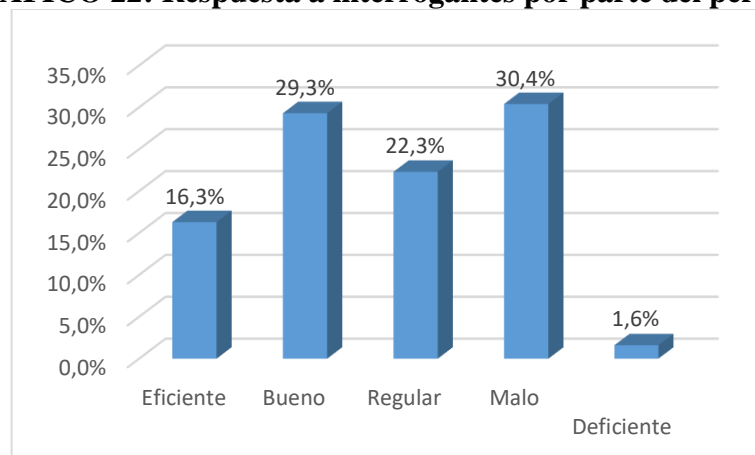
Tabla 20: Respuesta a interrogantes por parte del personal

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Eficiente	30	16,3	16,3	16,3
Bueno	54	29,3	29,3	45,7
Regular	41	22,3	22,3	67,9
Malo	56	30,4	30,4	98,4
Deficiente	3	1,6	1,6	100,0
Total	184	100,0	100,0	

FUENTE: Encuesta aplicada a los usuarios

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

GRÁFICO 22: Respuesta a interrogantes por parte del personal



FUENTE: Tabla 20

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

Análisis e interpretación:

En cuanto a la declaración: los profesionales están dispuestos a contestar todas sus interrogantes, el 30,43% consideran malo, el 29,35% bueno, el 22,28% regular, el 16,30% contestaron que es eficiente, y como último el 1,63% declaran como deficiente, por lo tanto el nivel de la presente declaraciones e encuentre en un nivel de entre 2 y 3 según la escala propuesta lo que quiere decir que no existe una adecuada respuesta a las interrogantes y dudas de los usuarios.

Declaración 20: ¿El horario de atención cumple con sus expectativas?

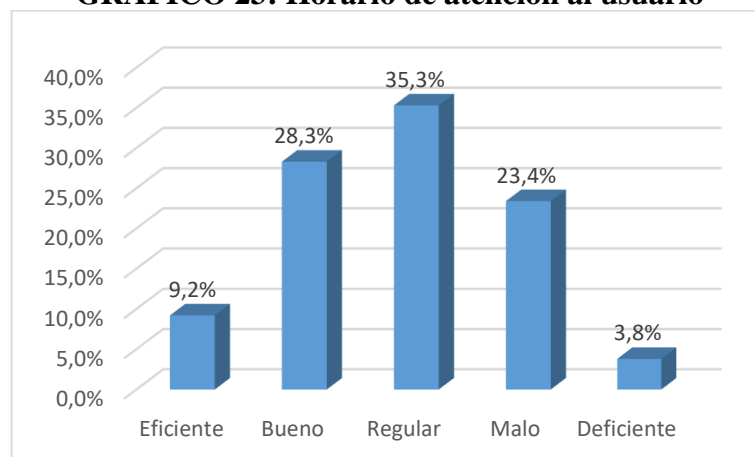
Tabla 21: Horario de atención al usuario

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Eficiente	17	9,2	9,2	9,2
Bueno	52	28,3	28,3	37,5
Regular	65	35,3	35,3	72,8
Malo	43	23,4	23,4	96,2
Deficiente	7	3,8	3,8	100,0
Total	184	100,0	100,0	

FUENTE: Encuesta aplicada a los usuarios

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

GRÁFICO 23: Horario de atención al usuario



FUENTE: Tabla 21

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

Análisis e interpretación:

En cuanto a la declaración: el horario de atención cumple con sus expectativas, los usuarios respondieron que un 35.3% considera regular, 28.3% bueno, 23,4% malo, un 9,2% considera que es eficiente, y un 3.8% respondió que es deficiente, de esta manera se puede observar que la mayoría de encuestados tienen una aceptación con el horario de atención que brinda la institución.

ENTREVISTA

¿La institución cuenta con un modelo de calidad de servicio?

Actualmente la institución no cuenta con un modelo de la calidad de servicio, pero se está planificando desarrollar una guía mediante la cual se pueda conocer las diferentes necesidades de los usuarios y poder atender todas las inquietudes que se detecten.

¿Qué acciones se realiza para mejorar el servicio?

Existe una supervisión por una persona encargada de controlar la atención al usuario y tomar las medidas correspondientes.

¿Qué mecanismos utilizan para conocer los niveles de satisfacción?

La institución cuenta con un buzón de sugerencias que está situada en la entrada por medio de la cual se puede conocer las inquietudes de los usuarios.

¿Cómo evalúan el desempeño profesional de sus trabajadores?

La evaluación de desempeño se lo realiza mediante encuestas dirigidas a los jefes departamentales en la misma que se conoce todas las deficiencias del personal a su cargo y las acciones a tomar.

CONCLUSIONES:

- Como es lógico, en la relación entre el personal que atiende y el usuario un aspecto clave lo constituyen los aspectos comunicativos, brindar una atención cordial significa trabajo comunicativo en la prestación de los servicios y se hace referencia a las principales dificultades que en este sentido se han detectado a partir de la encuesta realizada, la mejora en la comunicación entre el personal que atiende y la persona que recibe el servicio es una condición indispensable para poder mejorar la calidad del servicio que se entrega.
- La atención orientada al usuario incluye la comprensión, empoderamiento y respeto a su autonomía, opinión, capacidad de acción y participación en la toma de decisiones.
- La atención individualizada se traduce en la manera de enfocar la prestación de servicios en la que se considera a los usuarios los verdaderos protagonistas de la

atención pública, de manera que reciben aquello que esperan conseguir, comprendiendo cada una de sus necesidades de esta manera generar acciones concretas para poder solucionar sus problemas.

- La importancia de saber escuchar a nuestros clientes radica en que ello nos brindará información útil para nuestra empresa o negocio, que nos permitirá diseñar estrategias de marketing más efectivas, saber en qué debemos mejorar o qué debemos cambiar.
- Siempre que nos sea posible debemos prestar atención, tratar de descifrar o averiguar qué es lo que realmente los usuarios esperan recibir.
- Un entendimiento profundo de cuáles son esas necesidades y como cubrirlas puede conseguirse a través de un mecanismo muy sencillo. Tan solo tenemos que aprender a escuchar bien a nuestros usuarios.
- La calidez abre las puertas a la calidad, el personal del Registro Civil debe brindar una atención enfocada en lo humanístico, es decir ver a las personas desde un punto de vista más humano, la amabilidad el buen trato, una sonrisa puede ser un aspecto relevante a la hora de que el cliente perciba el servicio, entonces es necesario para las instituciones públicas brindar calidez humana, que no sea sólo para ser simpáticos frente a los clientes, sino para abrir las puertas a resolver sus problemas, a satisfacer sus necesidades. Este es el verdadero servicio, el que busca hacer un bien a la otra persona, resolviendo sus problemas o satisfaciendo una necesidad, no solo haciéndola sentir bien.
- La importancia del ambiente físico radica en el ánimo, seguridad y comodidad de los usuarios. Las instalaciones deben atender los requerimientos de los usuarios garantizando la accesibilidad, un ambiente agradable durante su permanencia, espacio suficiente de todos sus ambientes con la finalidad de que el proceso de prestación del servicio se desarrolle de forma eficiente.
- La sala de espera de cualquier negocio, es la carta de presentación, cuando una persona entra en ella, debe darse cuenta enseguida cual es el giro de la empresa, es por ello que es tan importante la decoración y el mobiliario de la misma. La sala de espera debe contar con un mobiliario cómodo, que se adapte a su cuerpo y ergonómico, pero tampoco que los invite a dormir, debe estar cerca del lugar donde se va recibir el servicio y tener la capacidad suficiente para poder cubrir con la cantidad de personas que concurren a diario al lugar, también se debe mantener limpia y en orden para de esta manera poder ofrecer un servicio de calidad.

- La señalética en las instalaciones son un aspecto muy importante para los usuarios ya sirve de guía y brinda seguridad y orden a la hora de entrar a la institución.
- La señalización es una herramienta extremadamente útil y puede evitar accidentes, pero esta debe formar parte de un plan de prevención y debe ser debidamente acompañada por otras formas y herramientas de prevención de accidentes.
- La correcta utilización de esta técnica de comunicación garantiza una mejor y más rápida accesibilidad a los distintos lugares y servicios que ofrece la Oficina Técnica Provincial de Registro Civil de Chimborazo.
- La apariencia pulcra y adecuada de los uniformes tiene el beneficio indirecto de contribuir al orgullo y la moral de los empleados y transmite una buena imagen a las personas que reciben el servicio de tal manera que es muy importante el cuidado personal y el correcto uso de los uniformes ya que de esta manera se transmite la imagen no solo personal sino de toda la empresa.
- La limpieza está asociada de manera directa con la imagen de las instituciones, es una condición indispensable para garantizar una atención de calidad a los usuarios debido a la gran afluencia que existe todos los días. En tal virtud, los servicios de mantenimiento de las instalaciones de la institución son fundamentales, por lo tanto, esta actividad debe realizarse de manera regular y profesional brindando todos los artículos necesarios para el aseo personal de los clientes.
- La limpieza en las empresas y organizaciones es un factor cada vez más valorado, especialmente a raíz del incremento de la cultura sanitaria en el entorno empresarial. El objetivo no es otro que la eliminación de la suciedad orgánica e inorgánica que se encuentra adherida a las superficies (teclados, mesas, superficies de trabajo, etc.) para mantener un entorno de trabajo saludable aportando bienestar a las personas que allí trabajan y las que concurren a recibir el servicio. Es conveniente que la institución cuente con un Plan de Limpieza establecido con las diferentes acciones a realizar y con las áreas de la compañía en las que se desarrollará.
- La seguridad hace referencia a la seguridad que existe en el local y que, por tanto, se le da al cliente al momento de brindar un servicio en la institución. Se da, cuando se cuenta con suficiente personal de seguridad, cuando se tienen claramente marcadas las zonas de seguridad, cuando se tienen claramente señalizadas las vías de escape, cuando se cuenta con botiquines médicos, por lo tanto, se debe tener en cuenta todos estos aspectos para poder brindar una adecuada seguridad a los usuarios que

garanticen que ante cualquier imprevisto se cuente con un plan de contingencia adecuado.

- Brindar una atención adecuada y precisa significa brindar una atención de calidad, brindar una buena atención significa satisfacer las necesidades del cliente llenando sus expectativas y entregando un valor agregado al servicio, aspecto fundamental para que el cliente se lleve la mejor imagen de nuestra institución.
- Ser profesional implica muchos aspectos muy importantes como compromiso, actitud positiva, tener la mente abierta, beneficios y sobre todo conocimiento de las tareas que realiza, los profesionales deben entregar un servicio de calidad priorizando la satisfacción de los clientes por encima de la suya, por tal motivo el personal de servicio debe ser capaz de tener un eficiente manejo y una respuesta oportuna para resolver quejas e inquietudes.
- Una acepción de la palabra Vocación es que con ella se expresa inclinación, afición, propensión, y en el caso de Servicio se quiere significar ayuda, favor, gracia o beneficio, la conjunción de ambos conceptos constituye una aptitud inherente al hombre y que pueden ser exteriorizadas o no, y solo en el primer caso esa Vocación de servicio implicaría la utilización de nuestra capacidad, esfuerzo e inteligencia para poner en evidencia esa propensión a ayudar a otros.
- Entregar una documentación adecuada a los usuarios es muy importante en el proceso de mejora de la calidad de servicio ya que si esto se da la manera más adecuada significa que todos los procesos posteriores a la entrega están marchando de una manera óptima por lo tanto se debe procurar mejorar de manera general abarcando a todo el personal que es participe de una u otra manera en dichos tramites.
- La gestión del tiempo es un factor clave en la satisfacción de los usuarios, procurar administrar bien el tiempo y brindar una atención rápida es un satisfactor muy importante para los usuarios que acuden a instalaciones que generalmente están llenas.
- Aprender a decir no a tareas que no son importantes o que pueden realizar otras personas. Eliminar la posibilidad de que nos puedan importunar con visitas no previstas o reuniones mal planificadas, con hora de inicio, pero sin hora de salida.
- La cultura occidental entiende el tiempo en sentido lineal, finito, valioso y fijo. (Cladellas, La ausencia de gestión de tiempo como factor de riesgo psicosocial en el trabajo, 2009)

- Tener predisposición es una disposición natural, no forzada, a atender, ayudar, servir al cliente de forma entregada y con dignidad. Significa no sentirse menospreciado por responder a las peticiones o, incluso, exigencias, de los clientes. No implica servilismo, más bien, una motivación estrictamente profesional con objetivos claros: la satisfacción de los clientes y el beneficio de la institución.
- Gracias a esta cualidad te sentirás cómodo agradeciendo la visita y sugerencias de un cliente que hace una reclamación injustificada, o alargando tu horario laboral para buscar un producto o solución en respuesta a un cliente exigente. (Clientelandiaword.pres, 2013)
- Contestar todas las interrogantes es un aspecto que se debe estudiar con mayor detenimiento esto comprende entender al cliente tener una buena comunicación y saber manejar la información adecuada para poder responder a las interrogantes que puedan tener los usuarios.
- La comunicación efectiva en su relacionamiento con los otros debe identificar y analizar el contexto, la situación y su interlocutor, de manera de encontrar el estilo de comunicación y las actitudes que mejor se adapten al logro de sus objetivos en este caso la respuesta a las interrogantes.
- El valor de la puntualidad es la disciplina de estar a tiempo para cumplir nuestras obligaciones: una cita del trabajo, una reunión de amigos, un compromiso de la oficina, un trabajo pendiente por entregar, en las instituciones públicas es de mucha importancia cumplir con los horarios previstos ya que de esta manera se proyecta la falta o la capacidad de la institución para organizarse.

3.5.2 Análisis general de la encuesta realizada a los usuarios de la Oficina Técnica Provincial de Registro Civil de Chimborazo

Tabla 22: Frecuencia acumulada

Ord	INDICADOR	5	4	3	2	1	Promedio
SEGURIDAD							
1	Cómo considera la capacidad de los profesionales de la institución para prestar el servicio.	90	140	189	90	23	2,89
2	Cómo considera usted la limpieza de las instalaciones de la institución.	85	136	186	98	22	2,86

3	Cómo considera la seguridad dentro de las instalaciones de la institución.	100	144	159	110	20	2,90
4	Sus trámites y documentación son manejados de manera ordenada, para evitar confusiones.	60	96	213	116	19	2,74
	Total	335	516	747	414	84	2,85
EMPATÍA							
5	Cómo considera la cordialidad que le brinda el personal de la institución en la atención.	100	120	177	120	11	2,91
6	La OTPRCH le brinda una atención individualizada	75	112	234	108	9	2,92
7	Existe disposición por parte del personal del Registro Civil de escuchar sus necesidades	90	124	222	102	10	2,98
8	Recibe una atención con calidez humana por parte del personal.	65	128	222	104	13	2,89
	Total	330	484	855	434	43	2,93
TANGIBILIDAD							
9	La infraestructura de la OTPRCH es adecuada para prestar el servicio	85	120	222	106	10	2,95
10	Cómo considera usted la comodidad que le brinda la institución en las salas de espera.	150	232	120	104	4	3,32
11	Cómo considera la señalética dentro de las instalaciones.	135	244	171	76	1	3,41
12	El personal de la institución conserva una apariencia pulcra.	145	180	171	94	6	3,24
	Total	515	776	684	380	21	3,23
CONFIABILIDAD							
13	Los profesionales han realizado una atención adecuada y precisa en sus trámites.	130	204	198	76	3	3,32
14	El personal demuestra profesionalismo en la atención	90	196	195	94	5	3,15
15	Los profesionales de la institución tienen una verdadera vocación de servicio.	150	232	123	100	5	3,32
16	Los documentos que se le han entregado han sido los solicitados por usted	110	212	141	116	4	3,17
	Total	480	844	657	386	17	3,24
CAPACIDAD DE RESPUESTA							
17	La atención prestada es ágil y oportuna	100	168	210	92	6	3,13

18	El personal demuestra predisposición para atenderle	150	200	135	112	3	3,26
19	Los profesionales están dispuestos a contestar todas sus interrogantes.	150	216	124	112	3	3,28
20	El horario de atención cumple con sus expectativas	85	208	195	86	7	3,16
	Total	485	792	664	402	19	3,09

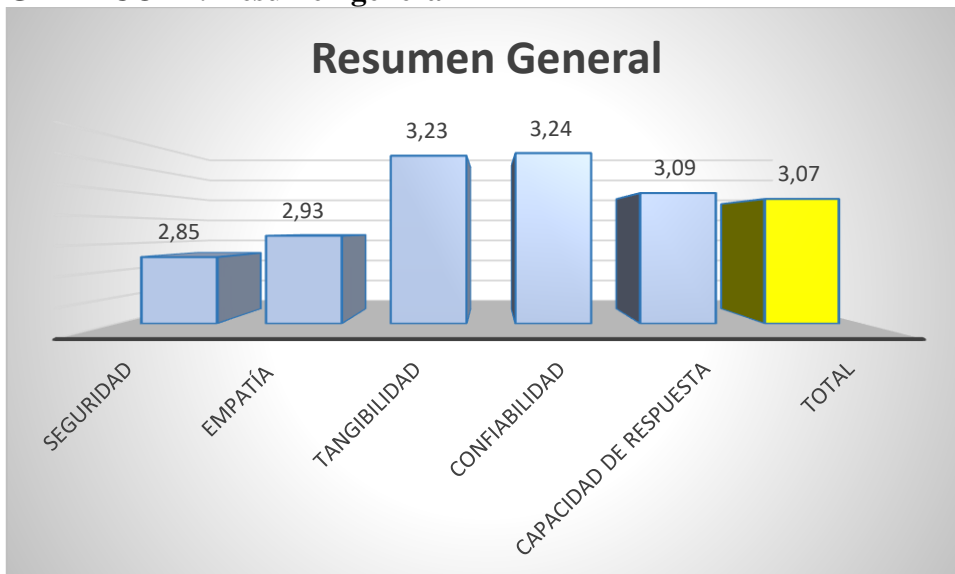
FUENTE: Encuestas realizadas
 ELABORADO POR: Jorge Ramírez

Tabla 23: Resumen General Dimensiones

DIMENSIONES	
Seguridad	2,85
Empatía	2,93
Tangibilidad	3,23
Confiabilidad	3,24
Capacidad de respuesta	3,09
Total	3,07

FUENTE: Encuestas realizadas
 ELABORADO POR: Jorge Ramírez

GRÁFICO 24: Resumen general



FUENTE: Tabla 23
 ELABORADO POR: Jorge Ramírez

Una vez analizado de manera general las diferentes dimensiones de la calidad que fueron motivo de estudio se llega a la conclusión que el nivel de satisfacción general se encuentra en regular, además las dimensiones que más bajo nivel presentan son la dimensión de seguridad con 2.85 y la de dimensión de empatía con 2.93, de esta manera se procederá a definir las diferentes acciones que nos permitan mejorar la calidad del servicio que ofrece la institución.

3.6 COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Para la comprobación de la hipótesis se elabora una nueva matriz, en donde la relación de las variables se da por las dimensiones de estudio obteniendo el siguiente análisis:

Tabla 24: Relación de variables

CATEGORIAS	INTERPRETACIÓN
Eficiente	Satisfacción
Bueno	
Regular	Insatisfacción
Malo	
Deficiente	

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

Las respuestas Siempre y Casi siempre son consideradas como un nivel de SATISFACCIÓN en cuanto a la percepción de la calidad del servicio, mientras que Esporádicamente, Casi nunca y Nunca como un nivel de INSATISFACCIÓN en cuanto a la percepción de la calidad del servicio de los usuarios de la Oficina Técnica Provincial de Registro Civil de Chimborazo.

Hipótesis

Más del 50% de los usuarios no están satisfechos el servicio que ofrecido por Oficina Técnica Provincial de Registro Civil.

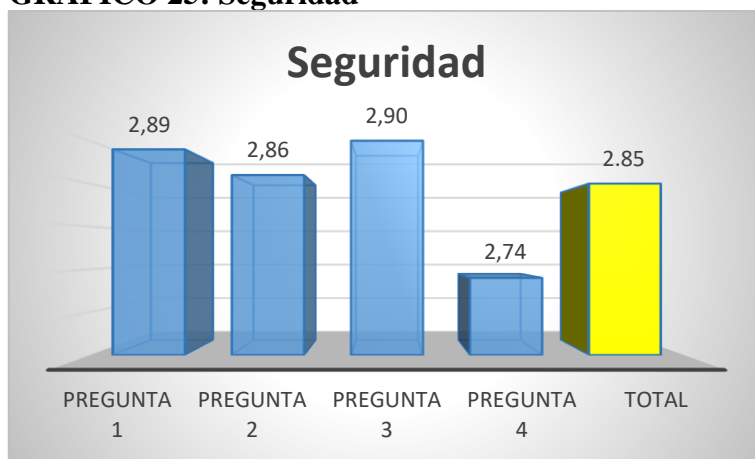
Tabla 25: Resumen de declaración de Seguridad

Ord	DIMENSION	5	4	3	2	1	Promedio
SEGURIDAD							
1	Cómo considera la capacidad de los profesionales de la institución para prestar el servicio.	90	140	189	90	23	2,89

2	Cómo considera usted la limpieza de las instalaciones de la institución	85	136	186	98	22	2,86
3	Cómo considera la seguridad dentro de las instalaciones de la institución	100	144	159	110	20	2,90
4	Sus trámites y documentación son manejados de manera ordenada, para evitar confusiones.	60	96	213	116	19	2,74
Total		335	516	747	414	84	2,85

FUENTE: Encuestas realizadas
 ELABORADO POR: Jorge Ramírez

GRÁFICO 25: Seguridad



FUENTE: Tabla 25
 ELABORADO POR: Jorge Ramírez

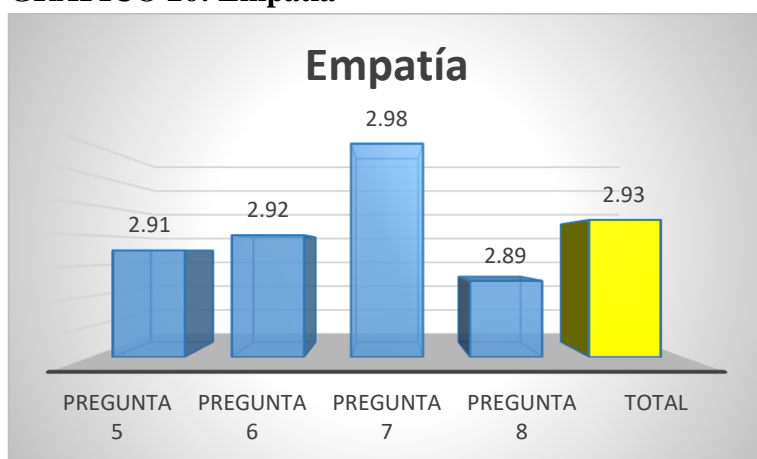
Podemos observar que en lo que respecta a la dimensión de seguridad el nivel de satisfacción se encuentra en 2.85 que significa un servicio malo de acuerdo a la escala. Por lo tanto, según la matriz planteada esta demuestra insatisfacción en la presente dimensión.

Tabla 26: Resumen de declaración de Empatía

EMPATÍA							
5	Cómo considera la cordialidad que le brinda el personal de la institución en la atención	100	120	177	120	11	2,91
6	La OTPRCH le brinda una atención individualizada	75	112	234	108	9	2,92
7	Existe disposición por parte del personal del Registro Civil de escuchar sus necesidades	90	124	222	102	10	2,98
8	Recibe una atención con calidez humana por parte del personal.	65	128	222	104	13	2,89
Total		330	484	855	434	43	2,93

FUENTE: Encuestas realizadas

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

GRÁFICO 26: Empatía

FUENTE: Cuadro 3.6.2

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

En cuanto a la dimensión de empatía el nivel de satisfacción de los usuarios se encuentra en 2.93, (malo), de acuerdo a la relación de variables expuesta la misma que se traduce en insatisfacción tomando en cuenta la matriz de relación, por tal motivo es susceptible a aplicar mejores para poder garantizar un servicio de excelencia a la comunidad.

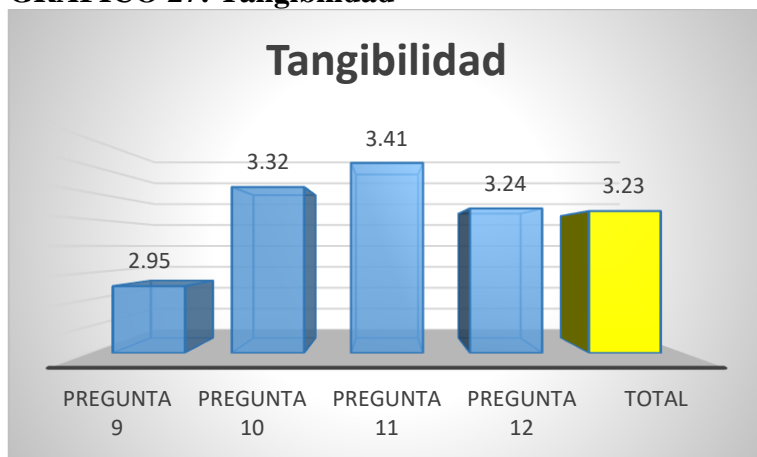
Tabla 27: Declaración de Tangibilidad

TANGIBILIDAD							
9	La infraestructura de la OTPRCH es adecuada para prestar el servicio	85	120	222	106	10	2,95
10	Cómo considera usted la comodidad que le brinda la institución en las salas de espera	150	232	120	104	4	3,32

11	Cómo considera la señalética dentro de las instalaciones	135	244	171	76	1	3,41
12	El personal de la institución conserva una apariencia pulcra.	145	180	171	94	6	3,24
Total		515	776	684	380	21	3,23

FUENTE: Encuestas realizadas
ELABORADO POR: Jorge Ramírez

GRÁFICO 27: Tangibilidad



FUENTE: Tabla 27
ELABORADO POR: Jorge Ramírez

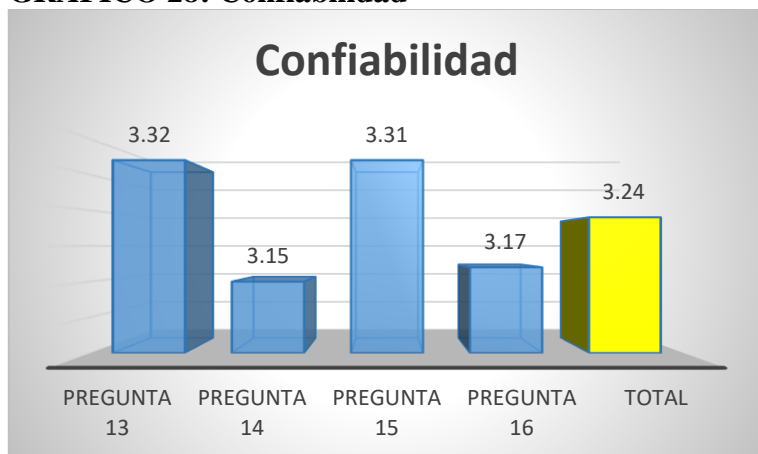
En la dimensión Tangibilidad el promedio general se encuentra en 3.23 de acuerdo a la escala significa regular lo cual está dentro del rango de insatisfacción.

Tabla 28: Declaración de Confiabilidad

CONFIABILIDAD							
13	Los profesionales han realizado una atención adecuada y precisa en sus trámites.	130	204	198	76	3	3,32
14	El personal demuestra profesionalismo en la atención.	90	196	195	94	5	3,15
15	Los profesionales de la institución tienen una verdadera vocación de servicio.	150	232	123	100	5	3,31
16	Los documentos que se le han entregado han sido los solicitados por usted.	110	212	141	116	4	3,17
Total		480	844	657	386	17	3,24

FUENTE: Encuestas realizadas
ELABORADO POR: Jorge Ramírez

GRÁFICO 28: Confiabilidad



FUENTE: Tabla 28

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

En esta dimensión se puede identificar que los usuarios no están satisfechos ya que el promedio general es de 3.24 que se traduce en regular y está dentro del rango de insatisfacción.

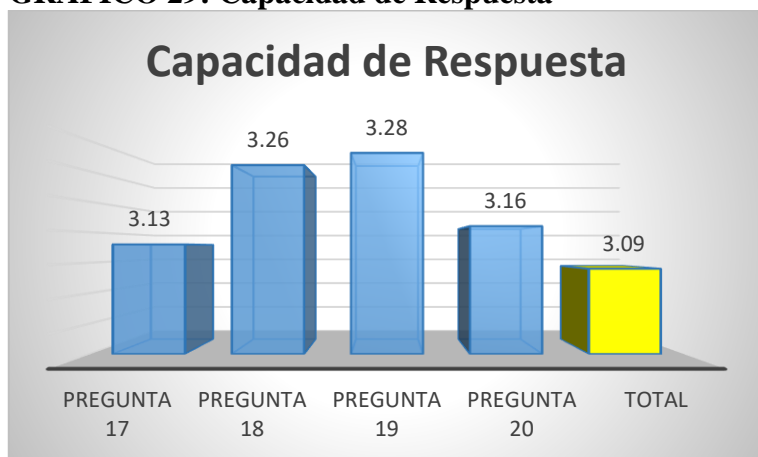
Tabla 29: Dimensión de Capacidad de Respuesta

CAPACIDAD DE RESPUESTA							
17	La atención prestada es ágil y oportuna	100	168	210	92	6	3,13
18	El personal demuestra predisposición para atenderle	150	200	135	112	3	3,26
19	Los profesionales están dispuestos a contestar todas sus interrogantes.	150	216	124	112	3	3,28
20	El horario de atención cumple con sus expectativas	85	208	195	86	7	3,16
Total		485	792	664	402	19	3,09

FUENTE: Encuestas realizadas

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

GRÁFICO 29: Capacidad de Respuesta



FUENTE: Tabla 29

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

De acuerdo a las respuestas de los usuarios esta dimensión se encuentra en un nivel de insatisfacción ya que el promedio general es de 3.09 que significa regular y que se traduce directamente en insatisfacción.

Resumen General Dimensiones

DIMENSIONES	
Seguridad	2,85
Empatía	2,93
Tangibilidad	3,23
Confiabilidad	3,24
Capacidad de respuesta	3,09
Total	3,07

FUENTE: Encuesta realizada

ELABORADO POR: Jorge Ramírez

Como se puede evidenciar y de acuerdo a la relación de las variables planteadas en la matriz más del 50% de los usuarios no están satisfechos con el servicio que ofrece la Oficina Técnica Provincial de Registro Civil de Chimborazo de esta manera queda comprobada la hipótesis planteada.

CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 TITULO

PROPUESTAS DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE LA OFICINA TÉCNICA PROVINCIAL DE REGISTRO CIVIL DE CHIMBORAZO.

4.2 CONTENIDO DE LA PROPUESTA

DIMENSIÓN DE SEGURIDAD

PROPÓSITO 1: Lograr que los empleados demuestren mayor compromiso y capacidad con el servicio que brindan.

a) ACTIVIDADES:

Realizar dos eventos de capacitación dirigido a todo el personal de la institución, los mismos que se desarrollarán en el mes de julio de 2016 en los siguientes temas:

Primer evento

- Formación y desarrollo profesional
- Gestión del cambio

Segundo evento

- Relaciones interpersonales y trabajo en equipo
- Mejoramiento del clima laboral

b) RECURSOS

HUMANOS: Lo conforman los participantes (personal de la Oficina Técnica Provincial de registro Civil de Chimborazo) y expositores especializados en la materia.

INFRAESTRUCTURA. - Las actividades de capacitación se desarrollarán en el salón de reuniones de la Institución.

MOBILIARIO, EQUIPO Y MATERIALES. - Está conformado por carpetas y mesas de trabajo, pizarra, marcadores, pliegos de papel bond, equipo multimedia.

DOCUMENTOS TÉCNICO – EDUCATIVO. - Entre ellos: encuestas de evaluación, material de revisión, Plan Estratégico de la institución.

d) FINANCIAMIENTO

El monto de inversión de este plan de capacitación, será financiada con ingresos propios presupuestados de la institución.

e) PRESUPUESTO

Tabla 30: Costos

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
2	Honorarios de expositores	150.00	300.00
30	Carpetas	0.20	6.00
12	Marcadores	0.55	6.60
12	Pliegos de papel bond	0.25	3.00
200	Hojas de papel bond A4	0.01	2.00
30	Refrigerios	0.85	25.50
TOTAL, EVENTO (mayo)			343,10
TOTAL, EVENTO (Julio)			343,10
TOTAL, EVENTO			686,20

Fuente: Registro Civil de Chimborazo

Autor: Jorge Ramírez

f) SEGUIMIENTO

- Realizar una evaluación al personal de la institución en el mes de agosto con la finalidad de obtener una retroalimentación con respecto a la misión, visión, valores institucionales y medir el impacto de las actividades realizadas.
- Desarrollar un evento similar en el mes de enero para lo cual se considera un presupuesto similar.

PROPÓSITO 2: Mejorar el orden y la limpieza en la institución

a) PERIODICIDAD: Diario

b) RESPONSABLES:

Departamento de Desarrollo Organizacional.

Personal de limpieza.

c) ACTIVIDADES:

Tabla 31: Establecer un programa de orden y aseo

ENCARGADO	AREA	RESPONSABILIDAD
Personal de aseo 1	Entrada y pasillos de planta baja	Identificar los diferentes tipos de desperdicios y analizar cómo eliminarlos, evitar reducir las distancias para el paso de los usuarios.
Personal de aseo 2	Baños y sala de espera de planta baja	Limpiar, asear y proveer de materiales de uso higiénico en los baños manteniendo un control adecuado para evitar el desorden y desabastecimiento, realizar un inventario de los materiales que necesita cada semana.
Personal de ase 3	Baños y sala de espera de planta alta	Limpiar, asear y proveer de materiales de uso higiénico en los baños manteniendo un control adecuado para evitar el desorden y desabastecimiento, realizar inventario del material necesario.
Personal de aseo 4	Oficinas y pasillos de planta alta y planta baja	Mantener una limpieza constante de las oficinas y pasillos de la institución mantener el orden y sacar la basura de las mismas, organizar los objetos de acuerdo al material y la frecuencia de uso, estudiar la manera de reciclar o reutilizar los materiales.

Fuente: Registro Civil de Chimborazo

Autor: Jorge Ramírez

d) MATERIALES:

Escobas, trapeadores, papel higiénico, basureros, fundas de basura, desinfectantes.

e) PRESUPUESTO: La Oficina Técnica Provincial de Registro Civil cuenta con un contrato con la empresa Fast Clean por el valor de \$3000 mensual.

f) SEGUIMIENTO:

Las actividades estarán a cargo de la ingeniera Dolores Segura, encargada del departamento de Desarrollo Organizacional de la institución.

PROPÓSITO 3: Mejorar la seguridad dentro de las instalaciones

a) PERIODICIDAD: Diario

b) RESPONSABLES: Departamento de Desarrollo Organizacional y personal de seguridad.

c) ACTIVIDADES:

- Implementar cámaras de seguridad en las salas de espera de la institución.
- Capacitar a empleados en medidas de seguridad acciones de reacción, control de robo, manejo de pánico y evacuación.
- Poner una persona encargada de la central de monitoreo

Tabla 32: Actividades y responsabilidades

ENCARGADO	AREA	RESPONSABILIDAD
Guardia de seguridad 1	Primer piso	Mantener el orden, la seguridad, brindar información y trato equitativo a los usuarios en la entrada y las afueras de planta baja.
Guardia de seguridad 2	Primer piso	Mantener el orden brindar y la seguridad de la sección de módulos de la planta baja, ayudar a personas con discapacidades.

Guardia de seguridad 3	de	Primer piso	Controlar el orden en las secciones de bancos ofrecer ayuda e información los usuarios que necesitan cancelar valores.
Guardia de seguridad 4	de	Oficinas y pasillos de planta alta y planta baja	Realizar constantemente un sondeo de las instalaciones, controlar el ingreso de personas a la planta administrativa
Guardia 5		Toda la institución	Controlar físicamente y electrónicamente la labor de custodia de los guardias, llevar un registro diario de asistencia y cumplimiento de funciones.

Fuente: Registro Civil de Chimborazo

Autor: Jorge Ramírez

d) SEGUIMIENTO:

Control e inspección semanal por parte de la ingeniera Dolores Segura.

e) OBSERVACIÓN: El personal encargado deberá rotar semanalmente en sus funciones asignadas.

PROPÓSITO 4: Adecuado orden y manejo de la documentación que solicitan los usuarios.

a) PERIODICIDAD: Mensual.

b) RESPONSABLES: Todo el personal de la institución.

c) ACTIVIDADES:

- Ordenar los documentos que deben responder al trámite, quiere decir esto que los documentos se ordenarán de tal manera que se pueda evidenciar el desarrollo del trámite.
- El documento con fecha más antigua, es el que da inicio al trámite y debe ser el primer documento que se encuentre al abrir la carpeta. El documento con la fecha más reciente se debe encontrar al final de la misma, no se deben archivar documentos

duplicados en la misma carpeta, se exceptúa el caso de que el documento corresponda a dos momentos distintos del trámite.

- Los documentos que se encuentren en libros en mal estado o tipo fax, deben ser reemplazados por una fotocopia, la cual se conservará en la carpeta correspondiente.
- Cuando este material por su tamaño se encuentre separado físicamente de la carpeta, se debe dejar constancia mediante un folio testigo de su lugar de destino y en este se indicará la procedencia. Esto es lo que se denomina referencia cruzada. Esto aplica para el caso de anexos en otro tipo de soporte: cd, correos.
- Rotulación de cajas y carpetas.
- Carpetas: El rótulo de la carpeta debe contener los datos necesarios para la identificación del contenido: fondo o entidad, dependencia, serie o subserie y datos adicionales.
- Cajas: Una vez organizados los documentos, estos se introducirán en cajas de conservación de archivos, con el fin de facilitar su manejo y conservación. El rotulo de identificación debe contener los siguientes datos: Dependencia, fechas extremas, número de caja. Debe introducir un número de carpetas que puedan ser manipuladas de manera fácil y segura.

e) PRESUPUESTO:

Tabla 33: Costos

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
150	Cajas	1.00	150
100	Carpetas	0.20	20
Total			170.00

Fuente: Registro Civil de Chimborazo

Autor: Jorge Ramírez

f) SEGUIMIENTO:

Se realizará un control anual de los inventarios de todos los empleados de la institución.

DIMENSIÓN DE EMPATÍA

CRITERIO 1: Atención al cliente.

PROPÓSITO: Mejorar la atención que brinda el personal de la institución.

a) **PERIODICIDAD:** Semanal.

b) **RESPONSABLES:** Todo el personal de la institución.

c) **ACTIVIDADES:**

- El personal de contacto deberá recibir capacitaciones sobre temas de atención al cliente, relaciones interpersonales, con el fin de brindar una atención con calidad y calidez humana, la capacitación se realizará dos veces al año de esta manera se garantizará que se promueva una mejora en la calidad del servicio ofrecido
- Aplicar un Feedback que apunte a lograr superación constante en la calidad de la atención, a partir de las sugerencias de los clientes. Una de las formas más tradicionales consiste en preguntar acerca de la calidad de la atención, servicio o producto recibido. En caso de ser malo preguntar: ¿Qué podemos hacer para mejorar y solucionar lo ocurrido? Si fue bueno: ¿Qué podríamos hacer para que su experiencia sea aún mejor?
- Brindar un trato preferente, equitativo y con pertinencia cultural.
- Considerar cada reclamo como una solicitud de servicio.
- Manejar los problemas de manera ecuánime y en el momento oportuno.
- Escuchar atentamente a los usuarios para poder entenderlos y ayudarlos.
- Agradecer constantemente a sus colaboradores y usuarios.
- Ser congruente en lo que dice y piensa.

d) **PRESUPUESTO:**

Tabla 34: Costos

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
2	Honorarios de expositores	150.00	300.00
30	Carpetas	0.20	6.00
12	Marcadores	0.55	6.60
12	Pliegos de papel bond	0.25	3.00
200	Hojas de papel bond A4	0.01	2.00
30	Refrigerios	0.85	25.50
TOTAL EVENTO			341,10

Fuente: Registro Civil de Chimborazo

Autor: Jorge Ramírez

e) SEGUIMIENTO:

Realizar una evaluación a los usuarios con el fin de medir el grado de satisfacción que ofrece la institución y el impacto que tiene la capacitación brindada en el personal de servicio.

DIMENSIÓN DE TANGIBILIDAD

CRITERIO 1: Infraestructura adecuada y señalética

PROPÓSITO: Ofrecer mayor comodidad para las personas que acuden a diario a la institución.

a) PERIODICIDAD: Diaria

b) RESPONSABLES: Administrador y personal de seguridad

c) ACTIVIDADES:

- Se debe ubicar a las personas en las salas de espera, procurando dar prioridad a mujeres embarazadas, discapacitados y personas de la tercera edad.
- Verificar el estado de la señalética dispuesta en la institución.
- Ampliar la cobertura de la señalética en el interior y exterior de la institución.

CRITERIO 2: Apariencia pulcra

PROPÓSITO: Control de uniformes de personal de servicio

a) PERIODICIDAD: Diaria

b) RESPONSABLES: Jefe de personal

c) ACTIVIDADES:

- Control de uniformes de personal.
- Controlar el uso adecuado de los espacios designados para la alimentación.
- Adecuado orden y control de la oficina.
- Capacitación sobre lenguaje corporal.

- Dar una imagen agradable al iniciar el día y cada vez que encuentran a sus colaboradores.
- Charlar con su personal.
- Hablar apropiadamente.

DIMENSIÓN DE CONFIABILIDAD

CRITERIO 1: Atención adecuada y precisa en sus trámites.

PROPÓSITO: Brindar una adecuada y precisa atención en los trámites que realizan los usuarios.

a) PERIODICIDAD: Diario

b) RESPONSABLES: Todo el personal

c) ACTIVIDADES:

- Evitar errores.
- Ser específico, conciso y claro en las comunicaciones.
- Transmitir seguridad en cada contacto con el cliente. Las variables que nos ayudan a transmitir seguridad son: la autoconfianza, el conocimiento de necesidades y las habilidades comunicativas.
- Estar dispuesto a aceptar que no se sabe la respuesta y buscar ayuda para poder solucionarlo.

CRITERIO 2: Profesionalismo en la atención

PROPÓSITO: Mejorar el profesionalismo del personal

a) PERIODICIDAD: Diaria

b) RESPONSABLES: Todo el personal

c) ACTIVIDADES:

- Brindar capacitación entrenamiento a todo el personal de acuerdo a las funciones que realiza en la institución.
- Una manera de capacitación se puede dar al personal enviándolo a ayudar a una de las personas que mejor atención brinda de esta manera se podrá capacitar y poner en práctica las destrezas aprendidas.
- Los profesionales de la institución, así como el personal administrativo deben tener posibilidades adecuadas de acrecentar sus conocimientos y experiencia que se vean reflejados en una mejor entrega del servicio, para ello la institución dará las facilidades necesarias para cumplir con el objetivo.
- Flexibilidad en el horario de trabajo para todo el personal que se encuentra capacitando considerando que de esta manera ellos podrán aportar más a la institución.
- Definir adecuadamente los perfiles de los puestos a cubrir y los requisitos que los postulantes deben cumplir.
- Saludar a cada cliente que visite la institución.
- Dejar su vida personal y problemas en casa.

CRITERIO 3: Vocación por el servicio

PROPÓSITO: Formar al personal con una verdadera vocación de servicio

a) PERIODICIDAD: Diario

b) RESPONSABLES: Jefe de personal

c) ACTIVIDADES:

- Fomentar una cultura que enaltezca la vocación y actitud de servicio como un valor de la sociedad, al que se otorgue el mayor reconocimiento. Que dignifique a quienes dedican sus vidas ejemplarmente al servicio de los demás.
- Cumplir con los valores institucionales:
- Honestidad y Transparencia: Los funcionarios de la Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación nos comportamos y expresamos con coherencia y

sinceridad, de acuerdo con los valores éticos, morales, de verdad y justicia. No solo decimos la verdad, sino que la decimos de manera completa, es decir, lo bueno y lo malo.

- **Trabajo en equipo y Comunicación:** En esta institución trabajamos en equipo y nos comunicamos asertivamente, es decir de forma directa, honesta, fundamentada y adecuada.
- **Compañerismo y Respeto:** Los funcionarios respetamos y apoyamos a todos y cada uno de las compañeras y compañeros de la institución, cumpliendo con nuestros deberes y derechos.
- **Responsabilidad:** Cumplimos con eficiencia y eficacia las asignaciones de nuestro trabajo, dando siempre un paso adicional en la realización del mismo.
- **Apertura al cambio:** Estamos conscientes de que para ser los mejores es necesario cambiar e innovar.
- **Actitud Positiva:** Mantendremos siempre una actitud positiva para encarar las situaciones diarias. Tener una actitud positiva es una característica de una alta autoestima.
- **Compromiso:** Nos hemos “puesto la camiseta” de la institución y actuamos en función de su bienestar dando siempre lo mejor de nosotros.
- **Establecer un programa de inducción en el que se haga énfasis en el servicio**

CRITERIO 4: Documentación

PROPÓSITO: Seguridad en la información

a) PERIODICIDAD: Diaria

b) RESPONSABLES: Jefe de personal

c) ACTIVIDADES:

- El personal de servicio deberá verificar los datos y la información proporcionada por el usuario.
- El personal debe estar comprometido con los objetivos de la organización y su trabajo, realizar sus actividades con perseverancia y dedicación. Cumplir con los procedimientos y normas de trabajo sin supervisión constante, ser puntual.

- Mejorar los niveles de seguridad a través de la incorporación de tecnología de punta, para:
- Digitalizar los documentos fuente.
- Contar con una red de comunicación ágil y confiable.
- Otorgar documentos seguros.
- Generar un servicio eficiente de e-government.

DIMENSIÓN DE CAPACIDAD DE RESPUESTA

CRITERIO 1: La atención prestada es ágil y oportuna

PROPÓSITO: Mejorar la capacidad de respuesta en la atención brindada

a) PERIODICIDAD: Diario.

b) RESPONSABLES: Jefe de personal.

c) ACTIVIDADES:

- Implementar en la organización la logística de la organización justo a tiempo: movimiento de los recursos dentro y hacia adentro y los productos de la organización a sus clientes hacia fuera; es mover los bienes correctos en la cantidad adecuada hacia el lugar correcto en el momento indicado para que la producción esté “justo a tiempo”.
- Ayudar a los usuarios a contactarse con la persona adecuada para que reciba el servicio evitando pérdida de tiempo.
- Tener una buena disposición para poder ayudar a los clientes y poder entregar un servicio rápido y eficiente.
- Se deben estar al tanto de las dificultades que se pueden presentar mientras se otorga el servicio, idioma discapacidad, malos tratos etc., de esta manera ir un paso adelante y poder responder rápidamente con soluciones.

CRITERIO 2: Predisposición en la atención

PROPÓSITO: Mejorar la motivación del personal

a) PERIODICIDAD: Diaria

b) RESPONSABLES: Jefe de personal

c) ACTIVIDADES:

- Análisis del ambiente laboral y una modificación de aspectos físicos si fuese necesario (del ambiente de trabajo, herramientas, equipos, horarios, turnos, etc.), contractuales y de relaciones humanas.
- Realizar por lo menos una vez al año un programa convivencia fuera de la organización.
- Brindarles el apoyo necesario que disminuya la preocupación o enfoque inapropiado de su atención. El apoyo puede ir desde reconocimiento verbal, reconocimiento por escrito, reconocimiento en el mural institucional, premios a la excelencia, cursos de capacitación, entre otros.
- Brindar desarrollo profesional, puede darse a través de capacitación o formación específica, el desarrollo personal puede abarcarse desde la incorporación de talleres artísticos, formación de agrupaciones informales (grupos deportivos, comité de festejos) entre otros. En este paso, la motivación aparece como una actitud de agradecimiento y predisposición positiva al trabajo como retribución.
- Buscar y analizar información útil que les sirva para desempeñar mejor su trabajo y solucionar problemas. Solicitar o recibir apreciaciones y sugerencias con apertura y disposición, evaluar los resultados de su trabajo e incorporar lo aprendido en su desempeño para mejorar su ejecución posterior.
- Mejorar la autoestima de los miembros de la organización preocupándose por sus necesidades, transmitiendo autoconfianza, animándole a que tome decisiones y las lleve a cabo sin temor siempre y cuando este dentro de sus capacidades y su puesto de trabajo, ayudarle a evaluar sus propios errores y corregirlos, brindarles permisos siempre y cuando sea oportuno y cada cierto tiempo.

CRITERIO 3: Horario de atención

PROPÓSITO: Cumplir con las expectativas de los usuarios

a) PERIODICIDAD: Diaria

b) RESPONSABLES: Jefe de personal

c) ACTIVIDADES:

- Implementar una plataforma de atención en línea y socializarlo para la realización de trámites, acceso a información, recepción de quejas, reclamos, etc.
- Ampliar los horarios de atención los días de mayor afluencia, por ejemplo, en época de elecciones o matriculas estudiantiles.
- Realizar con mayor frecuencia brigadas solidarias en los diferentes cantones de la provincia que no cuentan con facilidades para acercarse a la institución.

CONCLUSIONES

- El desarrollo de una propuesta de mejoramiento de los niveles de satisfacción de los usuarios de la Oficina Técnica Provincial de Registro Civil de Chimborazo, tiene un efecto positivo ya que se logró identificar las oportunidades de mejora que nos permitirán modificar o reafirmar las políticas de gestión de la calidad del servicio de la institución, lo que confirma la teoría trabajada por Cronin y Taylor, de que la calidad de los servicios viene dada en relación con la percepción que tienen los usuarios de los servicios ofrecidos.
- Al analizar los resultados de la investigación se advirtieron algunas fallas o errores que se suscitan cuando la institución entrega el servicio. El descuido de los detalles, y el no corregir algo equivocado o erróneo a tiempo, puede crecer y originar un problema mayor, como en este caso los clientes de la Oficina Técnica Provincial de Registro Civil supieron manifestar algunos problemas que se vienen como es el inadecuado manejo de los trámites y la documentación solicitada, la falta de atención con calidez humana por parte del personal, así como la falta de profesionalismo de los mismos, por citar entre los más importantes.
- Podemos definir que los clientes de esta institución, en general se encuentran con un grado de satisfacción medio y bajo. Tienen opiniones favorables hacia los diferentes aspectos que componen el servicio, pero también puntualizaron y precisaron, cuando se debía hacer referencia a las fallas, dándoles una calificación de: 1 y 2
- Una vez que se ha logrado identificar las principales causas y problemas que se están dando en la institución se logró diseñar las diferentes estrategias que nos permitirán incrementar los niveles de satisfacción de los usuarios de la Oficina Técnica Provincial de Registro Civil de Chimborazo.
- Los resultados de esta investigación son útiles para el crecimiento integral de la institución, ya que a través de los mismos se puede visualizar una representación del sentir de todos los usuarios y una oportunidad de mejora en los aspectos de menor valoración.

RECOMENDACIONES

- Tomar en cuenta el presente trabajo investigativo, con el fin de tener un conocimiento claro de la situación de la institución y tomar como punto de referencia para la continua mejora a favor del servicio que se brinda a la ciudadanía.
- Efectuar una gestión de mejora continua en la prestación del servicio, tomando como base la Guía Metodológica “La propuesta de mejora de los niveles de satisfacción” presentada, haciendo partícipes y concienciando a todos los colaboradores de la institución sobre la importancia de entregar un servicio de alta calidad que se evidencie en la satisfacción de los usuarios.
- Los planes de capacitación deben involucrar a todo el personal de la empresa, pero es necesario dar prioridad y enfocarse a los empleados que tienen contacto con el cliente.
- La implementación de las mejoras debe hacerse al largo de un año, para ir mejorando detalles, recopilando datos, integrando al personal y actualizando información.
- La base de un modelo de gestión de la calidad en el servicio debe contener todos los aspectos necesarios para beneficio de los usuarios y empresa por tal motivo la presente investigación permitirá tener una base metodológica para la implementación del mismo.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar Morales, J. E., & Vargas Mendoza, J. E. (2010). *Servicio al Cliente*. México: Network de Psicología.
- Barlow, J. (2003). *Valor emocional en el servicio*. México: Grupo Patria Cultural.
- Mendez, C. (2001). *Metodología de la Investigación* (3a ed.). Bogota: Mc Graw Hill.
- Cronin, J., & Taylor. (1994). "Service Quality: A Reconciliation of Performance-Based and Perceptions Minus Expectations Measurement of Service Quality". *Journal of Marketing*, 55-68.
- Danhke, G. (1989). *Investigación y comunicación*. México: McGraw-Hill.
- Eigler, P., & Langeard, E. (1989). *Servucción, el marketing de servicios*. México: McGraw-Hill.
- Grönroos. (1983). *Dirección Estratégica y Marketing en el Sector Servicios*. Cambridge: Marketing Science Institute.
- Grönroos. (1994). *Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios*. Madrid: Editorial Díaz de Santos.
- Grönroos, C. (1985). *Marketing y gestión de servicios*. Madrid: Díaz de Santos.
- Grönroos, C. (1988). *Service Quality: The Sixcriteria of good service quality*. New York: St.John's University Press.
- Serna Gomez, H: (2006). *Servicio al cliente*. Bogota: Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2000). *Iniciación a la Organización y Técnica comercial*. México: McGraw-Hill.
- Kerin, R. (2000). *Marketing*. Madrid: McGraw-Hill.
- Leppard, J. (2000). *Cómo mejorar su servicio al cliente*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Blázquez, M. (2011). *CORPRIC: Hacia un nuevo diagnóstico para la gestión organizacional*. Buenos Aires: Mc Graw Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). *Un modelo conceptual de la calidad de servicio y sus implicaciones para la investigación futura*. Mexico. Ediciones Díaz de Santos
- Ronderos, G. (2006). *Introducción a la Nueva Gerencia*. Buenos Aires : Alfil, S.A. .
- Rust, & Oliver. (1994). *Service quality new directions in theory and practice*. California: Sage Publications.
- Schiffman, L., & Lazar, L. (2001). *Comportamiento del Consumidor*. México: Prentice Hall.

ANEXOS

Anexo 1. Fotografía



Anexo 2. Fotografía interior



Anexo 3. Fotografía planta baja



Anexo 4. Fotografía trabajo de campo



Anexo 5. Fotografía encuestas



Anexo 6. Entrada



Anexo 7. Encuestas



Anexo 8. Planta baja



Anexo 9. Planta alta



Anexo 10. Spss

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida
1	preg1	Numérico	1	0	¿Los profesionales de OTPRCH demuestran capacidad para prestar el servicio?	{1, Nunca...	Ninguno	8	Derecha	Escala
2	preg2	Numérico	1	0	¿La OTPRCHI mantiene sus instalaciones limpias?	{1, Nunca...	Ninguno	8	Derecha	Escala
3	preg3	Numérico	1	0	¿Usted se siente seguro dentro de las instalaciones de la institución?	{1, Nunca...	Ninguno	8	Derecha	Escala
4	preg4	Numérico	1	0	¿Sus trámites y documentación son manejados de manera ordenada, para evitar co...	{1, Nunca...	Ninguno	8	Derecha	Escala
5	preg5	Numérico	1	0	¿El personal de la institución le brinda una atención cordial?	{1, Nunca...	Ninguno	8	Derecha	Escala
6	preg6	Numérico	1	0	¿La OTPRCH le brinda una atención individualizada?	{1, Nunca...	Ninguno	8	Derecha	Escala
7	preg7	Numérico	1	0	¿Existe disposición por parte del personal del Registro Civil de escuchar sus necesi...	{1, Nunca...	Ninguno	8	Derecha	Escala
8	preg8	Numérico	1	0	¿Recibe una atención con calidez humana por parte del personal?	{1, Nunca...	Ninguno	8	Derecha	Escala
9	preg9	Numérico	1	0	¿La infraestructura de la OTPRCH es adecuada para prestar el servicio?	{1, Nunca...	Ninguno	8	Derecha	Escala
10	preg10	Numérico	1	0	¿La OTPROCH le brinda comodidad en las salas de espera?	{1, Nunca...	Ninguno	8	Derecha	Escala
11	preg11	Numérico	1	0	¿La OTPROCH cuenta con señalización en sus instalaciones?	{1, Nunca...	Ninguno	8	Derecha	Escala
12	preg12	Numérico	1	0	¿El personal de la institución conserva una apariencia pulcra?	{1, Nunca...	Ninguno	8	Derecha	Escala
13	preg13	Numérico	1	0	¿Los profesionales han realizado una atención adecuada y precisa en sus trámites?	{1, Nunca...	Ninguno	8	Derecha	Escala
14	preg14	Numérico	1	0	¿El personal demuestra profesionalismo para atenderle?	{1, Nunca...	Ninguno	8	Derecha	Escala
15	preg15	Numérico	1	0	¿Los profesionales que en la institución tienen una verdadera vocación de servicio?	{1, Nunca...	Ninguno	8	Derecha	Escala
16	preg16	Numérico	1	0	¿Los documentos que se le han entregado han sido los solicitados por usted?	{1, Nunca...	Ninguno	8	Derecha	Escala
17	preg17	Numérico	1	0	¿La atención prestada es ágil y oportuna?	{1, Nunca...	Ninguno	8	Derecha	Escala
18	preg18	Numérico	1	0	¿El personal demuestra predisposición para atenderle?	{1, Nunca...	Ninguno	8	Derecha	Escala
19	preg19	Numérico	1	0	¿Los profesionales están dispuestos a contestar todas sus interrogantes?	{1, Nunca...	Ninguno	8	Derecha	Escala
20	preg20	Numérico	1	0	¿El horario de atención cumple con sus expectativas?	{1, Nunca...	Ninguno	8	Derecha	Escala
21										

Anexo 11. Spss

tesis.jorge.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 20 de 20 variables

	preg1	preg2	preg3	preg4	preg5	preg6	preg7	preg8	preg9	preg10	preg11	preg12	preg13	preg14	preg15	pr
1	Neutral	Nunca	Totalmente...	Neutral	Neutral	Totalmente...	Neutral	Neutral	Neutral	Desacuerdo	De acuerdo	Desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Desacuerdo	De
2	De acuerdo	Desacuerdo	De acuerdo	Neutral	Desacuerdo	Totalmente...	Neutral	De acuerdo	Desacuerdo	Nunca	De acuerdo	Nunca	Neutral	Neutral	Desacuerdo	De
3	Neutral	Totalmente...	De acuerdo	Neutral	Desacuerdo	Totalmente...	Desacuerdo	Desacuerdo	Desacuerdo	Nunca	Neutral	Neutral	Desacuerdo	Desacuerdo	De acuerdo	De
4	Desacuerdo	Neutral	De acuerdo	De acuerdo	Desacuerdo	Totalmente...	Neutral	Neutral	Neutral	De acuerdo	Neutral	De acuerdo	Neutral	Desacuerdo	Neutral	
5	Neutral	De acuerdo	De acuerdo	Nunca	Neutral	Totalmente...	Neutral	Neutral	Totalmente...	Nunca	Desacuerdo	De acuerdo	Desacuerdo	De acuerdo	Neutral	
6	Desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Neutral	Totalmente...	Totalmente...	Neutral	Desacuerdo	Desacuerdo	Nunca	Desacuerdo	Neutral	Desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	
7	Neutral	Desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente...	Totalmente...	Totalmente...	Totalmente...	Totalmente...	Neutral	Desacuerdo	Neutral	Neutral	Neutral	Desacuerdo	De
8	De acuerdo	Neutral	Neutral	Neutral	Nunca	Totalmente...	Neutral	Desacuerdo	Neutral	Nunca	Neutral	Desacuerdo	Neutral	Desacuerdo	De acuerdo	Des
9	De acuerdo	De acuerdo	Neutral	Nunca	De acuerdo	Totalmente...	Neutral	Desacuerdo	Neutral	Nunca	De acuerdo	Neutral	Desacuerdo	Desacuerdo	De acuerdo	Des
10	Desacuerdo	Totalmente...	Totalmente...	Neutral	Desacuerdo	De acuerdo	Desacuerdo	Desacuerdo	Desacuerdo	Nunca	Desacuerdo	Desacuerdo	Neutral	Desacuerdo	Neutral	De
11	Totalmente...	Neutral	Totalmente...	Desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Desacuerdo	Neutral	Desacuerdo	Desacuerdo	De acuerdo	Neutral	Neutral	Desacuerdo	De acuerdo	De
12	Totalmente...	De acuerdo	Totalmente...	Neutral	Desacuerdo	De acuerdo	Nunca	De acuerdo	Neutral	Desacuerdo	Nunca	Neutral	De acuerdo	Neutral	Desacuerdo	
13	Neutral	Neutral	De acuerdo	Neutral	De acuerdo	Neutral	Neutral	Neutral	Nunca	Desacuerdo	De acuerdo	Nunca	Neutral	Neutral	De acuerdo	
14	Desacuerdo	Nunca	Totalmente...	Totalmente...	Desacuerdo	De acuerdo	Desacuerdo	De acuerdo	Desacuerdo	De acuerdo	Desacuerdo	De acuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente...	Des
15	Neutral	Neutral	Totalmente...	De acuerdo	Desacuerdo	De acuerdo	Neutral	Neutral	Desacuerdo	Nunca	De acuerdo	Neutral	Neutral	Desacuerdo	Totalmente...	Des
16	De acuerdo	Neutral	Totalmente...	Neutral	Nunca	De acuerdo	Desacuerdo	Neutral	Neutral	Nunca	Neutral	Neutral	Neutral	Desacuerdo	De acuerdo	Des
17	De acuerdo	Neutral	Totalmente...	Neutral	Neutral	De acuerdo	Neutral	Neutral	Neutral	Desacuerdo	Neutral	Desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Desacuerdo	
18	Nunca	De acuerdo	Totalmente...	Totalmente...	Neutral	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Neutral	Desacuerdo	De acuerdo	Neutral	Desacuerdo	Desacuerdo	
19	Desacuerdo	Totalmente...	Totalmente...	Desacuerdo	Desacuerdo	De acuerdo	Desacuerdo	Neutral	Neutral	Desacuerdo	Neutral	Totalmente...	Nunca	De acuerdo	Totalmente...	De
20	Totalmente...	Desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente...	Neutral	Neutral	Desacuerdo	Neutral	Desacuerdo	Desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Total
21	Totalmente...	Neutral	De acuerdo	Nunca	De acuerdo	Desacuerdo	De acuerdo	Neutral	Desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Desacuerdo	Desacuerdo	Totalmente...	De
22	Neutral	De acuerdo	De acuerdo	Neutral	Neutral	De acuerdo	Neutral	Neutral	Neutral	Neutral	Neutral	Neutral	Neutral	Desacuerdo	Totalmente...	De
23	Desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Desacuerdo	Desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Desacuerdo	Nunca	Desacuerdo	Neutral	Neutral	Desacuerdo	Neutral	De

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

Anexo 12. Spss tabulación

Resultado

- Registro
- Frecuencias
 - Título
 - Notas
 - Conjunto de datos activo
 - Estadísticos
 - Tabla de frecuencia
 - Título
 - ¿Los profesionales de OTPRCH demuestran capacidad para prestar el servicio?
 - ¿La OTPRCHI mantiene sus instalaciones limpias?
 - ¿Usted se siente seguro dentro de las instalaciones de la institución?
 - ¿Sus trámites y documentación son manejados de manera ordenada, para evitar confusiones?
 - ¿El personal de la institución le brinda una atención cordial?
 - ¿La OTPRCHI le brinda una atención individualizada?
 - ¿Existe disposición por parte del personal del Registro Civil de escuchar sus necesidades?
 - ¿Recibe una atención con calidez humana por parte del personal?
 - ¿La infraestructura de la OTPRCH es adecuada para prestar el servicio?
 - ¿La OTPRCH le brinda comodidad en las salas de espera?
 - ¿La OTPRCH cuenta con señalización en sus instalaciones?
 - ¿El personal de la institución conserva una apariencia pulcra?
 - ¿Los profesionales han realizado una atención adecuada y precisa en sus trámites?
 - ¿El personal demuestra profesionalismo para atenderle?
 - ¿Los profesionales que en la institución tienen una verdadera vocación de servicio?
 - ¿Los documentos que se le han entregado han sido los solicitados por usted?
 - ¿La atención prestada es ágil y oportuna?
 - ¿El personal demuestra predisposición para atenderle?
 - ¿Los profesionales están dispuestos a contestar todas sus interrogantes?
 - ¿El horario de atención cumple con sus expectativas?
 - ¿Los profesionales de OTPRCH demuestran capacidad para prestar el servicio?
 - ¿La OTPRCHI mantiene sus instalaciones limpias?
 - ¿Usted se siente seguro dentro de las instalaciones de la institución?
 - ¿Sus trámites y documentación son manejados de manera ordenada, para evitar confusiones?

Tabla de frecuencia

¿Los profesionales de OTPRCH demuestran capacidad para prestar el servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	18	9,8	9,8	9,8
	Desacuerdo	35	19,0	19,0	28,8
	Neutral	63	34,2	34,2	63,0
	De acuerdo	45	24,5	24,5	87,5
	Totalmente de acuerdo	23	12,5	12,5	100,0
Total		184	100,0	100,0	

¿La OTPRCHI mantiene sus instalaciones limpias?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	17	9,2	9,2	9,2
	Desacuerdo	34	18,5	18,5	27,7
	Neutral	62	33,7	33,7	61,4
	De acuerdo	49	26,6	26,6	88,0
	Totalmente de acuerdo	22	12,0	12,0	100,0
Total		184	100,0	100,0	

¿Usted se siente seguro dentro de las instalaciones de la institución?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	20	10,9	10,9	10,9
	Desacuerdo	36	19,6	19,6	30,4
	Neutral	53	28,8	28,8	59,2

IBM SPSS Statistics Processor está listo Casos: 100 Unicode:ON | H: 1

Anexo 13. Encuesta

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS DE LA OFICINA TÉCNICA PROVINCIAL DE REGISTRO CIVIL DE CHIMBORAZO

Estimad@ usuari@: Conscientes de la importancia de la calidad del servicio que ofrece la **Oficina Técnica Provincial de Registro Civil de Chimborazo** está realizando una valoración del servicio prestado para lo cual le solicitamos contestar la siguiente encuesta que contribuirá a brindarle una mejor asistencia en la institución.

OBJETIVO: Determinar con los usuarios de la Oficina Técnica Provincial de Registro Civil de Chimborazo los niveles de satisfacción en el servicio recibido con la finalidad de implementar acciones de mejora.

INSTRUCCIONES:

Estimad@s usuarios: tomando en cuenta la siguiente valoración seleccione la respuesta más apropiada para usted.

5=EFICIENTE

4 = BUENO

3 = REGULAR

2 = MALO

1 = DEFICIENTE

Ord	INDICADOR	5	4	3	2	1
SEGURIDAD						
1	Cómo considera la capacidad de los profesionales de la institución para prestar el servicio.					
2	Cómo considera usted la limpieza de las instalaciones de la institución.					
3	Cómo considera la seguridad dentro de las instalaciones de la institución.					
4	Sus trámites y documentación son manejados de manera ordenada, para evitar confusiones.					
EMPATÍA						
5	Cómo considera la cordialidad que le brinda el personal de la institución en la atención.					
6	La OTRCH le brinda una atención individualizada.					
7	Existe disposición por parte del personal del Registro Civil de escuchar sus necesidades.					
8	Recibe una atención con calidez humana por parte del personal.					
TANGIBILIDAD						
9	La infraestructura de la OTRCH es adecuada para prestar el servicio.					

10	Cómo considera usted la comodidad que le brinda la institución en las salas de espera.									
11	Cómo considera la señalética dentro de las instalaciones.									
12	El personal de la institución conserva una apariencia pulcra.									
CONFIABILIDAD										
13	Los profesionales han realizado una atención adecuada y precisa en sus trámites.									
14	El personal demuestra profesionalismo en la atención.									
15	Los profesionales de la institución tienen una verdadera vocación de servicio.									
16	Los documentos que se le han entregado han sido los solicitados por usted.									
CAPACIDAD DE RESPUESTA										
17	La atención prestada es ágil y oportuna.									
18	El personal demuestra predisposición para atenderle.									
19	Los profesionales están dispuestos a contestar todas sus interrogantes.									
20	El horario de atención cumple con sus expectativas.									

Anexo 14. Cronograma

CRONOGRAMA DE CAPACITACIONES A DESARROLLAR	MESES											
	Julip	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febreo	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Capacitación: Formación y desarrollo personal	■						■					
Capacitación: Gestión del cambio	■						■					
Capacitación: Relaciones interpersonal	■						■					
Capacitación: Mejoramiento del clima laboral	■						■					
Capacitación: Servicios de limpieza y mantenimiento			■									
Capacitación: Planeación estratégica								■				
Capacitación: Medidas de seguridad, acciones de reacción, manejo de pánico y evacuación			■									
Capacitación: Lenguaje corporal								■				
Capacitación: Servicio al cliente								■				
Programa de convivencia												■
Total Presupuesto	1715.50											

