



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**EL COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL Y SU IMPACTO
EN EL SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA EP EMAPAR
DEL CANTÓN RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO DEL
PERIODO 2019.**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERO DE EMPRESAS

AUTORES: ALEX DAVID RUIZ CÓRDOVA

OLGA ESTEFANÍA PAGUAY ASQUI

DIRECTOR: ING. EDWIN PATRICIO POMBOSA JUNEZ PhD

Riobamba-Ecuador

2022

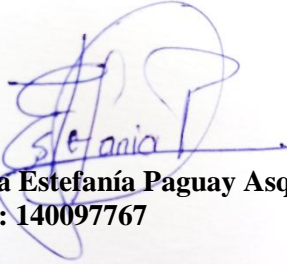
©2022, Olga Estefanía Paguay Asqui; & Alex David Ruiz Córdova

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Nosotros, Olga Estefanía Paguay Asqui Y Alex David Ruiz Córdova, declaramos que el presente trabajo de titulación es de nuestra autoría, y que los resultados de este son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados según la norma APA edición vigente a la fecha.

Como autoras, asumimos la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 27 de mayo de 2022



Olga Estefanía Paguay Asqui
C.I.: 140097767



Alex David Ruiz Córdova
C.I.: 060476740-0

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; Tipo: Proyecto de Investigación, **EL COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL Y SU IMPACTO EN EL SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA EP EMAPAR DEL CANTÓN RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO DEL PERIODO 2019**, realizado por los señores, **OLGA ESTEFANÍA PAGUAY ASQUI Y ALEX DAVID RUIZ CÓRDOVA**, ha sido minuciosamente revisada por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

FIRMA

FECHA

Ing. Edison Vinicio Calderón Morán
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



2022/05/27

Ing. Edwin Patricio Pombosa Junez PhD
**DIRECTOR DEL TRABAJO
DE TITULACIÓN**



2022/05/27

Abg. María del Carmen Moreno Albuja
MIEMBRO DE TRIBUNAL



2022/05/27

AGRADECIMIENTO

Quiero dedicar este trabajo de investigación en primer lugar a Dios pilar esencial e indispensable de mi vida, fuente de mi fe y quien guía mis acciones para ser cada día un mejor ser humano. A mis abuelitos Rosa y Ricardo quienes formaron parte de mi vida estudiantil dando los primeros pasos y los cuales fomentaron los buenos valores para ser una persona de bien. A mi madre Narciza y en especial a Mauricio quien con su ayuda desde un inicio fue mi mentor para poder salir adelante. A mi tía Susana que es mi segunda mamá y cada vez que necesité de su ayuda estuvo siempre ahí. A mi enamorada Micaela y toda su familia que en momentos difíciles supieron brindarme su apoyo y con los cuales estoy muy agradecido. Y a todas mis amistades que formaron parte de este proceso universitario en especial nuestra amiga Belén la cual supo darnos su apoyo en todo momento.

Alex

El presente trabajo de investigación quiero dedicar en primer lugar a Dios por estar junto a mí en cada instante de mi vida, por ser mi guía, mi fuerza el centro de mi vida y de mi fe, a los dos seres más cariñosos Antonio y Pascuala mis abuelitos gracias por ser mi apoyo, por brindarme su cariño incondicional, por ser la enseñanza para ser una persona de bien, a mis padres Rosa y Celso que son mi soporte, mi temple en momentos duros, por enseñarme a luchar por las metas que anhelo y por los valores instruidos en mí, este es un logro más por y para ustedes los amo, a mis hermanos quienes han sido mi apoyo moral, mi refugio, mis consejeros y a mis amistades por formar parte de esta trayectoria universitaria. Además, quiero agradecer a mi amiga Belén quien siempre estuvo extendiendo la mano a lo largo de este camino gracias.

Olga

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	x
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	2
1.1. Antecedentes de Investigación.....	2
1.2. Marco teórico.....	2
1.2.1. Fundamentación filosófica.....	2
1.2.2. Fundamentación legal.....	3
1.2.2.1. <i>Basado en la actual Constitución de la República del Ecuador.....</i>	3
1.2.2.2. <i>Basado en la Ley Orgánica de Defensa del consumidor.....</i>	4
1.2.2.3. <i>Basado en la Ley del Sistema Ecuatoriano de la calidad.....</i>	5
1.2.3. Categorías Fundamentales.....	6
1.2.3.1. <i>Comportamiento Organizacional.....</i>	6
1.2.3.2. <i>Organización.....</i>	6
1.2.3.3. <i>Elementos.....</i>	6
1.2.3.4. <i>Desempeño.....</i>	7
1.2.3.5. <i>Evaluación del desempeño.....</i>	7
1.2.3.6. <i>Trabajo en equipo.....</i>	7
1.2.3.7. <i>El Liderazgo.....</i>	8
1.2.3.8. <i>Motivación.....</i>	8
1.2.3.9. <i>Control.....</i>	8
1.2.3.10. <i>El cambio organizacional.....</i>	8
1.2.3.11. <i>Satisfacción laboral.....</i>	9
1.2.3.12. <i>La comunicación en la estructura.....</i>	9
1.2.3.13. <i>Fundamentos y etapas de la organización.....</i>	10
1.2.3.14. <i>Etapas de la organización.....</i>	10
1.2.3.15. <i>Beneficios de una buena organización.....</i>	10

1.2.3.16. <i>Grupos, equipos y culturas corporativas</i>	11
1.2.3.17. <i>Gestión empresarial</i>	11
1.2.3.18. <i>Planificación estratégica</i>	11
1.2.3.19. <i>La planificación de la calidad.</i>	12
1.2.3.20. <i>Manual Administrativo</i>	12
1.2.3.21. <i>Gestión de Calidad</i>	12
1.2.3.22. <i>Manual de Procedimiento</i>	13
1.2.3.23. <i>Diagramas de Redes y actividades</i>	13
1.2.3.24. <i>Plan capacitación</i>	13
1.2.3.25. <i>Teoría de Políticas de Calidad</i>	13
1.2.3.26. <i>Teoría de la gerencia del valor al cliente</i>	14
1.2.3.27. <i>Teoría de la Calidad Total (T.Q.M)</i>	14
1.2.3.28. <i>Teoría de Deming</i>	15
1.2.3.29. <i>Teoría de la planificación para la calidad</i>	16
1.2.3.30. <i>Teoría de cero errores</i>	17
1.2.3.31. <i>Tecnología</i>	18
1.2.3.32. <i>Procesos</i>	18
1.2.3.33. <i>Talento Humano</i>	19
1.2.3.34. <i>Business Intelligent</i>	19
1.2.3.35. <i>Servicio y soporte al cliente</i>	20
1.2.3.36. <i>C.R.M. Colaborativo</i>	20
1.2.3.37. <i>Gestor de canales</i>	20
1.2.3.38. <i>Sistema de Gestión de la Calidad</i>	20
1.2.3.39. <i>Calidad del servicio</i>	21
1.2.3.40. <i>Evitación del trabajo</i>	21
1.2.3.41. <i>Justicia organizacional interpersonal</i>	21
1.2.3.42. <i>FAX</i>	21
1.2.3.43. <i>Call Center</i>	22
1.2.3.44. <i>Círculos de la calidad</i>	22
1.2.3.45. <i>Propósito del círculo de la calidad</i>	22
1.2.3.46. <i>Principios y condiciones de los círculos de calidad</i>	23
1.2.3.47. <i>Normas INEN</i>	24
1.2.3.48. <i>Normas ISO</i>	24
1.2.3.49. <i>C.R.M Analítico</i>	25
1.2.3.50. <i>Data warehouse</i>	25
1.2.3.51. <i>Características de Data Warehouse</i>	25
1.2.3.52. <i>Elementos de un Data Warehouse</i>	25

CAPÍTULO II

2.	MARCO METODOLÓGICO	26
2.1.	Enfoque de investigación	26
2.2.	Nivel de Investigación	26
2.3.	Diseño de investigación	26
2.3.1.	<i>Según la manipulación de la variable independiente</i>	27
2.3.2.	<i>Según las intervenciones en el trabajo de campo</i>	27
2.3.2.1.	<i>Transversal</i>	27
2.4.	Tipo de estudio	27
2.5.	Población y Planificación, selección y cálculo de, tamaño de la muestra.	28
2.6.	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	29
2.6.1.	Método	29
2.6.1.1.	<i>Deductivo- Inductivo</i>	29
2.6.2.	Técnicas	29
2.6.2.1.	<i>La encuesta</i>	29
2.6.3.	Instrumentos	29
2.6.3.1.	<i>Cuestionario</i>	29
2.6.3.2.	<i>Entrevista</i>	29
2.7.	Hipótesis	30
2.7.1.	<i>Señalamiento de las variables</i>	30

CAPÍTULO III

3.	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	31
3.1.	Resultados	31
3.1.1.	<i>Encuesta dirigida a los usuarios de la EP-EMAPAR en el área de atención al cliente del cantón Riobamba.</i>	32
3.1.2.	<i>Encuesta dirigida al personal interno de la EP-EMAPAR en el área de atención al cliente del cantón Riobamba.</i>	45
3.2.	Discusión de Resultados	57
3.3.	Propuesta	59
	CONCLUSIONES	67
	RECOMENDACIONES	68

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-3:	Las 2 agencias.....	32
Tabla 2-3:	La visión de la EP-EMAPAR es brindar un servicio de calidad.....	33
Tabla 3-3:	La empresa posee una excelente imagen Corporativa.	34
Tabla 4-3:	La buena imagen en el área de atención al cliente.	35
Tabla 5-3:	Existe respeto y amabilidad por el personal del servicio.	36
Tabla 6-3:	El tiempo de espera para ser atendido.....	37
Tabla 7-3:	La atención personalizada en el servicio.....	38
Tabla 8-3:	El empleado posee la aptitud necesaria.....	39
Tabla 9-3:	Tiene asesoramiento y ayuda al usuario.....	40
Tabla 10-3:	Evaluar el desempeño laboral.	41
Tabla 11-3:	Respuestas a sus problemas, reclamos, quejas.....	42
Tabla 12-3:	La actitud que muestra el empleado de la empresa.....	43
Tabla 13-3:	El vocabulario del empleado.....	44
Tabla 14-3:	Equipos, materiales, instalaciones y personal adecuados.	45
Tabla 15-3:	Los proyectos ejecutados satisfacen a los colaboradores.....	46
Tabla 16-3:	Miden y reportan los riesgos.....	47
Tabla 17-3:	Coordinación interna de la Empresa.	48
Tabla 18-3:	El servidor contribuye con el grupo de trabajo.	49
Tabla 19-3:	El servidor evaluado se adapta al ambiente de trabajo.	50
Tabla 20-3:	Los colaboradores son reconocidos y motivados por sus logros.....	51
Tabla 21-3:	La mejora del desarrollo de la empresa.....	52
Tabla 22-3:	La experiencia con la empresa.	53
Tabla 23-3:	La comunicación es afectiva y amable.....	54
Tabla 24-3:	La comunicación entre los trabajadores de la empresa.....	55
Tabla 25-3:	El ambiente de trabajo me motiva para trabajar.....	56

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-3:	Las 2 agencias.....	32
Gráfico 2-3:	La visión de la EP-EMAPAR es brindar un servicio de calidad.	33
Gráfico 3-3:	La empresa posee una excelente imagen Corporativa.	34
Gráfico 4-3:	La buena imagen en el área de atención al cliente.....	35
Gráfico 5-3:	Existe respeto y amabilidad por el personal del servicio.....	36
Gráfico 6-3:	El tiempo de espera para ser atendido.	37
Gráfico 7-3:	La atención personalizada en el servicio.	38
Gráfico 8-3:	El empleado posee la aptitud necesaria.	39
Gráfico 9-3:	Cuenta con asesoramiento y ayuda al usuario.	40
Gráfico 10-3:	Evaluar el desempeño laboral.	41
Gráfico 11-3:	Respuestas a sus problemas, reclamos, quejas.	42
Gráfico 12-3:	La actitud que muestra el empleado de la empresa.....	43
Gráfico 13-3:	El vocabulario del empleado.....	44
Gráfico 14-3:	Equipos, materiales, instalaciones y personal adecuados.	45
Gráfico 15-3:	Los proyectos ejecutados satisfacen a los colaboradores.	46
Gráfico 16-3:	Miden y reportan los riesgos.....	47
Gráfico 17-3:	Coordinación interna de la Empresa.	48
Gráfico 18-3:	El servidor contribuye con el grupo de trabajo.....	49
Gráfico 19-3:	El servidor evaluado se adapta al ambiente de trabajo.	50
Gráfico 20-3:	Los colaborados son reconocidos y motivados por sus logros.	51
Gráfico 21-3:	La mejora del desarrollo de la empresa.	52
Gráfico 22-3:	La experiencia con la empresa.....	53
Gráfico 23-3:	La comunicación es afectiva y amable.	54
Gráfico 24-3:	La comunicación entre los trabajadores de la empresa.....	55
Gráfico 25-3:	El ambiente de trabajo me motiva para trabajar.	56

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-3: Estructura Orgánica.....	60
---	----



ÍNDICE DE ANEXOS

- ANEXO A:** ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS.
- ANEXO B:** ENCUESTA DIRIGIDA AL CLIENTE INTERNO.
- ANEXO C:** SALA DE ESPERA PRINCIPAL.
- ANEXO D:** SALA DE ESPERA SECUNDARIA.
- ANEXO E:** USUARIOS ENCUESTADOS.

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo verificar el trabajo de análisis del CO de la EP-EMAPAR de la ciudad de Riobamba, basándose en el estudio de campo, el análisis técnico, teórico, social para mejorar la relación laboral de los clientes internos como de los usuarios, incrementando la satisfacción laboral, teniendo unos empleados comprometidos con la institución, buscando alcanzar objetivos. Para la elaboración del trabajo de investigación se realizó encuestas presenciales buscando conocer el ambiente que se maneja dentro del área de atención al cliente y la relación afable que existe ante al usuario y el colaborador público, observando si están de acuerdo con el tiempo que se demora para poder ser atendidos y el vocabulario adecuado que utilizan. Después de ser realizar el estudio de campo, se elaboró un estudio técnico recolectando información de suma importancia para poder definir cuáles serán muestras estrategias de mejora continua fortaleciendo lazos con el servicio al cliente. Por último, se detecta seis aspectos a mejorar y se plasmas estrategias que pueden ayudar como estar en constante mantenimiento de los equipos informáticos o tener un control adecuado de los riesgos a los que se puedan enfrentar los colaboradores, además deben tener en cuenta que motivarlos es un aspecto primordial buscando tener trabajadores satisfechos con la organización.

Palabras clave: <COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL (CO)>, <INVESTIGACIÓN>, <EM-EPAMAR>, <ANÁLISIS>, < ESTUDIO DE CAMPO>.



09-06-2022
1144-DBRA-UTP-2022

ABSTRACT

The objective of the present study was to verify the organizational behaviour (OB) in EP-EMAPAR located in Riobamba city based on a field study, a technical, theoretical, and social analysis in order to improve the employment relationship of internal clients and users, increasing job satisfaction, with employees committed to the institution, and thus achieve its goals. To develop the study, face-to-face surveys were carried out to know the environment within the customer service area and the good relationship that exists between the user and public employees, to see if he or she agrees with the time taken to be served along with the appropriate language they use. After the field study, a technical study was carried out collecting relevant information to be able to define the strategies for a continuous improvement, strengthening ties in the customer service area. Finally, six aspects to be improved were detected as well as strategies that can help such as being in constant maintenance of computer equipment or adequate control of risks that employees may face, in addition, they must take into account that motivation becomes a fundamental element to have satisfied workers within the organization.

Keywords: <ORGANIZATIONAL BEHAVIOR (OB)>, <RESEARCH>, <EM-EPAMAR>, <ANALYSIS>, <A FIELD STUDY>.



Luis Fernando Barriga Fray

0603010612

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación está dirigida a la mejora de la calidad en cuento al servicio con los usuarios internos como externos buscando y aplicando herramientas administrativas que adquieran llenar la satisfacción de los clientes.

El departamento de atención al cliente de la EP-EMAPAR, al corresponder a una empresa del sector público en donde su objetivo es brindar los servicios de Agua Potable, Alcantarillado entre otros servicios, es un departamento de estrategias ya que tiene contacto directo con el cliente externo realizando un marketing indirecto hacia el exterior de la empresa, por tal motivo su calidad en el servicio brindado debe ser excelente, y es aquí en donde existe discrepancias entre el empleado y el usuario es por esa razón que era preciso realizar una investigación que consienta identificar los factores importantes que deterioran en forma negativa al servicio y a su vez establecer una solución clara.

Dentro del primer capítulo se analiza el problema observado, estudiando cuales son las posibles vías de solución, teniendo una visión de cómo se efectuarían los cambios a futuro basándose en los datos históricos y presentes, se conocerá cuáles son las actividades de la empresa en donde se ejecuta el trabajo de investigación, las delimitaciones del trabajo de investigación, los cuestionamientos y plantearnos cuáles serán las fundamentaciones filosóficas y legales y que debemos cumplir en la ejecución y avance del proyecto.

El segundo capítulo contienen los enfoques que se utilizaron en la realización del trabajo de investigación observando y obteniendo los datos más relevantes, a la vez se establecen los alcances y enfoques que tendrá la investigación logrando cumplir los objetivos establecidos, de igual manera se determinara la muestra de la población de estudio ejecutando los tipos de estudios documental buscando información sobre propuestas teóricas similares al tema y el de estudio de campo realizando la encuesta a la población obtenida.

El tercer capítulo contiene una tabulación y presentación de resultados sobre el análisis de los mismos, permitiendo priorizar los componentes más relevantes en la adquisición de información que ayuda a continuar con la investigación y verificando las hipótesis, plasmando un análisis de los resultados, además contiene las conclusiones y recomendaciones que se analiza de los resultados más particulares del trabajo de campo y de los estudios de los mismos ayudando para la propuesta de la empresa.

El proyecto de análisis del comportamiento organizacional de la EP-EMAPAR que permite el análisis e interpretación de los documentos históricos de forma imparcial para verificar la teoría con la realidad teniendo como objetivo encontrar las causas y consecuencias, para la ejecución de este trabajo fue necesario implementar diversas técnicas y herramientas de investigación desarrollando una propuesta mejor.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1. Antecedentes de Investigación

La empresa inicialmente realizó sus actividades como parte de la organización del municipio de Riobamba durante varios años. En el año 2004, durante la alcaldía del Dr. Ángel Yáñez se constituyó la Empresa Municipal de agua potable y alcantarillado del cantón Riobamba (EMAPAR), el 18 de enero del año 2010 en la alcaldía del Lcdo. Juan Salazar, la institución cambia la razón social a Empresa Pública - Empresa Municipal de agua potable y alcantarillado del cantón Riobamba (EP-EMAPAR).

La empresa tiene como finalidad brindar atención de calidad sus usuarios mediante el desarrollo de proyectos que mejore su bienestar y además crear nuevas fuentes de empleo para profesionales de diferentes ramas.

EP-EMAPAR se encuentra ubicada se encuentra ubicada en la Sierra central del país provincia de Chimborazo, tiene una superficie 28,13 km^2 su altitud media es de 2750 m, sobre el nivel de mar. Está conformada por 5 parroquias urbanas Lizarzaburu, Maldonado, Velasco, Veloz, Llaruquyes, y 11 parroquias rurales; Cacha, Calpi, Cubijéis, Flores, Lican, Licto, Púnjala, Punir, Quimiag, San Juan, San Luis, está ubicada en Av. 9 de octubre y Av. Juan Félix Proaño

1.2. Marco teórico

1.2.1. *Fundamentación filosófica*

En la fundamentación filosófica se corresponde a usar el enfoque cualitativo y cuantitativo con esta orientación tendremos la posibilidad de mirar los hechos en forma natural y con ningún tipo de participación, el procedimiento cualitativo lo usaremos en sí, pues la compañía tiene valores, elementos no mensurables, lo que sirve para darle una característica importante a la averiguación del mismo modo el acudimiento al procedimiento cuantitativo va a ser un recurso para cuantificar la recuperación de información atrás cuestiones planteadas llegando a conclusiones y sugerencias siendo objetivas para la plantación de la solución al problema.

Se plantea que la conjetura es una hipótesis o supuesto que se expone a modo de pregunta, respecto de un fenómeno o sobre una o varias interacciones en medio de las cambiantes que intervienen para que algo se dé. O sea, es una aseveración razonada que nace del relacionado teórico o experimental en el cual se mueve quien hace el conocimiento, cosmos real natural o

social, a diferencia de la premisa matemática o lógica, donde la proposición o supuesto se formula relacionadas con entidades abstractas o mentales. (Campos Cobarrubios & Bermudez Sanches , 2004)

Un aspecto de la operación de proponer premisa atañe al realizado de que la especificación que intentamos darle a un definido evento no podría ser exclusiva. Es más, el acto interpretativo que realizamos resulta más pro- ductivo una vez que se confronta a distintas explicaciones probables para un fenómeno, que compiten entre sí. (Cacciamani, 2014, pág. 20)

Al final se va a poder conseguir una averiguación de esencial de trascendencia y bastante variante según los cambios que se vayan presentando a lo largo del proceso investigativo y de esta forma con todo lo investigado poderse ajustar a las exigencias y necesidades que la averiguación y el problema requieran.

1.2.2. *Fundamentación legal*

Para la ejecución de sus ocupaciones la Organización Pública- Compañía Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Riobamba (EP-EMAPA-R) semejante a las organizaciones legalmente constituidas cumple con los puntos legales y reglas presentadas en la ley de la constitución de la República del Ecuador vigente:

1.2.2.1. Basado en la actual Constitución de la República del Ecuador

Del TITULO II, Capítulo segundo, Sección Primera.

Art. 12.- El derecho humano al agua es importante e irrenunciable. El agua constituye patrimonio nacional estratégico de uso público, inalienable, imprescriptible, inembargable e importante para la vida.

Del TITULO II, Capítulo segundo, Sección Novena

Art. 52.- Los individuos poseen derecho a contar con bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con independencia, así como a una información rigurosa y no engañosa sobre su contenido y propiedades. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los métodos de protección de las consumidoras y clientes; y las sanciones por vulneración de dichos derechos, la compostura e compensación por deficiencias, males o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza más grande.

Art. 53.- Las organizaciones, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán integrar sistemas de medición de satisfacción de los individuos usuarias y consumidoras, y llevar a cabo sistemas de atención y compostura.

El Estado responderá civilmente por los males y daños provocados a los individuos por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que se encuentren a su cargo, y por la falta de servicios que hayan sido pagados.

Art. 54.- Los individuos o entidades que presten servicios públicos o que hagan o comercialicen bienes de consumo, van a ser causantes civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o una vez que sus condiciones no se encuentren según la publicidad efectuada o con la especificación que incorpore.

Los individuos van a ser responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en particular aquella que ponga en peligro la totalidad o la vida de los individuos.

Del TÍTULO II, Capítulo sexto

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

25. El derecho a entrar a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, efectividad y buen trato, así como a recibir información idónea y veraz sobre su contenido y propiedades.

Del TÍTULO VI, Capítulo quinto

Art. 314.- El Estado va a ser responsable de la provisión de los servicios públicos de agua potable y de riego, saneamiento, energía eléctrica, telecomunicaciones, vialidad, infraestructuras portuarias y aeroportuarias, y los otros que determine la ley. El Estado garantizará que los servicios públicos y su provisión respondan a los principios de obligatoriedad, generalidad, uniformidad, eficiencia, responsabilidad, universalidad, accesibilidad, regularidad, continuidad y calidad. El Estado dispondrá que los costos y tarifas de los servicios públicos sean equitativos, y establecerá su control y regulación. (Asamblea Nacional , s.f.)

1.2.2.2. *Basado en la Ley Orgánica de Defensa del consumidor*

Capítulo II

ART. 4.- DERECHOS DEL CONSUMIDOR. - Son derechos primordiales del consumidor, a bastante más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o acuerdos mundiales, legislación interna, principios en general del derecho y costumbre mercantil, los próximos:

1. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con independencia;
2. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
3. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo a causa de los proveedores de bienes o servicios, en especial en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, porción, costo, peso y medida;

4. Derecho a la compostura e compensación por males y males, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;

Del Capítulo V.

ART. 18.- ENTREGA DEL BIEN O PRESTACIÓN DEL SERVICIO. - Todo distribuidor está en la obligación de dar o prestar, adecuada y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de recíproco consenso con el consumidor. Ni una alteración referente a costo, tarifa, precio de restauración u otras ajenas a lo expresamente acordado en medio de las piezas, va a ser fundamento de diferimiento

Del Capítulo VI

ART. 32.- OBLIGACIONES. - Las organizaciones encargadas de la provisión de servicios públicos domiciliarios, sea de manera directa o en ventaja de contratos de concesión, permanecen forzadas a prestar servicios eficientes, de calidad, oportunos, consecutivos y permanentes a costos justos.

Del Capítulo XIII

ART. 75.- SERVICIOS DEFECTUOSOS. - Una vez que los servicios prestados sean manifiestamente defectuosos, ineficaces, ocasionen mal o no se ajusten a lo expresamente acordado, los clientes van a tener derecho, además de la que corresponde compensación por perjuicios y daños, a que le sea restituido el costo cancelado. Además, el abastecedor de tales servicios, va a ser sancionado con una multa de cincuenta a quinientos dólares de USA de América o su equivalente en moneda de curso legal, sin perjuicio de las otras ocupaciones a que hubiere sitio. (Ediciones Legales, 2009)

1.2.2.3. Basado en la Ley del Sistema Ecuatoriano de la calidad

Del Título I

Art. 3.- Declárase política de Estado la demostración y la promoción de la calidad, en los espacios público y privado, como un elemento importante y prioritario de la productividad, competitividad y del desarrollo nacional.

Del Título III

Art. 50.- El Estado ecuatoriano propiciará el desarrollo y la promoción de la calidad, de la productividad y el mejoramiento constante en cada una de las empresas públicas y privadas, construyendo una conciencia y cultura de los principios y valores de la calidad por medio de la enseñanza y la capacitación. Para llevar a cabo con este objetivo, el Ministerio de Industrias y Productividad va a poder hacer uso de los espacios de publicidad que el Estado tiene en los

diferentes medios de comunicación. Nota: Artículo reformado por Ley No. 00, publicada en Registro Oficial Suplemento 351 de 29 de diciembre del 2010.

Art. 51.- Las entidades que componen la zona pública impulsarán programas de mejoramiento constante, cuyos fines sean el mejoramiento de los sistemas de organización y administración, con la intención de mejorar la productividad y la calidad. (oas.org, 2010)

1.2.3. Categorías Fundamentales

1.2.3.1. Comportamiento Organizacional

La conducta organizacional, tiene relación con todo lo referente con los individuos en el marco de las empresas, a partir de su máxima conducción hasta el grado de base, los individuos actuando solas o grupalmente, la persona a partir de su propia visión hasta la persona en su papel de líder o directivo, los inconvenientes y conflictos y los círculos virtuosos de incremento y desarrollo. (Alles , 2007)

La investigación del comportamiento organizacional estima que los procesos de administración se hacen con un enfoque sistémico y dinámico, La organización se concibe como un sistema de interrelaciones entre las personas que la unen, mediante los cuales, bajo el mando de los directivos, persiguen metas usuales. Bajo esta hipótesis, la administración del capital humano examina la conducta humana en las empresas por medio de la comprensión de las razones y los efectos que produce el grado de despeño en todos los miembros de las empresas. (Romero Gonzales , 2008, pág. 11)

1.2.3.2. Organización

La organización es el mecanismo para implantar la composición fundamental para la sistematización racional de los recursos en una organización. Esta sistematización se hace por medio de la asignación de jerarquías; así como de la disposición, correlación y agrupación de ocupaciones, con el propósito de poder hacer y simplificar las funcionalidades del conjunto social. . (Blandez Ricalde , 2014, pág. 56)

1.2.3.3. Elementos

- **Estructura:** la organización involucra implantar un marco de trabajo para un conjunto social específico, en el cual se delimitan funcionalidades, jerarquías y ocupaciones elementales para el cumplimiento de las metas.
- **Sistematización:** las ocupaciones y los recursos de la organización tienen que coordinarse de forma racional, con la intención de contribuir en la ejecución de un trabajo eficiente.

- **Agrupación y asignación de actividades y responsabilidades:** la organización involucra la necesidad de agrupar, dividir y dedicar funcionalidades, con el objetivo de impulsar la especialización.
- **Jerarquía:** la organización, como composición, fomenta la necesidad de implantar niveles de autoridad y responsabilidad en la organización.
- **Simplificación de funciones:** uno de las metas básicas en la organización es implantar los procedimientos más simples para hacer el trabajo de la mejor forma viable.

1.2.3.4. *Desempeño*

Según Chiavenato (2000) define el funcionamiento, como las actividades o comportamientos vigilados en los empleados que son importantes el logro de las metas de la organización, En impacto, asegura que in buen funcionamiento gremial es la fortaleza más importante con la que cuenta una organización.

1.2.3.5. *Evaluación del desempeño*

Las evaluaciones son la base para la toma elecciones como ascensos, incrementos de sueldos, despidos, etc. (Blandez Ricalde , 2014, pág. 92)

Los motivos por los cuales debemos evaluar son:

- Medir los resultados de las labores personales
- Conceptualizar comportamientos.
- Conceptualizar cualidades.

Los responsables de realizar las evaluaciones son:

- Preeminente inmediato.
- Compañeros.
- El mismo trabajador (auto evaluaciones).
- Subordinados inmediatos.

1.2.3.6. *Trabajo en equipo*

Es un número limitado de individuos con habilidades completarías involucrados con un objetivo, un objetivo de trabajo y un planeamiento usuales y con responsabilidades recíproca compartida. (Katzenbach & Smith , 1996)

1.2.3.7. *El Liderazgo*

El jefe debería de inspirar a sus trabajadores a desenvolverse mejor que lo anhelado, a ver más allá de sus propios intereses y estimularlos a laborar hacia una incitante y desafiante perspectiva del futuro. Esta segunda visión es llamada liderazgo transformacional y necesita administradores que logren mostrar carisma e importancia por los empleados. (Blandez Ricalde , 2014, pág. 74)

1.2.3.8. *Motivación*

Según Martinex (2012), fue usado de tan distintas maneras en psicología que en la actualidad no existe un convenio general sobre el tipo de conducta que podría ser clasificada como conducta motivada. Lo cual sí parece existir es el consenso de que la característica peculiar de esa conducta es que va dirigida y dirigida hacia una meta.

1.2.3.9. *Control*

Control significa equiparar el manejo real con lo planeado, para establecer variaciones. Luego se analizan aquellas variaciones y se determinan las razones que impidieron que no se cumpliera con lo deseado. Una vez detectadas las razones, se hace a estudiarlas y volver a encauzar el proyecto de acción.

Control preliminar (pre control): Se realiza anterior a que empiecen las operaciones; se apoya en conceptualizar anticipadamente las políticas, los métodos y las normas. Esto se

- **Manuales de organización:** que sirven para establecer las ocupaciones y labores, así como para determinar las responsabilidades. Delimita a partir de un principio la manera de actuar para evitar desviaciones.
- **Presupuestos:** son planes de acción expresados en forma numérica para un tiempo de tiempo (regularmente un año).
- **Control de calidad:** propiedades primordiales que debería tener un producto para que satisfaga las necesidades de los consumidores. En este periodo los datos estadísticos son necesarios para evaluar la calidad del producto.

1.2.3.10. *El cambio organizacional*

Actualmente, las condiciones internas y externas de la organización permanecen cambiando. Se debería recordar que la organización es un sistema abierto que está impactado por diferentes componentes. En el exterior cambian las condiciones económicas, del medio ambiente, ecológicas, sociales y políticas. En el interior cambia la manera de vida, la manera de pensar, la manera de buscar resultados, etc. (Blandez Ricalde , 2014, pág. 96)

Las organizaciones tienen que reaccionar velozmente a los cambios y adaptar sus procesos de manera flexible. Las organizaciones poco innovadoras y burocráticas no responden a los cambios y tienden a desaparecer.

Contabilización de los recursos humanos. Numerosas empresas supervisan la moral de los empleados o la buena atención que se ofrece a los consumidores por medio de ciertos estudios. Éstos son comunes en organizaciones de servicios como escuelas y nosocomios. Una organización con mal clima organizacional puede tener inconvenientes en el instante de atraer nuevos talentos. Lickert indica distintas condiciones que distinguen los haberes humanos en una organización:

- a) Grado de sabiduría y capacidades.
- b) Grado de capacitación
- c) Grado de metas de manejo.
- d) Calidad de liderazgo.
- e) Calidad en la comunicación.
- f) Calidad en la toma de decisiones
- g) Capacidad para poder hacer una coordinación positiva.
- h) Capacidad para usar la vivencia.
- i) Capacidad para poder hacer un conjunto laboral cooperativo.
- j) Capacidad de los procesos de control.

1.2.3.11. *Satisfacción laboral*

La satisfacción laboral son percepciones y sentimientos que experimenta los trabajadores en relación a su trabajo y diferentes puntos del trabajo. (Spector , 1985), Navarro, et al. (2010) definen dos tipos de satisfacción laboral:

- **Intrínseca:** Esta clase de satisfacción esta originada por componentes involucrados con la labor en si (variedad, complejidad, interés, soberanía, probabilidad de aprender entre otros)
- **Extrínseca:** Tiene su origen en fuentes externas al trabajador, en relación al entorno o ambiente en el cual la labor se realiza (relaciones con los mejores y con los compañeros, sueldo, horas de trabajo, estabilidad, reconocimiento, entre otros) (Uribe Prado, 2015)

1.2.3.12. *La comunicación en la estructura*

El diseño de la organización debería de facilitar la comunicación entre empleados y departamentos. Para eso se usan los enlaces, que se definen como el tamaño de comunicación y coordinación existente entre los recursos de la organización. (Blandez Ricalde , 2014, pág. 65)

Existen dos tipos de enlaces:

- **Los enlaces en forma vertical:** se utilizan para coordinar las ocupaciones en medio de las piezas mejores e inferiores de una organización. Las empresas tienen la posibilidad de ocupar extensa variedad de dispositivos estructurales para conseguir los enlaces verticales, inclusive las referencias jerárquicas, normas y métodos, planes y programas, puestos o niveles de jerarquía y sistemas de información de gestión formales.
- **Enlaces en forma horizontal:** la comunicación horizontal derrumba obstáculos entre los departamentos y da oportunidades de coordinación entre los empleados para conseguir la unidad de esfuerzos y fines organizacionales. Los enlaces horizontales se refieren al volumen de comunicación y coordinación entre departamentos de la organización. Esta clase de enlace agiliza los sistemas de comunicación y el trabajo, y promueve un contacto directo entre gerentes y empleados.

1.2.3.13. *Fundamentos y etapas de la organización*

Hay pocos casos en los cuales los gerentes hayan planeado la organización de la organización a partir de su inicio de tareas. La mayor parte de las organizaciones han crecido sin planes. Una vez que el gerente se dio cuenta de la virtud de la planificación, se trata bastante más de emprender una reorganización que una organización. No obstante, la fase inicial es la misma: se determinan las metas y enunciados de la compañía y se traza una gráfica a fin de alcanzarlos. (Blandez Ricalde , 2014, pág. 58)

1.2.3.14. *Etapas de la organización*

Las etapas para una buena organización consisten en determinar:

1. Las metas de la organización.
2. Las superficies simples de la gestión.
3. La especificación de todos los puestos.
4. El perfil del personal (cómo deseamos que sea el individuo que va a utilizar el puesto)
5. El número de plazas para cada puesto.

1.2.3.15. *Beneficios de una buena organización*

A continuación, se listan los principales beneficios que se obtienen tras realizar una buena organización:

- Resuelve conflictos entre personas, puesto que cada uno es responsable de las ocupaciones que debería hacer.
- Previene duplicidad de funcionalidades.

- Provoca que la comunicación sea más simple.
- Propicia las maneras de ascenso.
- Da una base eficaz para la evaluación y calificación de las capacidades.
- Es viable saber hasta qué punto está respondiendo la población.
- Ayuda a la gestión de salarios.
- Posibilita la extensión.
- Posibilita incrementar la cooperación y las emociones de independencia.

1.2.3.16. *Grupos, equipos y culturas corporativas*

La cultura de una organización es el grupo subyacente de valores, creencias, puntos y reglas clave compartidas por los empleados. Dichos valores subyacentes tienen la posibilidad de corresponder al comportamiento ético, compromiso con los empleados, la eficiencia o servicio al comprador y otorgan el componente adherente que conserva ligados a los miembros de la organización. La cultura de una organización no está redactada, sin embargo, puede observarse en sus relatos, lemas, rituales, ropa y disposición física de la oficina. (Blandez Ricalde , 2014, pág. 81)

1.2.3.17. *Gestión empresarial*

Regir una actividad (para nuestro caso: una compañía o una institución) significa dirigirla, conducirla, o en otros términos, regir el curso de su desempeño. Toda compañía, a partir de aquella que se encuentre conformada por las operaciones económicas de una sola persona hasta las vastas corporaciones transnacionales, requiere ser administrada para guiar e integrar todos sus elementos. Estos elementos son los individuos, los accesorios, las prácticas y técnicas aplicadas, así como los puntos financieros, todo lo que ha de estar coordinado por un administrador o ejecutivo. Las labores de gestión suponen, por consiguiente, una actividad estructurada y planificadora, a las que se agregan las funcionalidades de control y dirección como maneras de realizar y a buen término toda programación y organización previas. De aquel modo, tenemos la posibilidad de mencionar que las 4 funcionalidades que caracterizan a un óptimo administrador son: programación, organización, dirección y control. (Baldwin , 2010, pág. 18)

1.2.3.18. *Planificación estratégica*

Nació como una forma de interpretar y usar mejor los datos conseguidos en la averiguación social para producir una plataforma estratégica más dinámica y lograr campañas más eficaces. Implementada al principio en Inglaterra a fines de los años 60 y con base en la integración de un nuevo tipo de profesional especializado que desempeña dicha actividad, nombrado planificar, la idealización estratégica tardó bastante tiempo en extenderse fuera de Inglaterra, llegando al

mercado norteamericano veinte años más tarde de su construcción –en los años 80– y al resto de todo el mundo 10 años después. (Cuesta , 2012, pág. 38)

1.2.3.19. *La planificación de la calidad.*

La idealización de la calidad corresponde a la primera fase de lo cual hemos determinado como administración de la calidad. Una buena administración radica claramente en realizar las 3 siguientes fases según Pola (2009, pág. 24)

- Planear el futuro.
- Ordenar los recursos.
- Mantener el control de los resultados.

La planeación de la calidad encierra a los 3 primeros puntos que señalamos en la introducción de este asunto y que tenemos la posibilidad de resumir de esta forma:

- Conceptualizar las políticas de calidad.
- Crear las metas.
- Entablar las tácticas para conseguir estos fines.

1.2.3.20. *Manual Administrativo*

Se puede expresar que el Manual Administrativo es un archivo de simple funcionamiento, que reúne información en cuanto a la composición orgánica, funcionalidades, políticas, reglas, sistemas, métodos, ocupaciones y labores que se desarrollan en una organización de forma ordenada y eficiente; que sirven como medios de comunicación y coordinación para mejorar el manejo de las labores empresariales, siendo éstos documentos activos que permanecen con el propósito de la implementación de todo el personal de la organización y que permanecen sometidos a un cambio y actualización constante. (Parreño Herrera, 2002, pág. 49)

1.2.3.21. *Gestión de Calidad*

Comprendemos por administración de la calidad el grupo de actividades encaminadas a planear, acomodar y mantener el control de la funcionalidad calidad en una compañía. Esta labor consta primordialmente de los próximos puntos:

- Conceptualizar las políticas de calidad de la compañía, relacionadas con los principios empresariales y en funcionalidad de la naturaleza del comercio.
- Implantar fines evidentemente definidos, acordes con las políticas de la organización.
- Hacer la idealización con base a las metas anteriores, estableciendo las tácticas y los recursos necesarios.

- Conceptualizar la organización, con las funcionalidades y responsabilidades, para que se lleve a cabo la organización.
- Elegir y conformar al personal para cada puesto de trabajo.
- Motivar a la población para el logro de las metas.
- Mantener el control del desarrollo del programa estableciendo las medidas correctivas correctas.

El grupo de actividades aquí indicadas es indispensable si se anhelan conseguir las metas de la calidad. Es fundamental resaltar que es elemental la colaboración de todo el personal del departamento, e inclusive de técnicos o especialistas de otros apartamentos, en el establecimiento de las metas de calidad. (Pola , 2009, pág. 24)

1.2.3.22. *Manual de Procedimiento*

El manual de métodos es un archivo del sistema de Control Interno, el cual se crea para obtener una información descriptiva, ordenada, sistemática e integral que tiene cada una de las indicaciones, responsabilidades e información acerca de políticas, funcionalidades, sistemas y métodos de las diversas operaciones u ocupaciones que se hacen en una organización (Palma , 2010).

1.2.3.23. *Diagramas de Redes y actividades*

Herramientas de redes que se aplican para planificar; programas y mantener el control de ocupaciones de uno o diversos procesos para realizarlos en un periodo y conto óptimo. Representa los flujos de trabajo paso a paso de los elementos en un sistema. (Moderna , 1996)

1.2.3.24. *Plan capacitación*

Idalberto Chiavenato, creador de identificado prestigio en la zona de recursos humanos, define el Proyecto de capacitación como “un proceso a corto plazo aplicado de forma sistemática y estructurada, por medio del cual los individuos obtienen conocimientos, capacidades, y capacidades en funcionalidad de fines definidos””.

1.2.3.25. *Teoría de Políticas de Calidad*

Autor: Shigeru Mizuno

El trabajo de la gestión para fomentar la calidad, se basa en entablar y encargar las políticas de calidad. Es necesario de un sistema administrativo matricial interfuncional, para el trabajo de TOC. La calidad total requiere estar planeada por medio de una definición clara de las responsabilidades de la media y alta gestión y la formación de un comité de control de calidad

total. Su programa incluye los próximos recursos y sugerencias. Procedimientos para el diseño y control de producto, programas de capacitación en control de calidad para todos los trabajos, formación en ciclos de control de calidad, medición de precios y pérdidas en relación con la carencia de calidad, trabajo de procedimientos estadísticos para el control de y mejorar los productos y entablar la política de auditoría de control de calidad. (Vargas Quiñones & De Vega , 2006 , pág. 52)

1.2.3.26. *Teoría de la gerencia del valor al cliente*

Autor: Karl Albretch

Karl Albrecht, nos da a conocer el triángulo interno y externo, en donde se sustenta las etapas de servicio en donde se trabaja en los capítulos de conceptos, de la misma forma que implementan 2 teorías sobre la calidad subrayando la cadena de costo, sabiendo que esta es dar al cliente un servicio con un forma más concreta y exitosa. Y representa el tamaño que se le da a un servicio /producto una vez que se ha logrado solucionar conflictos, satisfaciendo las necesidades, o conformar parte de la cadena por la que se añade costo. (Vargas Quiñones & De Vega , 2006 , pág. 54)

Para medir la calidad del servicio, desarrolla siete puntos a saber:

1. Respuesta rápida
2. Atención
3. Comunicación fluida, discernimiento y a tiempo
4. Accesibilidad para resolver problemas
5. Ser afables en la atención y en el servicio
6. Credibilidad expresada en hechos
7. Comprensión de las necesidades y expectativas del cliente.

Just in Time

Es la cultura industrial que nos ayuda en las actividades de elaboración de con productos en proceso únicamente necesarios, es un método que da cantidades necesarias y en el momento debido, en la fabricación de productos este método es innovador ya que nos mantiene al tanto de las materias primas y los productos que llegan justo a tiempo, sea este para la fabricación o para el servicio al cliente. (Philipp, 2005)

1.2.3.27. *Teoría de la Calidad Total (T.Q.M)*

Autor: Karow Ishikawa

Nació en 1915 en el Japón. Autor de la herramienta de la espina de pescado y del libro ¿Qué es el control total de la calidad? Fue el principal precursor de la calidad total en Japón y tuvo una

gran influencia en el mundo, ya que resaltó las diferencias culturales en las naciones, para el logro del éxito de la calidad. (Vargas Quiñones & De Vega , 2006 , págs. 47-48)

Sus principios básicos se relacionan a continuación:

1. En cualquier industria, control de calidad, es hacer lo que se tiene que hacer.
2. Inspección de calidad que no puede mostrar resultados no es control de calidad.
3. Control de calidad empieza y termina con la capacitación.
4. Control de calidad revela lo mejor de cada trabajador.
5. Los primeros pasos del control de calidad, deben estar orientados a conocer los requerimientos de los consumidores y los factores que los impulsan a consumir.
6. Prevenir ante los problemas potenciales y quejas.
7. La calidad tiene que construirse en cada diseño y en cada proceso.
8. El control de calidad es una disciplina que combina el conocimiento con la acción.
9. Las actividades de los círculos de control de calidad son congruentes con la naturaleza humana y pueden ser exitosos en cualquier parte del mundo.
10. Los métodos estadísticos son el mejor modo de controlar las operaciones.

1.2.3.28. *Teoría de Deming*

Nació en Iowa en 1900, vivió la revolución de la calidad en Japón, y desarrolló 14 estrategias para que las organizaciones lleguen a una posición de productividad y competitividad; de igual forma trabajo en las 7 enfermedades. Su trabajo ha hecho que sea reconocido en algunos lugares como el padre de la administración moderna muriendo en diciembre de 1993. (Vargas & De Vega , 2006 , pág. 46)

Sus principios son:

1. Establece conocimiento del propósito de la mejora del producto y el servicio con un plan para ser profesional y permanecer en el negocio.
2. Adquiere la nueva filosofía.
3. Acabar con la dependencia de la inspección masiva.
4. Terminar con la práctica de hacer negocios sobre la base únicamente del precio.
5. Decir el origen de los problemas.
6. Implementar en práctica métodos de capacitación para el trabajo.
7. Poner en práctica métodos modernos de inspección de los trabajadores de producción.
8. Eliminar de la compañía todo temor que impida que los empleados puedan trabajar efectivamente en ella.
9. Eliminar las barreras que existan en los departamentos.

10. Destacar objetivos numéricos, carteles y lemas dirigidos a la fuerza del trabajo que soliciten nuevos niveles de productividad sin ofrecer métodos para alcanzarlos.
11. Eliminar normas de trabajo que prescriban cuotas numéricas.
12. Retirar las barreras que enfrentan al trabajador de la línea con su derecho a sentir orgullo por su trabajo.
13. Instituir un vigoroso programa de educación y reentrenamiento.
14. Formar una estructura en la alta administración que asegure en el día a día los 12 puntos anteriores se han cumplido.

1.2.3.29. *Teoría de la planificación para la calidad*

Autor: Joseph Juran

Nació en Rumania en 1904, su dirección se basa en la administración de la calidad que consiste en planear, controlar y mejorar la calidad, enfoque conocido más comúnmente como la trilogía de la calidad. Ha tenido un fuerte hecho en el mundo por sus publicaciones y por su instituto de asesorías, además, por su participación en la Sociedad Americana de Control de Calidad.

Sus puntos corresponden entonces a la planeación de la calidad independientemente de la organización del producto o proceso. La calidad se puede generar en una serie de pasos llamado “mapa de planeación de la calidad”; en él se trabajan los siguientes aspectos (Vargas & De Vega , 2006 , pág. 46)

1. Personalización de los clientes
2. Identificar las necesidades de sus usuarios.
3. Traducir las necesidades a nuestra expresión
4. Desplegar productos con características que respondan en forma óptima a las necesidades de los clientes
5. Desenrollar un proceso que sea capaz de producir las características del producto
6. Transferir el proceso a la operación

Control de calidad: en este espacio Juran desarrolló los siguientes aspectos:

1. Establecer un lazo de retroalimentación en todos los niveles y para todos los procesos.
2. Asegurar que cada empleado se encuentre en estado de autocontrol.
3. Establecer los objetivos de calidad y una unidad de medición para ellos.
4. Proporcionar a las fuerzas operativas medios para ajustar el proceso de conformidad con los objetivos.
5. Transferir responsabilidad de control.
6. Evaluar el desempeño del proceso y la conformidad del producto mediante análisis estadístico.

7. Aplicar medidas correctivas para restaurar el estado de conformidad con los objetivos de calidad.

Mejoramiento de la calidad, este proceso se basa en conceptos fundamentales como:

1. Realizar todas las mejoras, proyecto por proyecto.
2. Establecer un consejo de calidad
3. Definir un proceso de selección de proyectos.
4. Escoger para cada proyecto un equipo de 6 a 8 personas con la responsabilidad de completar el proyecto.
5. Otorgar reconocimientos y premios.
6. Aumentar el peso del parámetro de calidad en la evaluación de desempeño en todos los niveles de la organización.
7. Anunciar de la alta dirección en la revisión del progreso de las mejoras de calidad
8. Proporcionar entrenamiento extensivo a todo el equipo administrativo en el proceso de mejora de calidad, sus métodos y herramientas para establecer el programa de mejora de calidad anual.

1.2.3.30. *Teoría de cero errores*

Autor: Philip B. Crosby nació en West Virginia en 1926, en 1979 fundó la compañía Philip Crosby Asociados y en 1991, Career IV, Inc. En los años 60 propuso un programa de 14 pasos que llamó el “cero defectos”. Además, trabajó su prescripción sobre la salud corporativa y la vacuna de la calidad. (Vargas & De Vega , 2006 , págs. 49-50)

Crosby también atestigua que la calidad se centra en cuatro principios absolutos:

1. Calidad es consumir con los requisitos.
2. El ecosistema de calidad es prevención.
3. El estándar de realización es cero defectos.
4. La medida de calidad es el precio del incumplimiento.

Con base en estos elementos se desarrollan los 14 principios los cuales se relacionan a continuación.

1. Establecer el compromiso de la dirección.
2. Crear un equipo de mejora de calidad.
3. Concretar indicadores de calidad para cada actividad.
4. Evaluar los costos de la falta de calidad.
5. Desarrollar la conciencia de la calidad.
6. Realizar acciones formales para corregir los problemas identificados a través de los pasos previos.

7. Establecer un comité para el día cero defectos.
8. Capacitar a los supervisores.
9. Realizar el día cero defectos.
10. Alentar a las personas para que establezcan objetivos para la mejora de sí mismos.
11. Identificar los problemas que impiden que el trabajo se realice con calidad.
12. Crear consejos de calidad con el personal de staff.
13. Establecer un programa de reconocimiento para aquellos que logran sus objetivos de calidad.
14. Realizar de nuevo los pasos anteriores

ISO 9001 Sistema de Calidad Modelo para el aseguramiento de diseño/ desarrollo; producción; instalación y servicio: Para usarse cuando la conformidad de los requerimientos especificados es para ser asegurada por el proveedor durante diferentes etapas, las cuales pueden incluir diseño/ desarrollo; producción, instalación y servicio

ISO 9002 Sistema de Calidad Modelo para el aseguramiento de diseño/ desarrollo; producción; instalación y servicio: Se usa cuando la aprobación de las exigencias específicas sirve para ser sostenidos por el proveedor durante producción e instalación

ISO 9002 Sistema de Calidad Modelo para el aseguramiento de la calidad en inspección final y prueba: Para usarse cuando la conformidad de los requisitos específicos es asegurada por el proveedor solamente en inspección final y prueba (Gonzales, 1993, pág. 448)

1.2.3.31. *Tecnología*

Se puede definir como la fase de discernimiento de uno para el arte industrial, que nos da la facilidad de crear las herramientas o pasos para elaborarlos, Cada conjunto de técnicas cuenta con un propia lenguaje, que se maneja de manera única y hábil, de forma que los factores los componen y estos duren correctamente predefinidos, de acuerdo con la comunicación adquirida para el desarrollo de tecnología dicha. (Cegarra, 2012, pág. 3)

1.2.3.32. *Procesos*

Un proceso contiene un sin número de pasos que esta unidos para elaborar un producto final llegando así a un objetivo concreto, ya que estos se estipula ante los recursos importantes, se regulan los procesos y para finalmente verificar el logro de metas trazadas. Dirigir las acciones dentro de las organizaciones. (Blandez, 2014, págs. 8-9)

Para el autor George Terry, cada una de ellas implica:

1. **Planeación:** En este se determina cuáles serán los objetivos y que proceso deben seguir determinando:

- Las metas de la empresa.
 - Las mejores estrategias para lograr los objetivos.
 - Las estrategias para llegar a las metas previamente establecidas.
2. **Organización:** Asigna actividades a elaborar a un grupo de personas, que establece y da a conocer el orden jerárquico de los empleados necesarios:
- Asignación de puestos y tareas
 - Escoger a las personas adecuadas para ocupar los puestos de trabajo.
 - La distribución de la organización.
 - Los métodos y procedimientos que se emplearán.
3. **Dirección:** El líder busca que todos sus compañeros de trabajo sigan un rumbo fijado y llegar a la meta que se han planteado con anterioridad:
- Establecer cómo se dirigirá el talento de las personas.
 - Establecer el estilo de dirección adecuado.
 - Ubicar a los individuos al cambio.
 - Determinar estrategias para solución de problemas, así como la toma de decisiones.
4. **Control:** consiste en la investigación de lo planeado y lo logrado; implica determinar:
- Las acciones que necesitan ser vigiladas.
 - Los medios de examen que se emplearán.

1.2.3.33. *Talento Humano*

La gestión de la contratación de recurso humano la visión que tiene la empresa en el área administrativa, puede que este sea pública o privada. Por esto la interpretación de las personas y la relación es mencionadas anteriormente, se separan de la administración de la empresa misma. (Bouzas & Reyes, 2019, pág. 36)

1.2.3.34. *Business Intelligent*

Buscar formas de ser más ágil y tener respuestas rápidas llegando a ser más eficientes, buscando transformar datos de una empresa en investigación y asignación a lo largo de la cadena de valor. Business Intelligent llega a ser un proceso de evolución de soporte para la toma de decisiones. Siendo un conjunto de métodos que se aplican, en prácticas y procesos asignados en la iniciación y la administración de información que permite tomar decisiones de forma correcta y eficiente hacia los usuarios de las organizaciones. (Curto & Conesa, 2012, págs. 19-20)

1.2.3.35. *Servicio y soporte al cliente*

Al momento que vamos a dar un servicio al cliente se lo hace desde que el producto está en percha hasta que el producto su ubicado en cada de cliente se puede conocer en su amplio termino, Dando a conocer que los principales elementos que llegan a llenar las expectativas de los usuarios se relaciones con la logística relacionado se con la estrategia de trasporte y estrategia de ubicación (Velloso, 2015, pág. 09)

1.2.3.36. *C.R.M. Colaborativo*

Está relacionado con las nuevas tecnologías que aplicó el E-Business y evoluciona al CRM, los clientes disponen de diversos de canales que van desde la tradicional comunicación telefónica ya sea para hacer un pedido o hacer un comunicado. Un esquema colaborativo significa poder conformar un pedido de acuerdo a las preferencias individuales, guiando al cliente dentro de los procesos internos para hacerlo, o permitir a un distribuidor configurar, orden e instalar productos y servicios acorde a los requerimientos de un cliente en particular. A medida que los nuevos canales de contacto e interacción se convierten en algo habitual y se madura en el uso de la tecnología, los clientes elevan cada vez as las expectativas, y lo que algún momento podría haberse considerado un diferencial ahora pasa a ser el estándar mínimo esperado de nivel de servicio de la empresa. (Croxatto , 2005, pág. 38)

1.2.3.37. *Gestor de canales*

Consiste en la realización de actividades conductuales al logro de una eficiente y eficaz interacción de los diversos medios existentes para el contacto con el usuario. (Sales , 2007)

1.2.3.38. *Sistema de Gestión de la Calidad*

Como un método de orientación supone entenderla como un guía directivo ecléctico, que integra tributos de los tres grandes paradigmas organizativos. De la organización científica del trabajo procede su preocupación por la producción, el alejamiento y la reasignación de los trabajadores, la calidad del producto y la parálisis administrativa que cuaja en el entrenamiento en técnicas de control estadístico de la calidad, dirección de la producción y análisis de tareas. El análisis estructural le ha inyectado las ideas sobre colaboración, trabajo en equipo y liderazgo, así como principios de diseño organizativo orientados hacia estructuras horizontales, federales y divisionales que combatan los perversos. (Camison, et al. 2006, pág. 90)

1.2.3.39. *Calidad del servicio*

Los nuevos enfoques sobre el crecimiento de los servicios y la progresiva inscripción de acciones de servicios por los fabricantes de bienes materiales, la particularidad engranaje de las distribuciones de servicio, como la intangibilidad, la heterogeneidad del producto, su carácter perecedero y la coinciden en el tiempo de la producción y el consumo hicieron que recibieran menor atención. Solo cuando los factores antes de lados existencia la importancia de los servicios, el interés por su calidad empieza a florecer. (Camison, et al. 2006, pág. 150)

1.2.3.40. *Evitación del trabajo*

Se refiere a aquellos comportamientos de los empleados que no contribuyen a los objetivos organizacionales, tales como la impuntualidad en la entrada y salida, ausencias frecuentes o prolongadas, fingimiento de trabajo, enfermedades, Así como actividad no relacionada con las obligaciones del puesto. También se le llama renuencia psicológica, que se manifiesta como impuntualidad, ausentismo reducción del esfuerzo o tiempo dedicado al trabajo, contención de ideas creativas, resistencia al cambio, insatisfacción y pérdida del bienestar. (Griffeth, et al. 2000)

1.2.3.41. *Justicia organizacional interpersonal*

El constructor de justicia organizacional se deriva de la teoría de equidad de (Adams , 1965) que propone que los individuos están motivados por ser tratados de manera equitativa en relación con el resto de sus compañeros de trabajo, De acuerdo con Hosmer & Kiewitz (2005), la justicia organizacional se refiere a la percepción de los empleados acerca de que tan justo es el trato que reciben por parte de su organización

1.2.3.42. *FAX*

Definido fax al envío de un documento o imagen a través de la línea telefónica. Por extensión, el dispositivo utilizado para este proceso recibe el mismo nombre, dispositivo que consiste en un teléfono y una suerte de fotocopidora. El fax fue una invención que tuvo una enorme importancia durante un tiempo relativamente extenso, en la medida en que posibilitó compartir documentación atravesando grandes distancias. Con el paso del tiempo, empero, fue dejando de utilizarse en gran medida por nuevas invenciones en el área de las telecomunicaciones. (Fax, 2014)

1.2.3.43. *Call Center*

El Call Center es el departamento de una empresa desarrolla actividades de comunicación telefónica y que tiene el fin de establecer una relación interactiva con los otros departamentos de la empresa, entre los consumidores, usuarios y clientes; así como las funciones de marketing.

Es una plataforma telefónica que tiene el objetivo de facilitar y mejorar la comunicación de la empresa con sus clientes, optimizando sus recursos y proporcionado un mayor “valor añadido al cliente haciendo de ello un proceso de apropiada competencia”

El Call Center requiere, mínimamente de una computadora que contenga la información actualizada de los clientes, a los efectos de ponerse a disposición de ellos ante sus consultas de cuentas pago a proveedores, pedidos, quejas o reclamaciones y sugerencias. (Peiro, 2007)

1.2.3.44. *Círculos de la calidad*

- Un Círculo de Calidad es un pequeño grupo de trabajadores que realizan tareas semejantes, y se reúnen para identificar, analizar y solucionar problemas del propio trabajo, ya sea en cuanto a calidad o a productividad. (Palom, 2009, págs. 36-39)
- Los Círculos de Calidad son grupos de trabajadores con un líder o jefe de equipo que cuenta con el apoyo de la organización de la empresa, cuya misión es transmitir a la dirección propuestas de mejora de los métodos y sistemas de trabajo.
- Se dice que los Círculos no constituyen ni un movimiento, ni un programa, ni un sistema, ni un método, sino esencialmente una nueva forma de la vida de trabajo, obtenida por una nueva mentalización del trabajador.
- Los Círculos de Calidad se reúnen para estudiar un problema de trabajo o una posible mejora del producto, pero no basta con identificar los fallos o los aspectos a mejorar. La misión del Círculo es analizar, buscar y encontrar soluciones, y proponer la más adecuada a la Dirección.
- Los Círculos de Calidad suponen que los trabajadores no sólo aportan su esfuerzo muscular, sino también su cerebro, su talento y su inteligencia.
- Los componentes de los Círculos estudian y analizan los problemas con métodos y técnicas científicas, hasta conseguir plantear varias alternativas de solución. Después de llegar al consenso proponen a la Dirección de la empresa las mejores alternativas.

1.2.3.45. *Propósito del círculo de la calidad*

Los Círculos de Calidad, como precipitación práctica de una nueva ideología de empresa, la Teoría Z, tienen unas intenciones acordes con esta nueva forma de entender al trabajo y al trabajador. (Palom, 2009, págs. 36-39)

Estos son:

- a) Contribuirá desplegar y afinar la empresa. No se trata de rendir culto al perfeccionismo, pero sí de provocar un crecimiento sano de la empresa, poniendo a punto todas sus potencialidades de realización. Sin embargo, hay que ser muy cuidadosos con el crecimiento. En contra de lo que muchos creen aumentar la cifra de ventas no es siempre la mejor alternativa para el desarrollo. Crecer en calidad, innovación, productividad, y servicio al cliente, crecer cualitativamente, en definitiva, es la única forma de asentar el futuro de la empresa sobre bases sólidas.
- b) Conseguir que el lugar de trabajo sea cómodo y rico en contenido. Suele decirse que el trabajo dignifica al hombre. Esto es cierto siempre y cuando este trabajo sea digno y propio de la naturaleza humana. Los trabajos repetitivos y rutinarios son propios de las máquinas y los robots, no de las personas. Los Círculos aspiran a lograr que el lugar de trabajo sea más apto para el desarrollo de la inteligencia y la creatividad del trabajador.
- c) Servir y desarrollar al máximo todas las capacidades del individuo. El elemento humano es el activo más importante y decisivo con que cuenta la empresa. Su potenciación constante provoca un efecto multiplicador cuyos resultados suelen sobrepasar los cálculos y estimaciones más optimistas. Y es que aún no se sabe nada o muy poco de las enormes

1.2.3.46. *Principios y condiciones de los círculos de calidad*

Los pilares sobre los que se sustentan los Círculos de Calidad son:

1. El reconocimiento a todos los niveles de que nadie conoce mejor una tarea, un trabajo o un proceso que aquel que lo realiza cotidianamente.
2. El respeto al individuo, a su inteligencia y a su libertad.
3. La potenciación de las capacidades individuales a través del trabajo en grupo.
4. La referencia a temas relacionados con el trabajo. De estos principios fundamentales se desprenden las siguientes condiciones para el funcionamiento de los Círculos de Calidad:
 - a) **Participación voluntaria.** El enunciado de la Teoría Z expresaba clara que el factor trabajo debe involucrarse libre y decididamente. Difícilmente se podrá crear un nuevo estilo de empresa si se empieza por obligar a los trabajadores a participar en los Círculos. Si no existe libertad, una voluntariedad libremente expresada, y un compromiso leal, se incumple uno de los principios básicos. Por otra parte, la no participación nunca debe ser motivo de discriminación. En las empresas pequeñas, al resultar más visibles las diferencias, los peligros son mayores, por lo que es preciso cuidar con gran atención este aspecto.
 - b) **Formación.** Sin ella no es posible ningún perfeccionamiento. El reciclaje de las personas debe ser constante y nunca rutinario. En muchos casos el propio componente del Círculo advertirá sus déficits al enfrentarse a problemas progresivamente complejos que superan

su nivel de conocimientos. La formación no sólo debe enriquecer al trabajador, sino, en esencia al ser humano en su plenitud y a que el conocimiento es una de las necesidades y motivaciones básicas de todo individuo.

- c) **Trabajo en grupo.** El espíritu de equipo, una vez superada la fase inicial de formación, favorece una sana competencia entre los distintos Círculos, y ésta se traduce en una superación constante tanto en las ideas como en las soluciones aportadas.
- d) **Grupo democrático.** El Círculo debe elegir al líder democráticamente. Puede coincidir con un mando de la empresa, pero sólo si los miembros le aceptan como tal y reconocen su liderazgo moral.
- e) **Respeto al compañero.** Aunque es algo que está implícito en el trabajo en equipo, la ausencia de esta actitud ha sido una de las causas frecuentes del fracaso en algunos Círculos. No es fácil conseguir que personas que trabajan en la misma empresa, o departamento tengan siempre los mismos objetivos y las mismas opiniones a la hora de encontrar soluciones a problemas cotidianos. Las divergencias y roces se producen de forma inevitable. Sin embargo, se puede y se debe discutir en un clima de respeto y confianza, si no el Círculo terminará por "estallar".

1.2.3.47. *Normas INEN*

La Norma Técnica INEN-ISO tiene el objetivo de establecer normas, a nivel global, a los gobiernos locales para la comprensión y la implementación de un sistema de gestión de la calidad que cumpla con los requisitos de la norma ISO 9001:2008 con el objetivo de satisfacer las necesidades y las expectativas de los ciudadanos. Entendiéndose, así como gobierno local, a la parte del gobierno en un país o nación que comúnmente está más cercana de la población, que se encarga de gestionar, gobernar y promover el desarrollo de un área local, y es responsable de la definición, el diseño, desarrollo e institucionalización de sus servicios públicos que se expresan en la provisión de productos, servicios a sus clientes y ciudadanos. (Servicio Ecuatoriano de Normalización, s.f.)

1.2.3.48. *Normas ISO*

Especificación técnica u otro documento accesible al público establecido con la cooperación y el consenso o la aprobación general de todas las partes interesadas, basada sobre resultados conjugados de la ciencia, la tecnología y la experiencia, que contempla ventajas para el conjunto de la comunidad y aprobada por un organismo cualificado a nivel nacional, regional o internacional.

Una norma ISO puede publicarse acompañada de un informe técnico que facilita y complementa el estudio y aplicación de la norma, pero que solo tiene carácter informativo. (Nuñez, 2007, pág. 22)

1.2.3.49. *C.R.M Analítico*

Busca recoger, convertir y dar disponibilidad para su análisis todo dato importante en cuanto a los usuarios su conexión con la empresa, productos, mercado y competencia.

La esencia del CRM Analítico es medir y entender las interacciones de los clientes y sus relaciones a distas situaciones, Es posible así medir las reacciones de los clientes a distintas campañas de marketing, la eficiencia de la fuerza de ventas, las consecuencias de distintas acciones de la competencia, el nivel de servicios y grado de satisfacción de los clientes, cuáles son los canales preferidos. (Croxatto , 2005, pág. 38)

1.2.3.50. *Data warehouse*

Siendo un repositorio de datos que proporciona una enfoque integral, común e integrada de los datos de la organización, independiente de cómo se vayan a utilizar posteriormente por los consumidores o usuarios con las propiedades siguientes: estable, coherente, fiable y con información histórica.

Al abarcar el ámbito global de la organización y un amplio alcance histórico, el volumen de datos de una data warehouse puede ser muy grande. Las bases de datos relacionado han sido el medir más usado para almacenar la data Waterhouse. No obstante, en la actualidad existen otras opciones que ofrecen modelas de datos más cercanos a las necesidades analíticos. (Conesa & Curto, 2015)

1.2.3.51. *Características de Data Warehouse*

- Orientado a un tema: Constituye una colección de información junto de un tema principal
- Integrado: Contiene datos de compuestos inicios y presenta consistencia de datos
- Variable en el tiempo; Se realizan fotografías de los datos basados en fechas o hechos a lo largo de periodos de tiempo prefijados.
- No volátil; Muestra lectura para los clientes al final.

1.2.3.52. *Elementos de un Data Warehouse*

Para conocer la información a ver de la data warehouse, se puede decir, en el centro de la organización, la elaboración del negocio, las vistas para el proceso de negocio y las medidas cuantificables asociadas a los mismos. De esta manera hablaremos de los siguientes elementos de la data warehouse

- **Hechos:** Representa los procesos de cada negocio.
- **Dimensiones:** Nos da a conocer las dimensiones que puede llegar a tener un negocio.
- **Métricas:** Estos son aquellos negocios cuantificables que lograría tener un negocio.

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Enfoque de investigación

El comportamiento organizacional y su impacto en el servicio al cliente de la empresa EP-EMAPAR del cantón Riobamba tiene como enfoque de investigación los métodos cuantitativos y cualitativos; el enfoque cuantitativo se basará en antecedentes históricos que permitirá la obtención de datos relevantes para la realización de un análisis, también se podrá establecer el pronóstico de tendencias el mismo que es considerado como cambio gradual de una serie de factores dentro de un tiempo tales como los resultados obtenidos del desempeño laboral. Mientras tanto el enfoque cualitativo se utiliza cuando no existen datos históricos y que se basa en las intuiciones y decisiones del investigador.

2.2. Nivel de Investigación

El enfoque cuantitativo es secuencial y probatorio, cada etapa precede a la siguiente y no podemos saltar pasos. El orden es importante esta comprende la idea, el planteamiento del problema se determina los objetivos y pregunta de investigación seguido por la revisión de la literatura para la construcción del marco teórico, se establecen hipótesis y variables; se traza un plan para probarlas diseño; se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos, y se extrae una serie de conclusiones. (Gomez, 2006)

El presente bosquejo se realizara en base a la investigación exploratoria la cual nos permite identificar nuevos problemas, variables, conceptos y establecer prioridades para la investigación respecto a una determinada realidad; y descriptiva la cual nos permite narrar los hechos como son observados, dentro de la investigación usando símbolos, imágenes, figuras geométricas, entre otros; que permitirá la obtención de información que conlleva a registrar, cuantificar, interpretar la información recolectada en el área de talento humano.

2.3. Diseño de investigación

Dentro del diseño de investigación se puede mencionar que es de tipo no experimental ya que se va a tratar de comprobar, confirmar, verificar el comportamiento organizacional dentro de la entidad pública en donde también se toman en cuenta la responsabilidad de los trabajadores.

2.3.1. Según la manipulación de la variable independiente

2.3.1.1. No Experimental

Una vez que se precisó el planteamiento del problema, se definió el alcance inicial de la investigación y se formuló la hipótesis, el investigador debe visualizar la manera práctica y concreta de responder a las preguntas de investigación, además de cubrir los objetivos fijados.

Un estudio no experimental no se constituye en ninguna situación; sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza, las variables independientes ocurren y no es posible manipularlas no se tiene control directo, porque ya sucedieron al igual que sus efectos. (Hernandez, et al. 2006, pág. 250)

2.3.2. Según las intervenciones en el trabajo de campo

2.3.2.1. Transversal

Distintos autores han adoptado criterios para clasificar la investigación no experimental. Sin embargo, han clasificado dicha investigación por su dimensión temporal o el número de momentos o puntos en el tiempo, en los cuales se recolectan datos. (Hernandez, et al. 2006, pág. 203)

En algunas ocasiones la investigación se centra en:

- Analizar cuales es el nivel o modalidad de una o diversas variables en el momento dado.
- Evaluar una situación, comunidad, evento, fenómeno o contexto en un punto del tiempo.
- Determinar o ubicar cual es la relación entre un conjunto de variables en un momento.

La investigación transversal recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado:

1. Investigar el número de empleados; desempleados y subempleados en una ciudad en cierto momento.
2. Determinar el nivel de escolaridad de los trabajadores de un sindicato en un punto en el tiempo.

2.4. Tipo de estudio

El tipo de estudio que se va a utilizar va a ser el documental y el de campo; el estudio documental se basará en la recopilación de información sobre propuestas teóricas similares al tema, en el caso de estudio de campo se recabará la información a través de encuestas que nos permitan obtener datos y percepciones acerca de la importancia de tener comportamiento organizacional dentro de la entidad pública.

2.5. Población y Planificación, selección y cálculo de, tamaño de la muestra.

Para Behar (2008) en su libro Introducción a la Metodología de la Investigación menciona que “la muestra es en esencia, un subgrupo de la población”, mediante la cual se obtiene un número de individuos quienes forman parte del estudio de investigación para dar una posible solución a un problema dentro una localidad, empresa u organización.

La Empresa de Agua Potable y Alcantarillado de Riobamba (EMAPAR), según su base de datos son 45000 personas que se encuentran habilitadas para realizar cualquier tipo de trámite. Al conocer el número de usuarios se procede a sacar el número de personas que serán encuestadas para conocer sus opiniones y expectativas sobre el servicio al cliente que realiza la empresa.

$$n = \frac{z^2 pq N}{E^2 (N - 1) + z^2 pq}$$

n= Tamaño de la muestra

Z = Margen de confiabilidad, 95% constante 1,96

p = Población con la característica= 0,5% ---- 0,5 (de acuerdo con el PDOT)

q = Probabilidad sin la característica: 0,5% ----- 0,5

E = Error de estimación o error maestro 5%

N = Población o universo de estudio= 45000

N-1 = Factor de corrección.

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 45000}{(0.05)^2(45000 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{43,218}{112,4975 + 0.9604}$$

$$n = \frac{43,218}{113,4579}$$

$$n = 380.916 = 381$$

Una vez calcula da muestra se conoce el número de personas que serán encuestas teniendo un total de 381 encuestas que se debe realizar.

Por otro lado, la EMAPAR cuenta con 8 empleados quienes se encargan de dar servicio al cliente, es por esto que también se aplicará una encuesta a ellos y como la población es pequeña no se realizara el cálculo de la muestra.

2.6. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

2.6.1. Método

Los métodos de búsqueda nos permiten desarrollar de una manera correcta la indagación y así llegar a los efectos trazados. Los métodos trabajados en la presente investigación son los siguientes:

2.6.1.1. Deductivo- Inductivo

Lo utilizamos en la búsqueda para la solución de problemas que nos planteamos, Consiste en emitir conjeturas acerca de las posibles soluciones al problema diseñado y en evidenciar con los datos utilizables si estos están de acuerdo a con aquellas. El método inductivo consiste en basarse en enunciados singulares, tales como descripciones de los resultados de observaciones o experiencias para plantear enunciados universales, tales como conjetura o teorías, (Cegarra, 2012, págs. 82-84)

2.6.2. Técnicas

Las técnicas de búsqueda permiten recoger datos para procesar y luego analizar, por lo tanto, se justificó llevar a efecto una encuesta. Es aquella que sirve al investigador para relacionarse con el objetivo y construir por sí mismo la realidad estudiada. (García, 2012)

2.6.2.1. La encuesta

Abastece una fuente importante de conocimiento científico básico. Es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador, siendo esta de manera online o personal.

2.6.3. Instrumentos

2.6.3.1. Cuestionario

Los cuestionarios proporcionan una alternativa muy útil para la entrevista, sin embargo, existen ciertas características que pueden ser apropiadas en algunas situaciones e inapropiadas en otra. Al igual que la entrevista, deben diseñarse cuidadosamente para una máxima efectividad.

2.6.3.2. Entrevista

El estudioso Rula Rojas (1980: 237- 250) indica que al encuentro del cuestionario por que se edifica habitualmente de la misma manera, las diferentes son:

- La persona encuestada da la información y el encuestador es quien lo va llenando
- Mediante una entrevista (cara a cara) se está en medios de obtener mayor información sobre preguntas abiertas, a diferencia de un cuestionario.
- Hay más medios de aclarar dudas sobre las preguntas aplicadas.

2.7. Hipótesis

Al analizar el comportamiento organizacional en la motivación, y desempeño laboral de los servidores públicos de la empresa EP EMAPAR en el área de atención al cliente, nos permitirá establecer el impacto que ello tiene en los miles de clientes de la mencionada empresa.

2.7.1. Señalamiento de las variables

Variable independiente X: Calidad en el servicio

Variable Dependiente Y: Atención al cliente

Término de la relación: Incide

CAPÍTULO III

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1. Resultados

En la EP EMAPAR analizaremos la planificación organizacional y su comportamiento en la y su incidencia en la atención del servicio al cliente, las cuales se aplicaron dos encuestas dentro del ámbito universal, una dirigida a los usuarios o personas que están habilitadas para realizar cualquier trámite y otra para los empleados de la empresa dedicados al servicio al cliente las mismas que se realizaron de manera presencial;

3.1.1. Encuesta dirigida a los usuarios de la EP-EMAPAR en el área de atención al cliente del cantón Riobamba.

1. ¿A cuál de las 2 agencias acudiría usted?

Tabla 1-3: Las 2 agencias.

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NORTE	193	50.7%
SUR	188	49.3%
TOTAL	381	100%

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

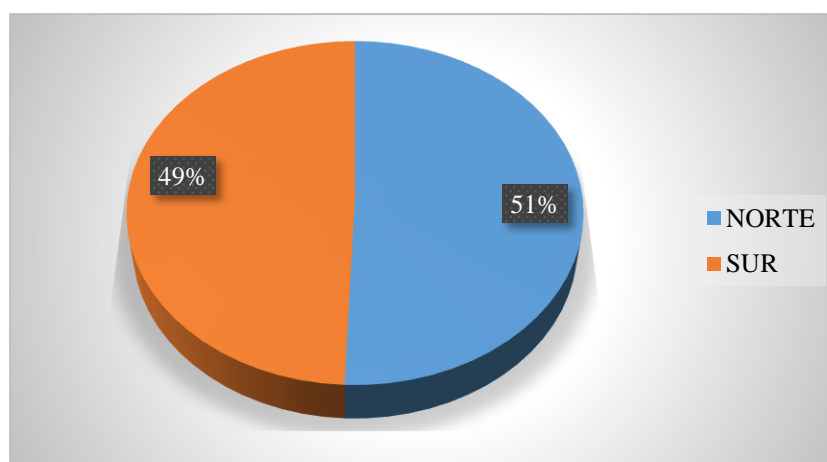


Gráfico 1-3: Las 2 agencias.

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos el 51% de los usuarios de EP- EMAPAR de la ciudad de Riobamba acudirían a la agencia ubicada en el NORTE la cual está próximo abrirse y el 49% acudiría normalmente a la agencia que está actualmente en el SUR de la ciudad.

Se puede observar que los usuarios acudirían normalmente a las 2 agencias ya que en si todos los usuarios se ubican geográficamente tanto en el norte como en el sur, y al implementar una nueva agencia sería de gran beneficio para ellos el no trasladarse a la agencia que más distante les queda sino la más cerca.

2. **Considera Ud., ¿que la visión de la empresa de Agua Potable de la ciudad de Riobamba es brindar un servicio de calidad en atención al cliente?**

Tabla 2-3: La visión de la EP-EMAPAR es brindar un servicio de calidad.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	147	38.6%
De acuerdo	206	54.1%
Indiferente	13	3.4%
En desacuerdo	15	3.9%
Totalmente en desacuerdo	0	0
TOTAL	381	100%

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

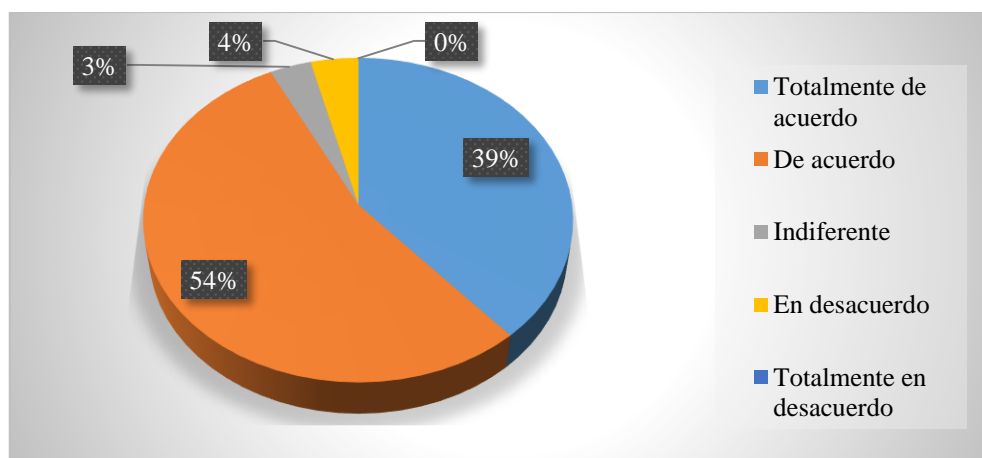


Gráfico 2-3: La visión de la EP-EMAPAR es brindar un servicio de calidad.

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

Análisis e interpretación

De las 381 personas encuestadas, se puede observar que el 39% de los abonados de la EP-EMAPAR de la ciudad de Riobamba están totalmente de acuerdo con la visión propuesta por la empresa que es brindar un servicio de calidad en atención al cliente, el 54% de los usuarios están de acuerdo, el 3% son indiferentes, el 4% están en desacuerdo, la última opción de totalmente en desacuerdo no ha sido tomada en cuenta en esta pregunta.

Más del 50% de los encuestados están de acuerdo en que la visión de la empresa es brindar un servicio de calidad en atención al cliente, donde el objetivo de plantear la visión de la empresa es que ayude como guía para que se pueda reflejar el trabajo de los empleados de la empresa en una misma dirección y con un servicio de calidad, alcanzando establecer los objetivos de la entidad satisfaciendo a los clientes y por ende logrando un éxito de la empresa.

3. ¿Cree que la empresa posee una excelente Imagen Corporativa en atención al cliente?

Tabla 3-3: La empresa posee una excelente imagen Corporativa.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	154	40.4%
De acuerdo	177	46.5%
Indiferente	16	4.2%
En desacuerdo	32	8.4%
Totalmente en desacuerdo	2	0.5%
TOTAL	381	100%

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

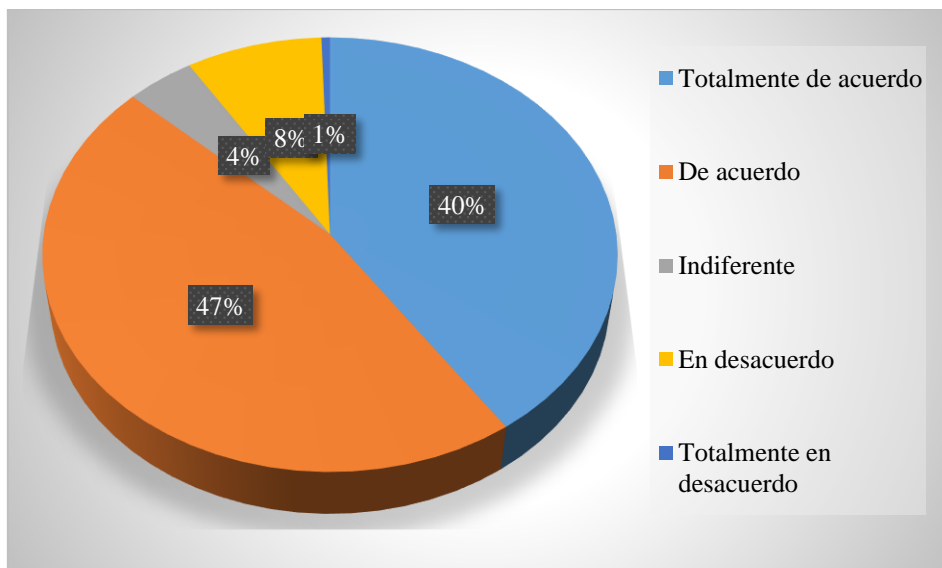


Gráfico 3-3: La empresa posee una excelente imagen Corporativa.

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados como podemos observar en el gráfico, el 40% de ellos están totalmente de acuerdo que la empresa EP-EMAPAR de la ciudad de Riobamba posee una excelente imagen corporativa, el 47% están de acuerdo, el 4% son indiferentes, el 8% están en desacuerdo y el 1% totalmente en desacuerdo siendo un número irrelevante antes los demás porcentajes.

Podemos observar que en este caso la mayor parte de la población encuestada tiene buenas referencias ante la imagen corporativa que proyecta la empresa siendo algo positivo en las actividades que se desempeña, sin embargo, no hay que ignorar las demás respuestas, ya que la imagen la componen los clientes cada que tienen una interrelación con la empresa. Es por eso que no es viable interferir en el establecimiento de una imagen, sino más bien en el fortalecimiento y desarrollo de una entidad.

4. ¿Experimenta una buena imagen de los empleados del área de atención al cliente en atención al cliente?

Tabla 4-3: La buena imagen en el área de atención al cliente.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	165	43.3%
De acuerdo	157	41.1%
Indiferente	25	6.6%
En desacuerdo	33	8.7%
Totalmente en desacuerdo	1	0.3%
TOTAL	381	100%

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

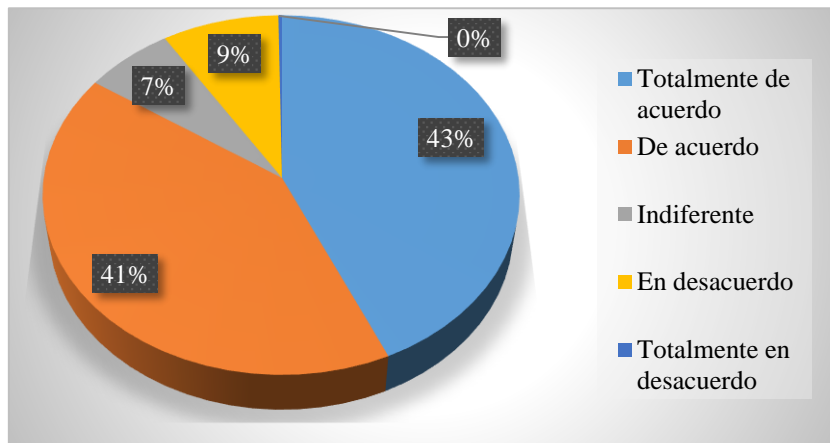


Gráfico 4-3: La buena imagen en el área de atención al cliente.

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

Análisis e interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos de las personas encuestadas, el 43% está totalmente de acuerdo con la imagen que muestra el personal interno de la empresa, el 41% está de acuerdo, el 7% se muestra indiferente ante el trato que reciben por parte de los trabajadores, el 9% están en desacuerdo y el último 0,3% está totalmente en desacuerdo con la imagen de los empleados.

Se puede evidenciar que un gran porcentaje con más del 80% de los encuestados expresan que la imagen que muestran los empleados es buena, por lo que los abonados no presentan muchas inconvenientes con el personal interno, ya que su comunicación es la idónea para la resolución de problemas constatados como para los trámites a realizar, pero en un porcentaje mínimo afirmaron que los trabajadores presentan una mala imagen con lo cual influyen en el mensaje el cual es fomentar una buena comunicación entre empleados y usuarios.

5. ¿En general existe respeto y amabilidad dispensado por el personal del servicio?

Tabla 5-3: Existe respeto y amabilidad por el personal del servicio.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	172	45.1%
De acuerdo	176	46.2%
Indiferente	19	5%
En desacuerdo	14	3.7%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
TOTAL	381	100%

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

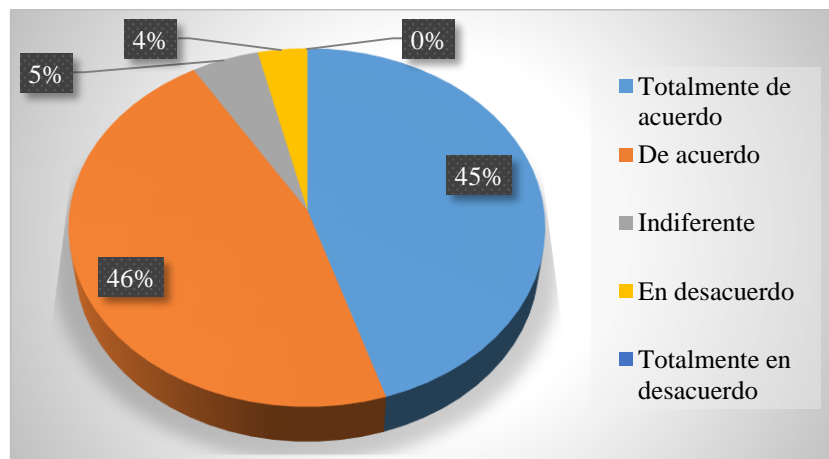


Gráfico 5-3: Existe respeto y amabilidad por el personal del servicio.

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

Análisis e interpretación

De las 381 personas encuestadas el 45% de los usuarios está totalmente de acuerdo con que existe el respeto adecuado tanto del usuario como del empleado público de la EP-EMAPAR de la ciudad de Riobamba, 46% está de acuerdo, el 5% se muestra indiferente con la relación laboral que pueda llegar a existir y el 4% está en desacuerdo, la opción totalmente en desacuerdo no ha sido tomada por los encuestados.

Hay opiniones favorables con relación al respeto y amabilidad que muestra el empleado público hacia los usuarios, siendo positivo en la realización de sus tareas y en la relación que pueden llegar a tener los usuarios con la empresa en general. Por su parte no hay que dejarse llevar por las buenas opiniones y quedarse estancados, sino al contrario, tomar en cuenta las malas opiniones hacia el personal y tener una mejora continua para el buen funcionamiento de la entidad.

6. ¿Está satisfecho con el tiempo de espera para ser atendido en atención al cliente?

Tabla 6-3: El tiempo de espera para ser atendido.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	149	39.1%
De acuerdo	56	14.7%
Indiferente	15	3.9%
En desacuerdo	117	30.7%
Totalmente en desacuerdo	44	11.5%
TOTAL	381	100%

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

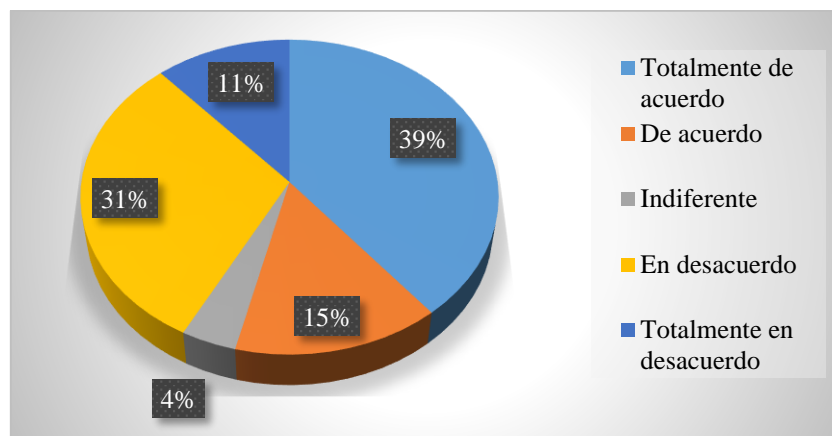


Gráfico 6-3: El tiempo de espera para ser atendido.

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

Análisis e interpretación

De las 381 personas encuestadas se puede observar que el 39% está totalmente de acuerdo con el tiempo de espera para poder ser atendidos, el 15% está en de acuerdo, el 4% se muestra indiferente. el 31% está en desacuerdo y el 12% se muestra en total desacuerdo con el tiempo para solucionar sus problemas.

Se puede observar que la mayoría de los encuestados están complacidos con el tiempo de espera para ser atendido en atención al cliente dentro de la empresa, lo cual se nota conformidad en el cliente. Mediante las opiniones de los encuestados se puede también observar que la empresa realiza un esfuerzo aprovechando las oportunidades en la mejora de la reducción del tiempo de espera, al mismo tiempo satisfaciendo la demanda y expectativa del usuario.

7. ¿La atención personalizada en el servicio recibido cumple con sus expectativas en atención al cliente?

Tabla 7-3: La atención personalizada en el servicio.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	100	26.2%
De acuerdo	141	37%
Indiferente	18	4.7%
En desacuerdo	108	28.3%
Totalmente en desacuerdo	14	3.7%
TOTAL	381	100%

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

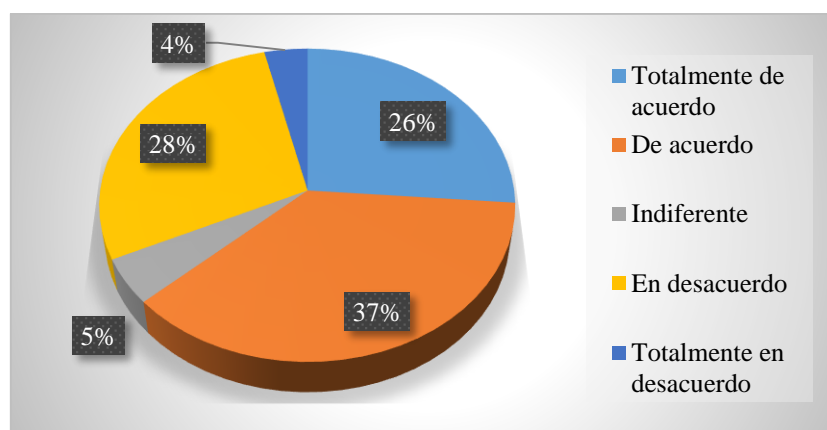


Gráfico 7-3: La atención personalizada en el servicio.

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

Análisis e interpretación

De las 381 encuestados de los usuarios de la empresa EP-EMAPAR de la ciudad de Riobamba, el 26% está totalmente de acuerdo con que la atención personalizada en el servicio cumple con su expectativa, el 37% está de acuerdo, el 5% se muestra indiferente, el 28% está en desacuerdo, y el 4% está totalmente en desacuerdo.

Observando los presentes resultados, más del 80% de las personas encuestadas piensan que la atención personalizada si cumple con sus expectativas, evidenciándose una relación cercana con el trabajador con el cual reciben un trato afectuoso, siendo esto importante para los usuarios y para la empresa, quien muestra el interés de resolver los problemas a cada usuario con el fin de encontrar solución a sus necesidades.

8. ¿El empleado que lo atendió posee la aptitud necesaria en el área de atención al cliente?

Tabla 8-3: El empleado posee la aptitud necesaria.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	138	36.2%
De acuerdo	208	54.6%
Indiferente	22	5.8%
En desacuerdo	11	2.9%
Totalmente en desacuerdo	2	0.5%
TOTAL	381	100%

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

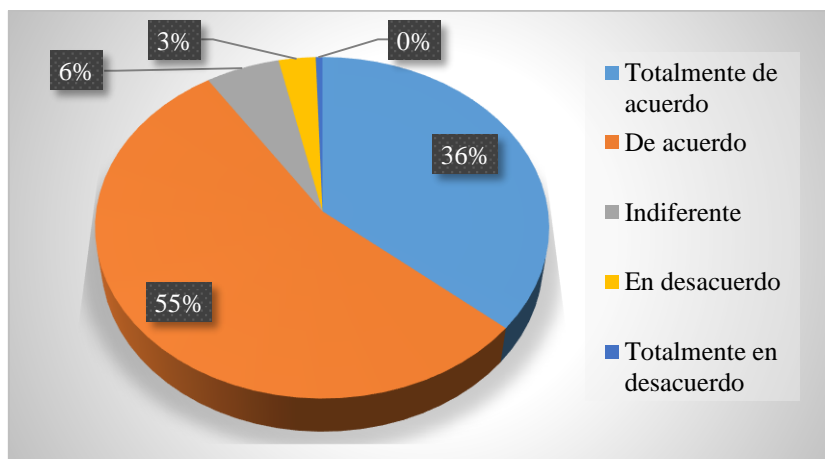


Gráfico 8-3: El empleado posee la aptitud necesaria.

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

Análisis e interpretación

De las personas encuestadas el 36% está totalmente de acuerdo con las habilidades que posee el trabajador de la EP-EMAPAR que lo atiende, el 55% está de acuerdo, el 6% se muestra indiferente, el 3% está en desacuerdo y el 0,5% está totalmente en desacuerdo con dicha aptitud. Mediante la observación y los resultados analizados podemos concluir que si existe la aptitud necesaria por parte del trabajador en el área de atención al cliente con respecto a su desempeño en sus actividades. Es así, donde el trabajador inspira confianza a través de sus conocimientos para una mejor orientación al usuario o cliente.

9. ¿Existe asesoramiento y ayuda al usuario en la realización de las gestiones a efectuar?

Tabla 9-3: Tiene asesoramiento y ayuda al usuario.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	144	37.8%
De acuerdo	184	48.3%
Indiferente	32	8.4%
En desacuerdo	20	5.2%
Totalmente en desacuerdo	1	0.3%
TOTAL	381	100%

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

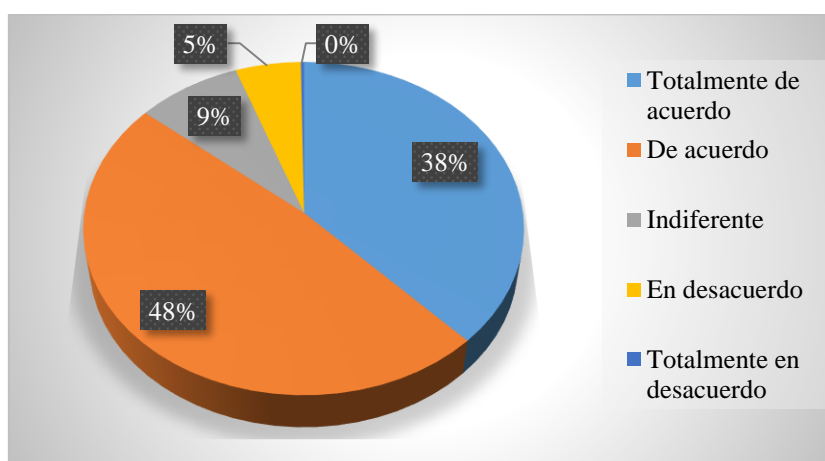


Gráfico 9-3: Cuenta con asesoramiento y ayuda al usuario.

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

Análisis e interpretación

De los 381 encuestados se puede observar que el 38% está totalmente de acuerdo con que existe asesoramiento y ayuda en la realización de sus gestiones a efectuar dentro de la empresa, el 48% está de acuerdo, el 9% se muestra indiferente con el asesoramiento y el 5% está en desacuerdo. Con más del 50% y con la mayor parte de los encuestados, se puede observar que los empleados de la EP-EMAPAR brindan un asesoramiento eficaz cuando el cliente acude a realizar alguna gestión dentro de la empresa, con lo que podemos deducir que los empleados están atentos a las dudas o interrogantes que presenta el usuario, existiendo así un buen servicio por parte de la empresa en el área de atención al cliente.

10. ¿La empresa debería evaluar el desempeño laboral de los empleados periódicamente?

Tabla 10-3: Evaluar el desempeño laboral.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	246	64.6%
De acuerdo	120	31,5%
Indiferente	5	1.3%
En desacuerdo	10	2.6%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
TOTAL	381	100%

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

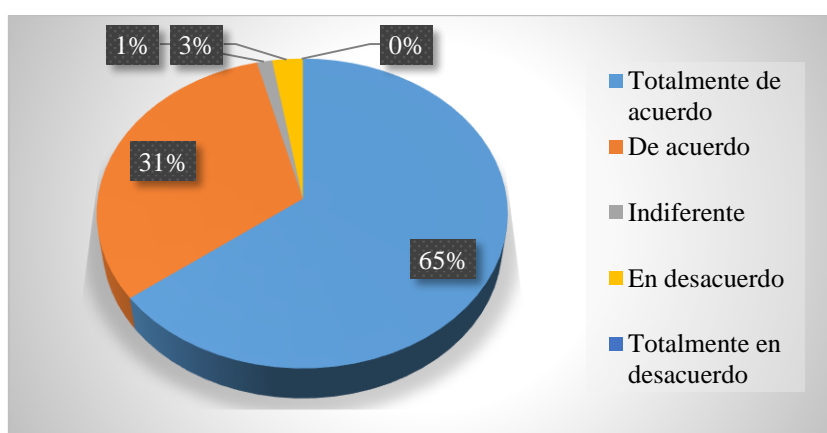


Gráfico 10-3: Evaluar el desempeño laboral.

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

Análisis e interpretación

De las 381 encuestas, se observó en el gráfico que el 65% está totalmente de acuerdo en que se debe evaluar el desempeño laboral del personal interno de la EP-EMAPAR de la ciudad de Riobamba, el 31% está de acuerdo con dicha evaluación, el 1% se muestra indiferente y el 3% está en desacuerdo.

Se puede observar que la mayor parte de los usuarios están totalmente de acuerdo que la empresa evalúe el desempeño laboral de sus empleados, buscando una mejora continua tanto para la institución como en el servicio de calidad al usuario midiendo y evaluando, atributos, comportamientos y resultados que vayan en relación a las actividades las cuales desempeñan dentro de la empresa, con el objetivo de saber si el empleado es eficaz o no, para de esa manera mejorar su rendimiento en un futuro y al mismo tiempo conservando una buena imagen hacia el usuario.

11. ¿Recibe respuestas a sus problemas, reclamos, quejas de manera rápida y efectiva?

Tabla 11-3: Respuestas a sus problemas, reclamos, quejas.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	115	30.2%
De acuerdo	102	26.8%
Indiferente	12	3.1%
En desacuerdo	115	30.2%
Totalmente en desacuerdo	37	9.7%
TOTAL	381	100%

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

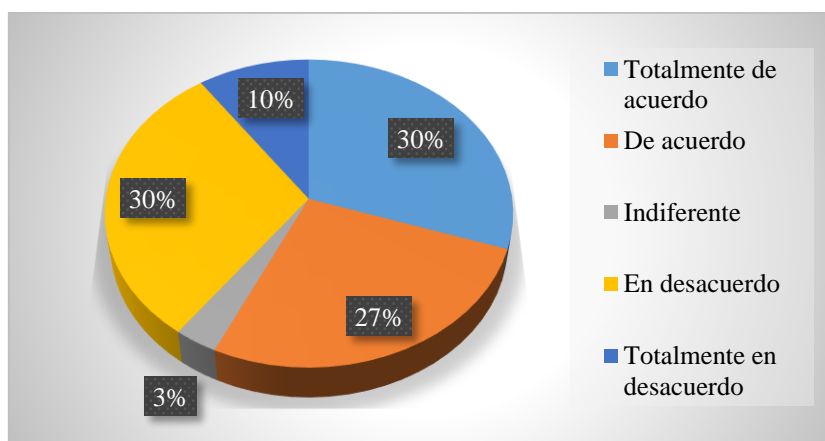


Gráfico 11-3: Respuestas a sus problemas, reclamos, quejas.

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

Análisis e interpretación

De acuerdo con el total de personas encuestadas, el 30% está totalmente de acuerdo en que se da solución a sus problemas, quejas y reclamos de manera rápida y efectiva, el 27% está de acuerdo, el 3% se muestra indiferente, el 30% está en desacuerdo y con un porcentaje mínimo que es 10%, los encuestados están totalmente en desacuerdo.

Podemos observar que hay un número alto de encuestados quienes afirman que, si reciben respuesta rápida a sus requerimientos, pero hay personas las cuales exponen mal estar ante sus reclamos y quejas donde afirman no estar satisfechos. Es importante que la comprensión y el atendimento hacia el cliente cuando presenta sus quejas y reclamos, el servicio debe ser de calidad dando soluciones rápidas y efectivas donde algo tan simple como el escuchar y solucionar será de gran satisfacción para el cliente.

12. ¿Al solicitar un servicio, la actitud que demuestra el empleado de la empresa es excelente?

Tabla 12-3: La actitud que muestra el empleado de la empresa.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	167	43.8%
De acuerdo	187	49.1%
Indiferente	6	1.6%
En desacuerdo	19	5%
Totalmente en desacuerdo	2	0.5%
TOTAL	381	100%

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

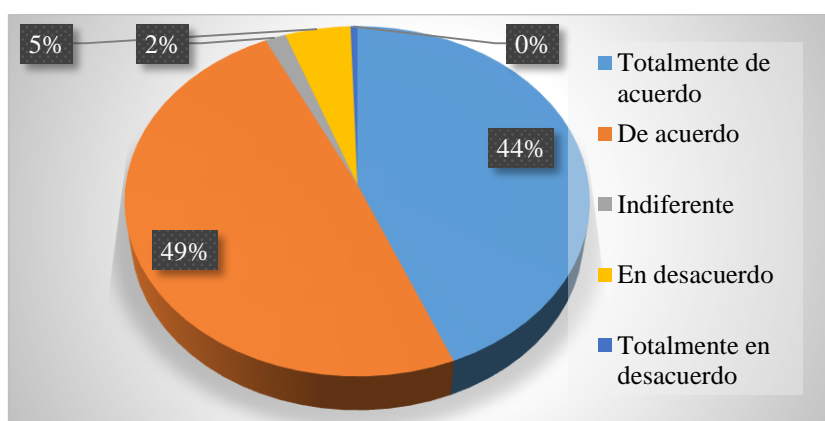


Gráfico 12-3: La actitud que muestra el empleado de la empresa.

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

Análisis e interpretación

De las 381 encuestas planteadas a los usuarios, el 44% está totalmente de acuerdo con la actitud que muestra el empleado en el momento que solicita un servicio, el 49% está de acuerdo, el 2% se muestra indiferente y el 5% está en desacuerdo.

Al finalizar las encuestas se puede observar que los clientes están satisfechos con la actitud que muestra el empleado al solicitar un servicio, lo que quiere decir que perciben la disposición inmediata por parte de los empleados, escuchando y resolviendo sus problemas de una manera rápida y eficaz.

13. ¿Utiliza el empleado un vocabulario adecuado para comunicarse con usted?

Tabla 13-3: El vocabulario del empleado.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	88	23.1%
De acuerdo	251	65.9%
Indiferente	15	3.9%
En desacuerdo	26	6.8%
Totalmente en desacuerdo	1	0.3%
TOTAL	381	100%

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

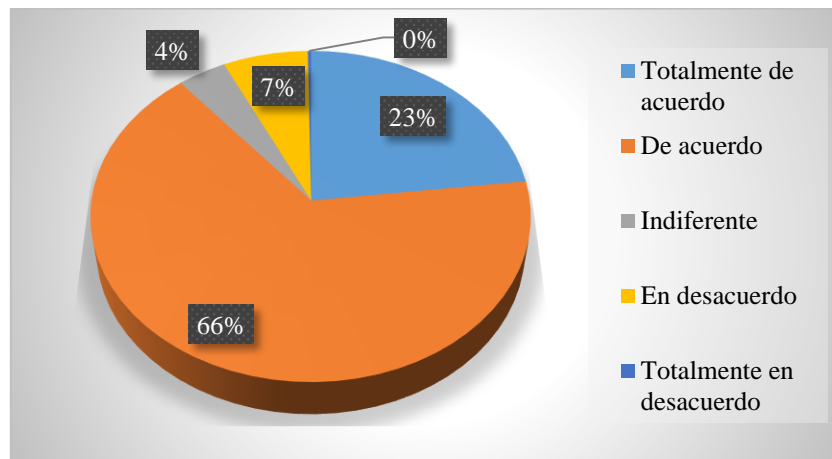


Gráfico 13-3: El vocabulario del empleado.

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos el 23% de los abonados están totalmente de acuerdo con el vocabulario utilizado por parte de los empleados de la EP-EMAPAR de la ciudad de Riobamba, el 66% está de acuerdo, el 4% se muestra indiferente, y el 7% está en desacuerdo.

La gran mayoría de los encuestados expresan que los empleados en el área de atención al cliente si poseen un vocabulario adecuado, lo cual evidencia la buena comunicación entre el trabajador y usuario, siendo esto un buen entendimiento entre ambas partes.

3.1.2. *Encuesta dirigida al personal interno de la EP-EMAPAR en el área de atención al cliente del cantón Riobamba.*

1. **¿La cantidad y apariencia física de equipos, materiales, instalaciones y personal son adecuadas para que usted brinde un buen servicio?**

Tabla 14-3: Equipos, materiales, instalaciones y personal adecuados.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	0	0
De acuerdo	5	28.6%
Indiferente	0	0
En desacuerdo	2	71.4%
Totalmente en desacuerdo	0	0
TOTAL	7	100%

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

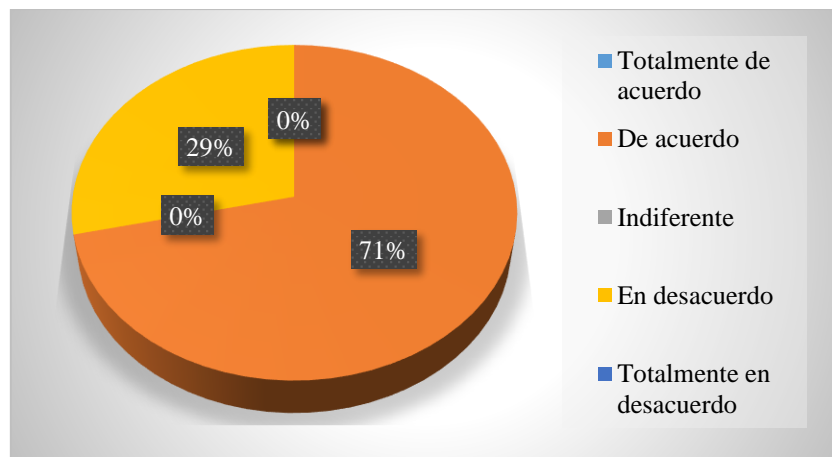


Gráfico 14-3: Equipos, materiales, instalaciones y personal adecuados.

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

Análisis e interpretación

De las encuestas aplicadas al personal interno en el área de atención al cliente de la EP-EMAPAR de la ciudad de Riobamba, el 29% están de acuerdo con las herramientas necesarias que se les brinda para un adecuado servicio al cliente, mientras que el 71% está en desacuerdo, las opciones totalmente de acuerdo, indiferente y totalmente en desacuerdo no han sido tomadas en cuenta por los trabajadores.

De acuerdo con los resultados obtenidos se puede observar que la mayor parte de los trabajadores están inconformes con la obtención de materiales y herramientas que la empresa les facilita, por lo que sería un problema a futuro el cual se presenta al momento de brindar un servicio donde el trabajador no podría ayudar al 100% las necesidades de cada usuario, tanto sus quejas como reclamos quedarían a la derriba sin solución alguna en la mayoría de casos.

2. ¿Los proyectos ejecutados generan actividades que satisfagan las necesidades de los colaboradores de la EP-EMAPAR?

Tabla 15-3: Los proyectos ejecutados satisfacen a los colaboradores.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	1	14.3%
De acuerdo	1	14.3%
Indiferente	2	28.6%
En desacuerdo	3	42.9%
Totalmente en desacuerdo	0	0
TOTAL	7	100%

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

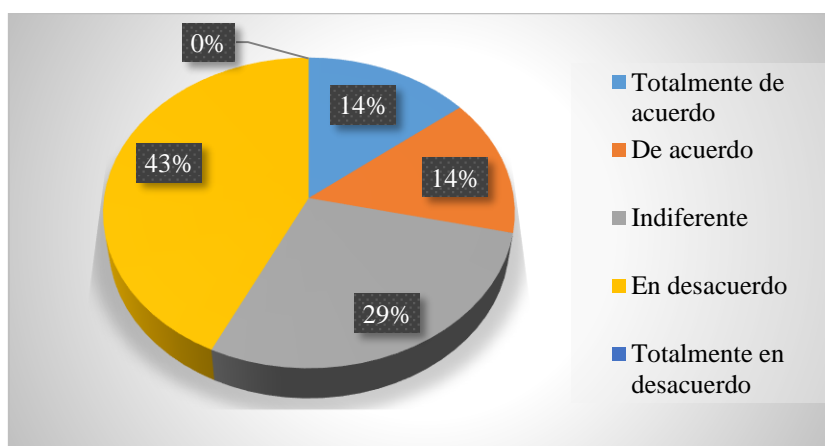


Gráfico 15-3: Los proyectos ejecutados satisfacen a los colaboradores.

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

Análisis e interpretación

Como podemos observar en el gráfico, el 14% del personal interno está totalmente en de acuerdo con que los proyectos ejecutados satisfacen las necesidades de cada colaborador, mientras que el 14% está de acuerdo, el 29% se muestra indiferente con los proyectos ejecutados y el 43% está en desacuerdo.

La mayor parte de los trabajadores en el área de atención al cliente se muestran indiferentes y en desacuerdo en que los proyectos de la empresa satisfacen sus necesidades y en un número reducido piensan que estos proyectos son positivos en las necesidades del trabajador. Se puede visualizar una inconformidad dentro del área de atención al cliente y es aquí donde los superiores o personas que están a cargo de dicha área deben de incluir y socializar la mayor parte de sus proyectos a los trabajadores donde ellos se sientan parte de la empresa con el fin de que el proyecto a ejecutar sea factible tanto directo e indirectamente en relación a sus trabajadores.

3. ¿Se miden y reportan los riesgos, el control, el cumplimiento y el desempeño?

Tabla 16-3: Miden y reportan los riesgos.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	2	28.6%
De acuerdo	1	14.3%
Indiferente	1	14.3%
En desacuerdo	3	42.9%
Totalmente en desacuerdo	0	0
TOTAL	7	100%

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

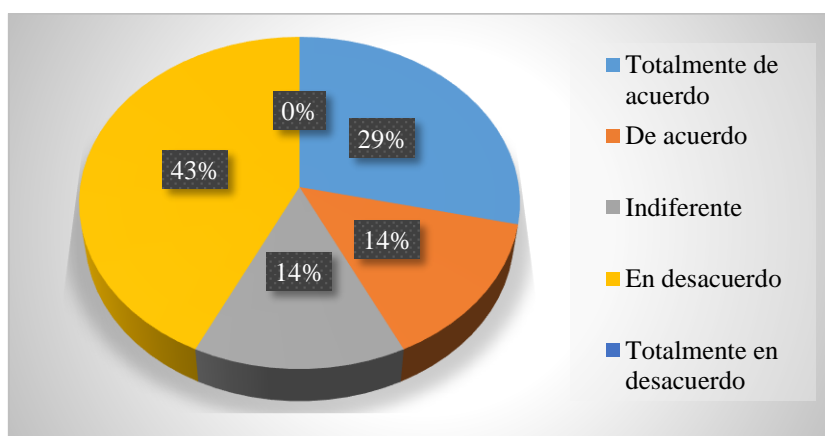


Gráfico 16-3: Miden y reportan los riesgos.

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

Análisis e interpretación

Una vez finalizada la encuesta a los trabajadores internos, el 29% está totalmente de acuerdo con que si se miden y reportan los riesgos el control, cumplimiento y el desempeño del trabajador, el 14% está de acuerdo, el otro 14% se muestra indiferente y el 43% está en desacuerdo.

Como resultados obtenidos podemos evidenciar que la mayor parte del personal afirma que no existe en si un plan en que se evalué los aspectos anteriormente mencionados, por lo que el comportamiento organización dentro del área de atención al cliente estaría en declive al no existir un control permanente por parte del supervisor o jefe al mando, al mismo tiempo existiendo una falta de organización dentro del área. Cabe recalcar que ante esta pregunta planteada hay opiniones favorables, aunque de igual manera se debe trabajar a profundidad con dichos aspectos.

4. ¿Cree que la coordinación interna de la Empresa es?

Tabla 17-3: Coordinación interna de la Empresa.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy buena	2	28.6%
Buena	1	14.3%
Regular	4	57.1%
Mala	0	0
TOTAL	7	100%

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

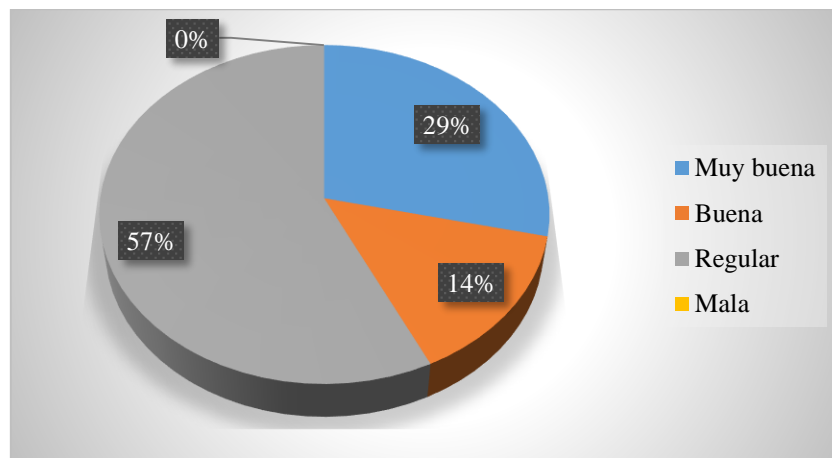


Gráfico 17-3: Coordinación interna de la Empresa.

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

Análisis e interpretación

Al finalizar la encuesta al personal interno, el 29% afirma que la coordinación interna de la empresa es muy buena, el 14% nos da a conocer que es buena y el 57% del personal afirma que regular.

Como podemos observar en los resultados obtenidos, el mayor porcentaje indica que la coordinación interna de la empresa es regular mientras que con un mínimo de porcentaje afirma que es buena, dándose a notar que dicha coordinación no es buena ni mala sino más bien aceptable, donde con un trabajo más significativo se puede llegar a una mejor coordinación.

5. ¿El servidor evaluado contribuye activamente con su grupo de trabajo?

Tabla 18-3: El servidor contribuye con el grupo de trabajo.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	3	42.9%
De acuerdo	2	28.6%
Indiferente	1	14.3%
En desacuerdo	1	14.3%
Totalmente en desacuerdo	0	0
TOTAL	7	100%

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

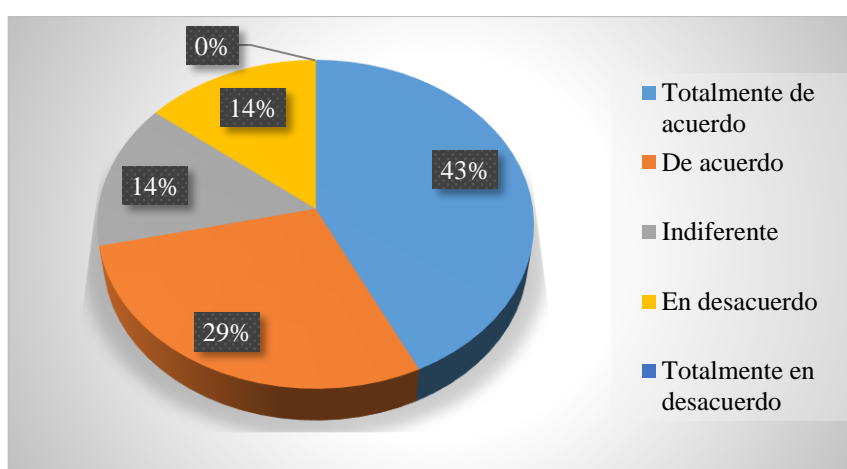


Gráfico 18-3: El servidor contribuye con el grupo de trabajo.

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

Análisis e interpretación

Del total de los 7 encuestados del personal interno de la EP-EMAPAR, el 43% nos indica que está totalmente de acuerdo en que se contribuye activamente con su grupo de trabajo, mientras que el 29% está de acuerdo, el 14% se muestra indiferente ante el trabajo en grupo y el 14% está en desacuerdo.

Como podemos observar las opiniones en esta pregunta planteada se muestran divididas, visualizando en su mayor parte la existencia de la falta de compañerismo en la presenta área, pero al mismo tiempo y casi la mitad opina que si existe la contribución en la ayuda con sus compañeros de trabajo en cualquier actividad a realizar o problema que se presente.

6. ¿El servidor evaluado se adapta positivamente al ambiente en el que trabaja?

Tabla 19-3: El servidor evaluado se adapta al ambiente de trabajo.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	3	42.9%
De acuerdo	2	28.6%
Indiferente	0	0
En desacuerdo	2	28.6%
Totalmente en desacuerdo	0	0
TOTAL	7	100%

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

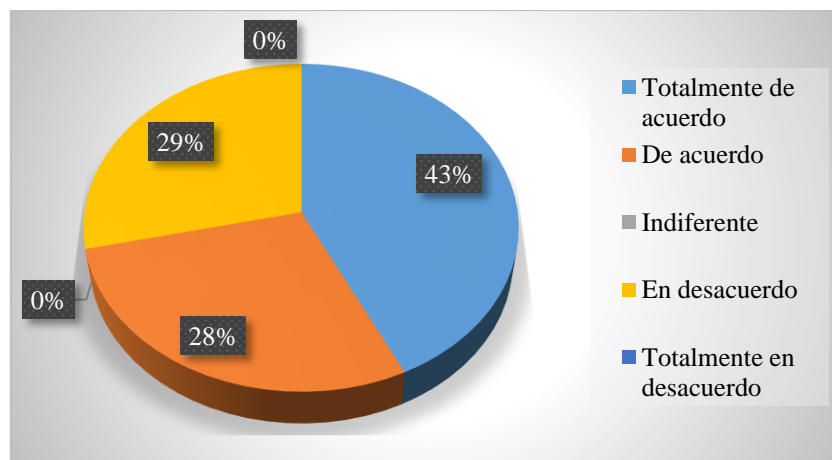


Gráfico 19-3: El servidor evaluado se adapta al ambiente de trabajo.

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

Análisis e interpretación

De todas las personas encuestadas, el 43% está totalmente de acuerdo con que se adaptan positivamente al ambiente de trabajo, el 29% está de acuerdo y el otro 29% está en desacuerdo. Como podemos observar en la gráfica más del 60% de los trabajadores se adaptan de una manera positiva en su lugar de trabajo, siendo esto favorable para la empresa en el desempeño del personal y en la realización de sus actividades teniendo un buen desenvolvimiento en sus funciones laborales logrando satisfacer las necesidades del cliente.

7. ¿Sus colaboradores son reconocidos y motivados por sus logros laborales dentro de la organización?

Tabla 20-3: Los colaboradores son reconocidos y motivados por sus logros.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	2	28.6%
De acuerdo	0	0
Indiferente	3	42.9%
En desacuerdo	1	14.3%
Totalmente en desacuerdo	1	14.3%
TOTAL	7	100%

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

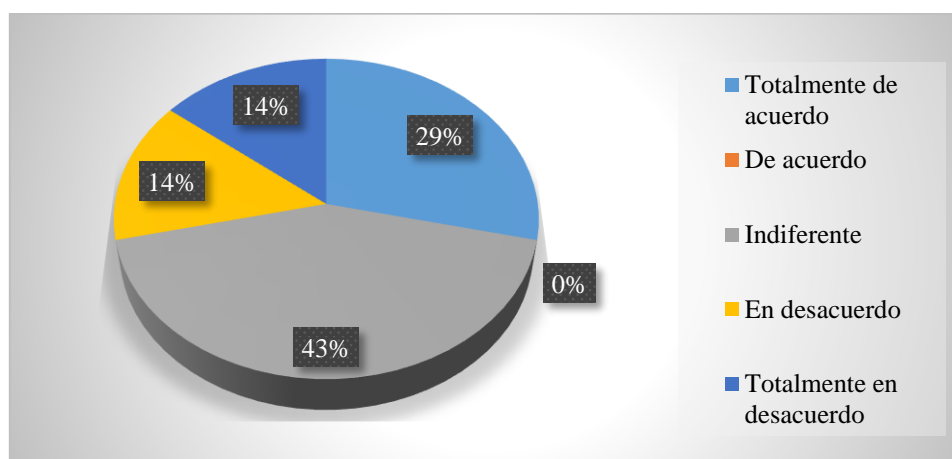


Gráfico 20-3: Los colaboradores son reconocidos y motivados por sus logros.

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

Análisis e interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta implementada a los trabajadores de la EP-EPAMAR de la ciudad de Riobamba, el 29% está totalmente de acuerdo en que sus logros laborales son reconocidos y motivados dentro de organización, el 43% se muestra indiferente, el 14% está en desacuerdo y el otro 14% está totalmente en desacuerdo.

Al finalizar la presente encuesta podemos observar que con más del 50% de la opinión de los trabajadores, muestran una inconformidad con la organización al no ser reconocidos por sus logros alcanzados, por lo que se denota la falta de atención por parte de la empresa hacia sus colaboradores donde la felicitación y reconocimiento motiva al éxito y a la buena relación de la empresa con sus trabajadores.

8. ¿Qué aspectos deberían tomarse en cuenta para mejorar el desarrollo de la empresa?

Tabla 21-3: La mejora del desarrollo de la empresa.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Planificación	1	14.3%
Coordinación	2	28.6%
Comunicación	4	57.1%
Organización	0	0
Control	0	0
Dirección	0	0
TOTAL	7	100%

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

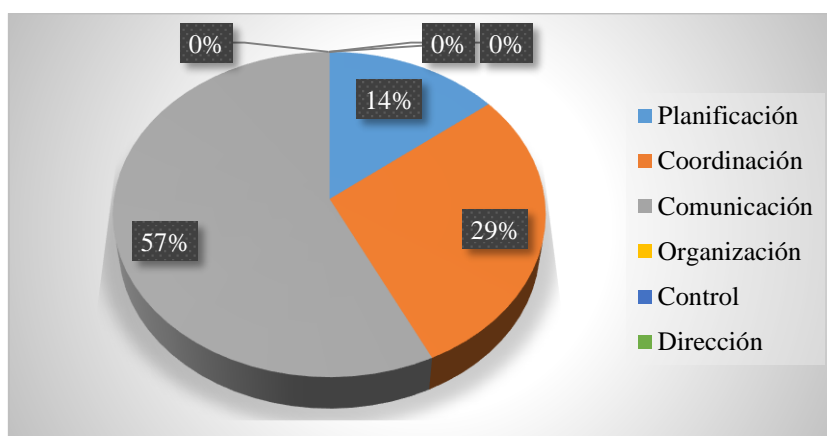


Gráfico 21-3: La mejora del desarrollo de la empresa.

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

Análisis e interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, el 14% de los empleados indica que el aspecto que debería tomarse en cuenta debería ser la planeación, el 29% opina que debería ser la coordinación y el 57% se inclina a la comunicación.

Es importante resaltar que según los resultados arrojados, el mayor aspecto a mejorar es la comunicación interna, la cual es un factor impredecible para el buen funcionamiento y desarrollo adecuado de la empresa y para su mejora continua generando competitividad empresarial, con el fin de conseguir sus objetivos los cuales se hayan propuestos a un inicio del año y al mismo tiempo fomentando la motivación de los empleados al igual que el compromiso y la implicación en sus actividades diarias creando un clima de trabajo integrador.

9. ¿Tu experiencia con esta compañía es satisfactoria y gratificante?

Tabla 22-3: La experiencia con la empresa.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	2	28.6%
De acuerdo	2	28.6%
Indiferente	2	28.6%
En desacuerdo	1	14.3%
Totalmente en desacuerdo	0	0
TOTAL	7	100%

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

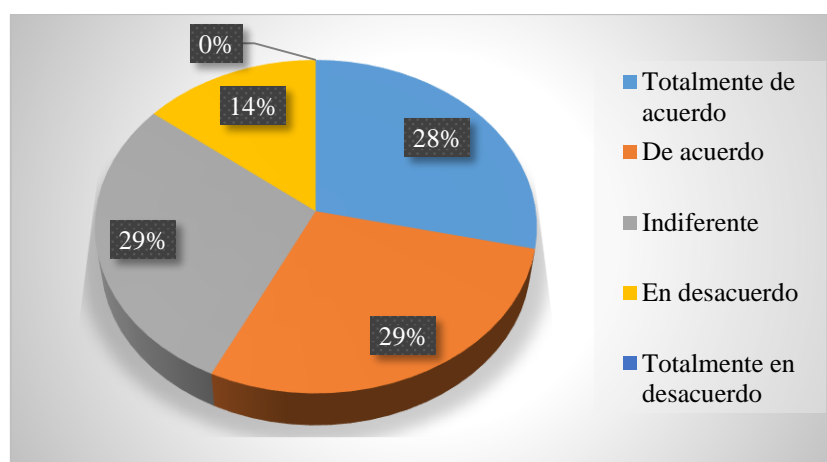


Gráfico 22-3: La experiencia con la empresa.

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

Análisis e interpretación

De las 7 personas encuestadas al personal interno, el 29% está totalmente de acuerdo con que la experiencia laborar dentro de esta institución pública es satisfactoria y gratificante, el 29% está de acuerdo, el otro 29% se muestra indiferente y el 14% está en desacuerdo.

Con todos los datos extraídos al finalizar la presente encuesta, rápidamente identificamos la carencia de aspectos anteriormente mencionados los cuales se reflejan en esta pregunta como la falta de comunicación, coordinación, reconocimientos entre otros. Hay opiniones divididas por parte de sus colaboradores por lo que se puede pensar que no hay una comodidad laboral al 100% dentro del área de atención al cliente.

10. ¿Hay una comunicación afectiva y amable dentro de mi departamento?

Tabla 23-3: La comunicación es afectiva y amable.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	2	28.6%
De acuerdo	3	42.9%
Indiferente	1	14.3%
En desacuerdo	1	14.3%
Totalmente en desacuerdo	0	0
TOTAL	7	100%

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

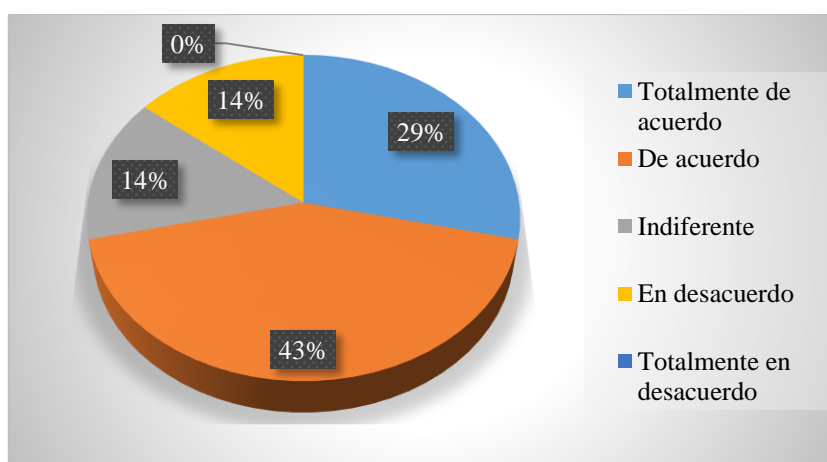


Gráfico 23-3: La comunicación es afectiva y amable.

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

Análisis e interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta implementada a los 7 servidores públicos, el 29% está totalmente de acuerdo con que existe una comunicación afectiva y amable dentro del departamento, el 43% está de acuerdo, mientras que el 14% se muestra indiferente y el otro 14% está en desacuerdo.

Se puede evidenciar que en esta pregunta las opiniones de los trabajadores en si vienen siendo positivas, pero por otro parte y al mismo tiempo en un número reducido las opiniones van en contra de la empresa. Si relacionamos esta pregunta con una anteriormente mencionado sobre los aspectos que se deberían tomar en cuenta para el desarrollo de la empresa, la comunicación fue un aspecto que los trabajadores mencionaron, por lo que podemos deducir que la comunicación no es muy frecuente pero las pocas veces que puede llegar a existir es, afectiva y amable.

11. ¿Cómo describes tu impresión sobre la comunicación entre los trabajadores de la empresa?

Tabla 24-3: La comunicación entre los trabajadores de la empresa.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy buena	1	14.3%
Buena	2	28.6%
Regular	4	57.1%
Mala	0	0
TOTAL	7	100%

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

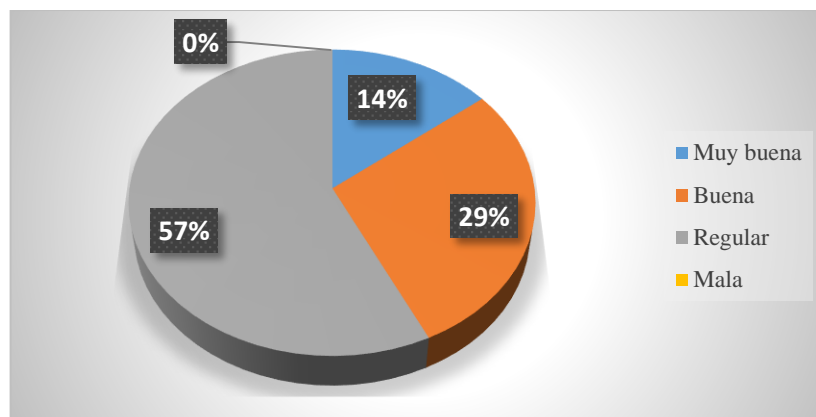


Gráfico 24-3: La comunicación entre los trabajadores de la empresa.

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

Análisis e interpretación

Observando el gráfico del total de personas encuestadas, el 14% indica que la impresión sobre la comunicación entre los trabajadores de la empresa es muy buena, el 29% opina que es buena y el 57% dice que es regular.

Haciendo énfasis con respecto a la comunicación, podemos observar que en este departamento no es buena ni mala, la mayoría se inclina que es regular, interpretándose de una u otra manera que viene siendo aceptable. La comunicación puede afectar en la eficacia de los trabajadores al realizar sus actividades arrojando resultados negativos para la empresa en función de sus objetivos, por lo cual es muy importante establecer una línea de comunicación entre los trabajadores.

12. ¿El ambiente de trabajo me motiva para trabajar?

Tabla 25-3: El ambiente de trabajo me motiva para trabajar.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	2	28.6%
De acuerdo	2	28.6%
Indiferente	0	0
En desacuerdo	3	42.9%
Totalmente en desacuerdo	0	0
TOTAL	7	100%

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

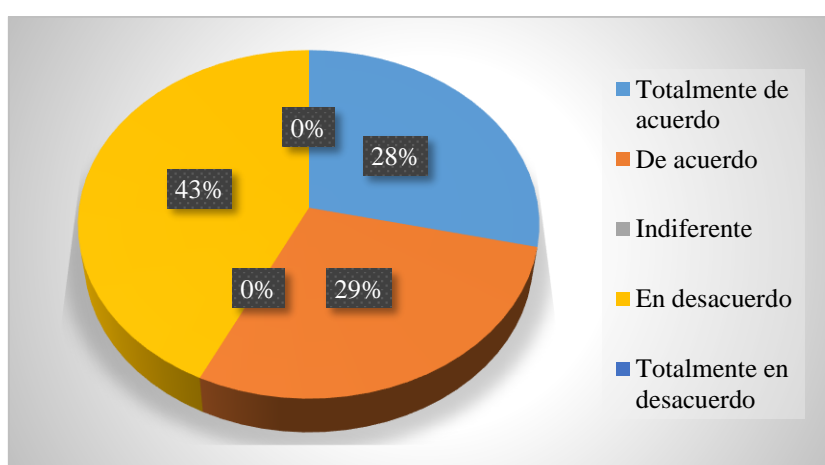


Gráfico 25-3: El ambiente de trabajo me motiva para trabajar.

Realizado por: Paguay O, Ruiz A, 2021.

Análisis e interpretación

De las 7 personas encuestadas del área de atención al cliente de la EP-EMPAR, el 29% está totalmente de acuerdo con que el ambiente de trabajo motiva para trabajar, el 29% está de acuerdo, y el 28% está totalmente en desacuerdo.

Según los resultados obtenidos más del 50% de los trabajadores internos reflejan que el ambiente de trabajo es favorable dando así a los colaboradores espacio para cumplir con los objetivos propuestos, sin embargo con un porcentaje no muy diferente al 50% piensan que el ambiente de trabajo no motiva para trabajar, ya que hay muchos aspectos los cuales prevalecen dentro de esta área siendo en su mayoría negativos por lo que la empresa debe poner más énfasis en dichos aspectos para un buen comportamiento organizacional dentro de la institución pública.

3.2. Discusión de Resultados

Una calidad de vida en el trabajo y una buena relación laboral forman parte de un ambiente de trabajo más humano, en donde se cubre las necesidades más indispensables de todos los trabajadores que se desempeñan dentro de una empresa ya sea pública o privada, y en donde también se emplean habilidades desarrolladas por parte de quienes trabajan en la organización ayudando a que el ambiente ayude a estimular sus capacidades y de esta manera brindar y mejorar la atención del cliente en donde la satisfacción del usuario llene sus expectativas.

Una vez concluido y aplicado las herramientas de recolección de datos acerca de la información, se puede realizar la correspondiente discusión en donde los resultados arrojados mediante las encuestas aplicados tanto a usuario como cliente tienen divididas sus opiniones que van a favor y en contra de la empresa.

Al implementarse una segunda agencia para el recaudo por el servicio ofrecido, existe una satisfacción por parte del cliente ya que en sí las personas podrán optar por acudir a la agencia más cercana de donde ellos habitan. Hay opiniones del usuario donde indican que la visión de la empresa tiene que ser brindar un servicio de calidad en donde los usuarios cada que acudan a las diferentes agencias a realizar cualquier tipo de gestión salgan satisfechos por el servicio brindado, lo cual se refleja en las encuestas que esto no se cumple a cabalidad y que no todos los usuarios piensan que la empresa esté desempeñando una buena labor.

Pese a que las opiniones por parte de los usuarios son divididas, existe una gran mayoría en que afirman que la EP-EMAPAR de la ciudad de Riobamba presenta una buena imagen corporativa en relación a las actividades que desempeñan, refiriéndose a sus colaboradores dentro del departamento de atención al cliente donde su comunicación es la idónea para resolver sus dudas y problemas que pueden llegar a presentar con sus trámites a realizar, su respeto y amabilidad muestran positivismo en la realización de sus tareas.

Entrando a un aspecto diferente como lo es el tiempo de espera que debe someterse el usuario al momento de querer realizar un trámite dentro de la empresa, pudimos visualizar que hay clientes los cuales están complacidos con el tiempo que deben esperar para ser atendidos, pero por otro lado también hay usuarios los cuales presentan inconformidad para atender sus problemas, lo que implica que la empresa requiere un plan de mejora satisfaciendo la demanda y expectativa hacia el usuario.

La atención que se brinda a cada usuario es gratificante, evidenciándose una buena relación entre usuario y trabajador, recibiendo un trato afectuoso en donde el trabajador pone como prioridad la resolución de los problemas a cada usuario con el fin de poder solucionar sus necesidades. Se puede ver también que la aptitud por parte del trabajador es satisfactoria para el usuario donde se le inspira confianza a través de los conocimientos que muestran en el momento de querer ayudar y servir con su necesidad, su asesoramiento es eficaz en la realización de

gestiones del usuario, dándose a entender la existencia de un buen servicio por parte de la empresa en el área de atención al cliente.

Es así que los usuarios mediante las encuestas, opinan que la empresa evalúe el desempeño laboral de sus empleados, ya que como se puede verificar en los análisis y resultados, existe conformidad por parte de los usuarios en ciertos aspectos, pero es evidente también que hay inconformidad en una minoría. Dado todo esto, la empresa debe buscar la manera de conseguir una mejora continua tanto para la institución como en el servicio de calidad, mejorando su rendimiento y conservando la buena imagen hacia los usuarios.

En la encuesta dirigida al personal de la empresa con relación a los equipos y herramientas que utilizan al brindar una atención al cliente, muestran inconformidad, siendo un problema a futuro en el momento de que brinden la atención al cliente ya que la empresa no les facilita las herramientas necesaria que deben utilizar para la satisfacción del usuario teniendo como consecuencia la no resolución de sus problemas y necesidades, donde de igual manera se muestran inconformes con los proyectos que ejecuta la empresa, existiendo también la falta de gestión en donde se evalúe los riesgos, control, cumplimiento y desempeño de quienes están a cargo del departamento de atención al cliente, evidenciándose un declive en relación al comportamiento organizacional dentro de esta área anteriormente mencionada dando paso a la desorganización.

Todo lo expuesto anteriormente denota la falta de compañerismo presente en el departamento de atención al cliente al no existir la adecuada contribución en la realización de tareas que se presentan, pero cabe recalcar que estas opiniones están divididas ya que existe también la opinión de que si se colabora con los compañeros de trabajo cuando se presenta un problema el cual requiere ayuda o asistencia de otra persona, por lo que la mayor parte de trabajadores se adaptan de manera positiva en su lugar de trabajo, lo cual es favorable para la empresa en el buen desenvolvimiento de todos sus colaboradores logrando satisfacer las necesidades del usuario.

Pero a pesar del buen desenvolvimiento de sus colaboradores dentro de la empresa, ellos están inconformes con las decisiones de la organización al no ser reconocidos por sus logros alcanzados, dando a notar la falta de atención por parte de la empresa hacia sus colaboradores, al no tener en cuenta que el reconocimiento por el buen desempeño en sus actividades motiva al éxito y a la buena relación dentro de la empresa y sobre dentro del área en que cumplen sus funciones. Todo esto da paso a un estudio y mejoramiento de la empresa en diferentes aspectos como lo es la comunicación, la planificación y la coordinación desarrollando su mejora continua y generando competitividad empresarial.

3.3. Propuesta

EMPRESA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA EP-EMAPAR

1. Datos Generales de la Empresa

1.1. Creación

La EP-EMAPAR fue creada por ordenanza constitutiva de la Ilustre Municipalidad del cantón Riobamba, publicada en el Registro Oficial N.º 685 de 16 de mayo de 1991, con el fin de dotar a la sociedad en forma integral de los servicios de Agua Potable y Alcantarillado.

1.2. Ubicación

La empresa se encuentra ubicada en la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba, en las calles: Londres 07-50 y Avda. Juan Félix Proaño.

1.3. Descripción de la empresa

La EP-EMAPAR es una empresa pública que se dedica a proveer servicios públicos de alcantarillados sanitarios, alcantarillados pluviales, tratamiento de aguas servidas y de agua potable a la Municipalidad de Riobamba

1.4. Misión de la EP-EMAPAR

Somos una empresa pública municipal que suministra los servicios de Agua Potable y Alcantarillado para mejorar el nivel de vida de los habitantes del cantón Riobamba.

1.5. Visión de la EP-EMAPAR

En el año 2025 será una empresa eficiente en la dotación permanente de agua potable y el servicio de alcantarillado, con talento humano comprometido, orientados por la responsabilidad social y ambiental bajo los principios de calidad.

1.6. Estructura Orgánica

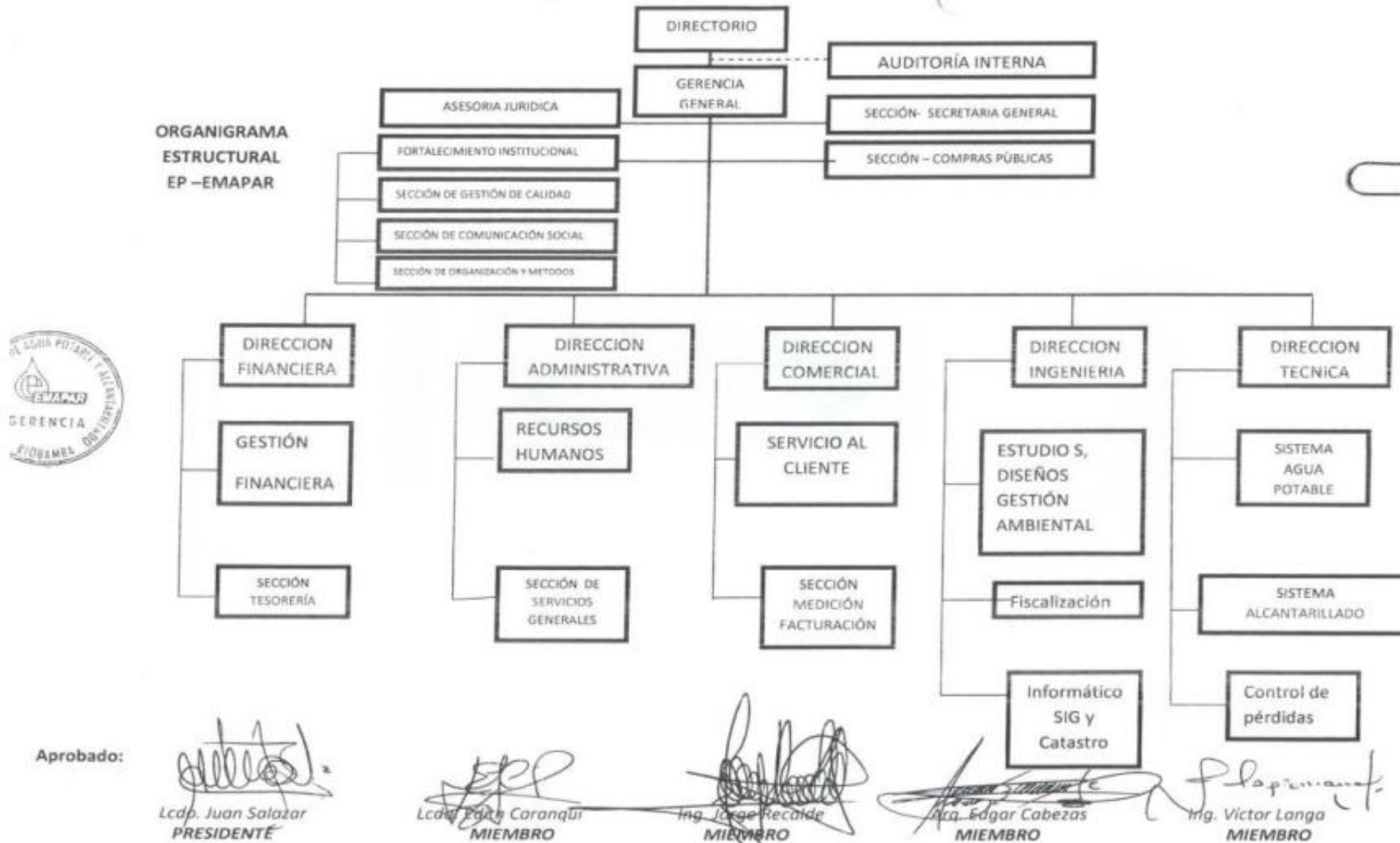


Figura 1-3: Estructura Orgánica
Fuente: EP-EMAPAR (2015)

2. Diagnóstico y Justificación

2.1. Justificación

Después de haber realizado el análisis sobre el comportamiento organizacional y el impacto que esto tienen en el servicio al cliente de la EP-EMAPAR, se considera importante desarrollar estrategias que permitan mejorar el CO alcanzando un desarrollo organizacional armónico con la finalidad de fortalecer el servicio al cliente; con lo cual saldrán favorecidos los mismos trabajadores junto con la empresa. El beneficio de esta investigación es brindar una posible solución al problema identificado, el cual servirá para mejorar el comportamiento organizacional y su efecto en la satisfacción de cliente para su respectivo mejoramiento con el fin de aportar al desarrollo de la institución pública. Los beneficiarios son los servidores públicos de la EP-EMAPAR junto con la empresa, al facilitar el proceso de capacitación sobre el comportamiento organizacional, mejorando su desempeño laboral.

2.2. Objetivos

2.2.1. General

Efectuar la investigación del comportamiento organizacional de los servidores públicos de la EP EMAPAR para mejorar las condiciones de relaciones intrapersonales con una mejora continua de servicio al cliente.

2.2.2. Específicos

- Efectuar el diagnóstico del comportamiento organizacional de EP-EMAPAR mediante diversas vías de investigación.
- Conocer con cifras el comportamiento organizacional de EP-EMAPAR de Riobamba y el impacto que sus variables han tenido en el servicio al cliente.
- Desarrollar estrategias que permitan mejorar el CO y en consecuencia el servicio al cliente

3. Departamento o Dirección Comercial

3.1. Misión del departamento

Administrar la comercialización de agua potable y alcantarillado de la ciudad de Riobamba por medio de la dotación de nuevas acometidas domiciliarias, atención al cliente y medición-facturación, con recurso humano calificado que garantice una atención y servicio de calidad.

3.2. Visión del departamento

Ser el punto de referencia de eficiencia y eficacia para la empresa como para nuestros usuarios, frente a sus requerimientos con el fin de brindar a la ciudadanía un servicio y atención de calidad.

3.3. Valores del departamento

La EP-EMAPAR, con el fin de ofrecer bienestar a la ciudadanía riobambeña maneja los siguientes valores dentro del departamento de comercialización:

- Lealtad
- Integridad
- Honestidad y Respeto
- Servicio de Salud
- Eficiencia y Eficacia
- Innovación y Transparencia
- Compromiso y Liderazgo.

3.4. Objetivo general del departamento

Administrar la comercialización de agua potable y alcantarillado de la ciudad de Riobamba de manera efectiva, en busca de dotar al 100% de la población de estos servicios encargados a la EP-MAPAR

4. Área de servicio al cliente

Dentro del departamento o dirección comercial de la EP-EMAPAR se encuentra el área de servicio al cliente, donde se encuentran laborando siete personas objetos de nuestro estudio, la principal actividad que ellos realizan es atender y resolver las dudas y problemas que tienen los usuarios como por ejemplo un valor excesivo a pagar en la planilla, cambio de medidores, obtener financiamiento para poder pagar las moras por incumplimiento de pago por el servicio de agua potable, entre otros; con el fin de dar satisfacción a la comunidad sobre el servicio.

5. Apoyo Técnico y Administrativo

La EP-EMAPAR será la responsable de gestionar y brindar en su totalidad el apoyo al departamento comercial para implementar las estrategias sobre el mejoramiento del Comportamiento Organizacional y conseguir un servicio al cliente de calidad.

Es de vital importancia, que la administración realice el control sobre el cumplimiento de las estrategias de manera directa o que, a su vez, designe a otra persona para que supervise y verifique si las estrategias están dando o no los resultados esperados.

6. Estrategias para mejorar el Comportamiento Organizacional

Después de obtener los resultados de las encuestas aplicadas al cliente interno dentro del área de servicio al cliente, se han detectado seis condiciones que se debe mejorar para que el clima laboral mejore y esto muestre una mejora en el servicio de atención al cliente.

A continuación, se plantean estrategias de acuerdo a cada condición o aspecto identificado a mejorarse detallando las necesidades que tienen los colaboradores o clientes internos de la EP-EMAPAR que brindan atención al cliente:

6.1. Condiciones físicas del trabajo

6.1.1. Equipos informáticos

- **Necesidad:** Se deben mejorar los equipos informáticos como la plataforma SIIM que se utiliza para registrar los pedidos de la comunidad para mejorar la capacidad de respuesta hacia los clientes.
- **Propuesta:** Realizar mantenimiento de los equipos informáticos de manera periódica, instalar anti virus, y si no están en buenas condiciones se deberá cambiarlos; asimismo se deberá dar mantenimiento a la plataforma SIIM que los colaboradores utilizan con el fin de que no tengan problemas al utilizarlo o está se trabaje.

6.1.2. Conexión a Internet

- **Necesidad:** Mejorar el servicio de Internet
- **Propuesta:** Debido a que toda la empresa está conectada a una misma red de internet, la conexión suele ser lenta en algunas ocasiones por esto es importante que se amplíe la banda ancha del internet para que la misma sea más veloz y la red no se caiga.

6.2. Administración de la Institución

6.2.1. Proyectos institucionales

- **Necesidad:** Como empresa, siempre existen proyectos que se realizan año tras año, es importante que estos proyectos puedan satisfacer a todos los colaboradores de la institución y no solo a un grupo
- **Propuesta:** La administración deberá implementar proyectos que satisfagan las necesidades de quienes laboran en esta área, y que les permita mejorar sus competencias y capacidades con el fin de mejorar el servicio al cliente, proyectos como realizar conferencias o capacitarlos sobre el uso de la plataforma SIIM, sobre cómo aprovechar el Big Data, sobre cómo comunicarse con el cliente son indispensables dentro de este departamento.

6.2.2. Control

- **Necesidad:** Reportar riesgos
- **Propuesta:** Es importante que los colaboradores sepan detectar riesgos que puedan ocurrir, y es más importante que se lo comuniquen a los mandos superiores, por esto se debería implementar un sistema para registrar riesgos y se entregue a la autoridad competente para que puedan prevenirlos
- **Necesidad:** Controlar el cumplimiento de las actividades

- **Propuesta:** Para que el área de servicio al cliente tenga mejores resultados es importante que la institución designe a una persona la responsabilidad de verificar el cumplimiento de las actividades o procesos que ellos realicen y en base a esto analizar y desarrollar estrategias que permitan mejorar el desarrollo de dichas actividades.
- ❖ **Necesidad:** Evaluar el desempeño
- ❖ **Propuesta:** Aquí debe intervenir el departamento de talento humano que permita evaluar el desempeño de cada uno de los colaboradores, se recomienda que se utilice el método 360° para que se pueda identificar desde el punto de vista del evaluado, de sus compañeros, de los clientes y de su jefe, las fortalezas y debilidades del evaluado con el fin de mejorar.

6.3. Condiciones de Desarrollo Personal

6.3.1. Manual de procesos

- **Necesidad:** Mejorar los manuales de procesos
- **Propuesta:** Revisar de manera individual y de forma colectiva el contenido de los manuales de procesos del área de servicio al cliente, y en un consenso de todos los colaboradores, analizar y proponer que falta o que se debe mejorar en los manuales.

6.3.2. Capacitaciones

- **Necesidad:** Las capacitaciones deben ser para todos
- **Propuesta:** El área de servicio al cliente es tan importante que siempre se necesitan capacitaciones para mejorar su servicio, también se debe evaluar si existe un desarrollo de carrera viable dentro de los colaboradores, para las capacitaciones se debe considerar el perfil de puesto y el crecimiento personal y laboral del cliente interno, logrando así satisfacer sus necesidades.

6.3.3. Reconocimiento

- **Necesidad:** Reconocimiento por su trabajo y apoyo en las ideas que den.
- **Propuesta:** Implementar un programa de reconocimiento laboral, para que los trabajadores se sientan motivados y se desempeñen mejor en su trabajo, no necesariamente debe ser un reconocimiento monetario, reconocerlo como el mejor empleado del mes por su eficiencia y cumplimiento o darle un premio siempre los alentará a hacer su mejor esfuerzo.

También se debe dar paso a las ideas de los colaboradores sobre cómo mejorar procesos o si se debe implementar uno, estudiarlas y si es necesario, ponerlas en práctica, esto hace que se fortalezca la confianza de los colaboradores.

6.4. Comunicación Interna

6.4.1. Manual de Bienvenida

- **Necesidad:** No existe un manual de bienvenida para los nuevos colaboradores
- **Propuesta:** Crear un manual de bienvenida ayudará a que el nuevo colaborador conozca mejor a la institución y al área donde se va a desenvolver, el manual deberá contener toda la información necesaria como misión y visión de la empresa como la misión y visión del departamento, sus políticas y valores. Esta herramienta es útil para que el colaborador no se sienta perdido y fuera de lugar.

6.4.2. Canales de comunicación

- **Necesidad:** Falta de comunicación dentro del área de servicio al cliente
- **Propuesta:** Para que la comunicación interna mejore dentro de esta área es importante mejorar la comunicación a través de la creación de nuevos canales de comunicación que no sean tan formales como el correo institucional, para poder dar sus opiniones se recomienda realizar reuniones periódicas donde todos puedan dar sus puntos de vista y se pueda fomentar un lazo de confianza y amistad entre los colaboradores.

6.4.3. Buzón de sugerencias

- **Necesidad:** Comunicarse con los mandos superiores
- **Propuesta:** Si bien es cierto, a veces resulta difícil comunicarse con los mandos superiores acerca de cosas en las que los colaboradores no estén de acuerdo, por eso se recomienda implementar un buzón de sugerencias donde los colaboradores, de manera anónima, puedan poner sus inquietudes, quejas y opiniones que tengan sobre algún tema sin la necesidad de pasar por momentos desagradables o incómodos.

7. Influencia de las Estrategias de CO sobre el servicio al cliente

Una vez realizado la propuesta de las estrategias para mejorar el comportamiento organizacional del área de ventas de la EP-EMAPAR, es de vital importancia identificar la influencia que esto tiene en el servicio al cliente. De acuerdo con los resultados obtenidos, los principales inconvenientes que tienen los clientes cuando se acercan a la institución y son atendidos son el tiempo de espera para ser atendidos, y que las respuestas a sus problemas o quejas no se realizan de forma efectiva y eficiente, esto hace que su imagen corporativa se vea afectada, es por esto que los usuarios afirman que los colaboradores deben mejorar en su servicio.

Las estrategias para poder mejorar estos aspectos, son las de condiciones de trabajo y control, puesto que, al mejorar los equipos informáticos y la conexión a internet, la respuesta a los problemas de los usuarios se podrá realizarlo de manera rápida y eficaz reduciendo así el tiempo de espera para que otros clientes sean atendidos.

Las otras estrategias propuestas también influirán en el servicio al cliente, puesto que al motivar al personal, fomentar su desarrollo profesional, dándoles las pautas y las herramientas para realizar mejor su trabajo, mejorando la comunicación interna y sentir que son parte integral de la institución, el clima laboral mejora y por ende mejora el comportamiento organizacional, esto hace que su rendimiento en el trabajo mejore y que la calidad del servicio sea superior, de esta forma gana la empresa y ganan los usuarios porque saben que la empresa es una institución confiable y que serán atendidos a la brevedad posible, dando respuestas a sus problemas y que serán atendidos con respeto y amabilidad.

CONCLUSIONES

- El trabajo de investigación de análisis del comportamiento organizacional y su incidencia con el servicio al cliente, se ha realizado mediante información histórica, fuentes bibliográficas, libros, encuestas las cuales nos han ayudado a estructurar fundamentación filosófica, legal y buscar conceptos acordes al tema de análisis, logrando verificar la realidad que se está viviendo dentro de las áreas de atención al cliente y la relación empleado cliente que existe.
- Se comprobó que el trabajo de investigación al analizar el comportamiento organizacional de los 7 trabajadores públicos de la EP-EMAPAR de la ciudad de Riobamba en atención al cliente y los 381 usuarios que fueron encuestados declararon que la apertura de una nueva agencia sería lo más apto para el 49% de la población que habita en la zona SUR; además los usuarios tienen dificultad con el tiempo de espera ya que ellos buscan resolver sus problemas, reclamos; por otra parte, conocen la visión y están de acuerdo con el imagen corporativa que da a conocer la empresa. Además de sentirse conformes con el respeto, amabilidad y la atención personalizada que muestran el personal al usuario al momento de ser atendidos.
- Se constató que dentro de la institución el personal interno reporta los riesgos que pueden tener día a día en sus actividades laborales, asimismo que buscan la mejora de la comunicación interna y muestran estar insatisfechos con las instalaciones y materiales otorgados. Además, que tanto la comunicación, la coordinación interna y el ambiente de trabajo son factores determinantes para el éxito de una empresa, mejorando la eficiencia y la participación de las personas, teniendo así un clima laboral amigable, plasmando una institución pública que brinda un excelente servicio a sus usuarios.
- Se evidencio que dentro de la EP-EMAPAR los usuarios mayores de edad tienen tratos prioritarios al pago de las planillas o procesos alternos, al mismo tiempo cuentan con planes de financiamiento para estar al día con sus cuotas, a partir de que se presentó la pandemia (covid-19) la institución pública ha implementado medidas de seguridad para la ciudadanía ya que los tramites a resolver se las realiza de manera personal.

RECOMENDACIONES

- De la experiencia obtenida a través de este trabajo de investigación y al ver poder observar el cómo es atendido el cliente o usuario, se recomienda una mejor atención y un mejor control de cómo se llevan a cabo los trámites dentro de la institución, ya que el usuario debe salir de un edificio a otro para poder llevar a cabo sus trámites lo cual genera una molestia el no poder realizar todas sus solicitudes y reclamos dentro de un solo edificio.
- Tener una mejora continua en relación a los medios de comunicación con los usuarios a través de la implementación de nuevas tecnologías las cuales faciliten una mejor atención tanto en la resolución de trámites como en el tiempo de espera, dando seguimiento a la calidad de servicio que se está brindando y al mismo tiempo priorizando y atendiendo las necesidades de los usuarios, trabajando arduamente para mantener aquella buena imagen corporativa con la que se identifica la empresa.
- Brindar las herramientas necesarias y al mismo tiempo fomentar el compromiso a los colaboradores que se encuentre en el área de atención al cliente a través de una comunicación fluida y constante en el que todos participen y se relacionen, para de esa manera puedan brindar un servicio de calidad en el que el cliente se sienta satisfecho y se logre cumplir con sus expectativas.
- Capacitar de forma periódica a todo el personal que se desenvuelve en el área de atención al cliente con el objetivo de poder mejorar la eficiencia del trabajo facilitando la adaptación a las nuevas circunstancias y la nueva modalidad con que se lleva a cabo las diferentes actividades tanto dentro como fuera de la organización, de igual manera facilitar a los empleados la adquisición de mejores aptitudes, habilidades y conocimientos las cuales fortalezcan sus competencias del buen desempeño en su lugar de trabajo.

BIBLIOGRAFÍA

- Robbins, S., & Judge, T. (2009). *Comportamiento Organizacional*. Mexico : Pearson.
- Adams , J. (1965). *Inequidad en el intercambio social, En Berkowitz Avances es la psicología social experimental*. Nueva York : Academic Press.
- Alles , M. (2007). *Comportamiento Organacional, como logro un cambio cultural a traves de la Gestion por competencias* . Buenos Aires : Granica .
- Asamblea Nacional . (s.f.). <https://www.wipo.int>. Obtenido de <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec030es.pdf>
- Baldwin , C. (2010). *Gestion empresarial*. Miami: Firmas Press.
- Blandez , M. (2014). *Proceso Administrativo*. Mexico : UNID.
- Bouzas, J., & Reyes, G. (2019). *Gestion del taletto humano* . Mexico : Editorial Mexicana.
- Cacciamani, S. (2014). *Formular hipotesis Para construir el conocimiento* . España: NARCEA,S,A EDICIONES.
- Camison , C., Cruz , S., & Gonzales , T. (2006). *Gestion de la calidad: Concept; enfoques, modelos y sistemas* . Madrid: Pearson .
- Campos , G., & Bermudez Sanches , R. (2004). *Hipotesis comprobacion y comprobacion* . Mexico : Plaza y Valdes.
- Cegarra Sanchez, J. (2012). *Los Metodos de Investigacion* . Mexico : Diaz de Santos .
- Cegarra Sanchez , J. (2012). *La Tecnologia* . Madrid : Diaz de Santos .
- Chiavenato , I. (2000). *Adminitracion de recursos humanos*. Santa Fe de Bogota: McGraw-Hill.
- Conesa , J., & Curto, J. (2015). *¿Como crear un data warehouse?* Barcelona : Editorial UOC.
- Croxatto , H. (2005). *Creando alor En La Relacion Con Sus Clientes*. Buenos Aires: DUNKEN.
- Cuesta , U. (2012). *Planificicon estrategica y creatividad* . Madrid : ESIC Editorial .
- Curto Diaz, J., & Conesa, J. (2012). *Introduccion al Business Inteligence*. Barcelona : Editorial UOC.
- Ediciones Legales. (2009).*Ley organica al consumidor*. Obtenido de <https://www.dpe.gob.ec/wp-content/dpctransparencia2012/literala/BaseLegalQueRigeLaInstitucion/LeyOrganicadelConsumidor.pdf>
- Garcia, L. (2012). *Tecnicas de investigacion Campo y Documental basado en competencias* . Mexico: Grupo Editorial Exodo .
- Gomez, M. (2006). *Introudccion a la Metodologia de la Investigacion Cientifica*. Cordoba : Editorial Brujas; ISBN 987-591-026-0.
- Gonzales, C. (1993). *Calidad Total*. Mexico: McGraw.Hill.


- Griffeth , R., Hom , P., & Gaertner , S. (2000). *A meta Análisis de antecedentes y correlatos de rotación de empleados; Actualización, prueba de moderador e implicaciones de investigación para el próximo milenio*. Diario .
- Hernandez, R., Collado , C, & Pilar, L. (2006). *Metodología de la Investigacion*. Mexico D.F: Mc Graw-Hill Interamericana.
- Hosmer , L., & Kiewitz , C. (2005). *Justificación organizacional: concepto de ciencia del comportamiento con implicaciones críticas para la ética empresarial y la teoría de las partes interesadas*. Business: Ethics Quartely 15, 1, 67- 91 .
- Katzenbach, J., & Smith , D. (1996). *La sabiduría de los equipos*. Madrid: Diaz de Santos.
- Martinex, C. (2012). *La Gestion Empresarial* . Madrid : Diaz de Santos .
- Moderna , A. (1996). *Reyes Ponce Agustin* . Mexico : Pearson .
- Navarro, E., Linares , C., & Montañana, A. (2010). Factores de satisfaccion laboral evocados por los profesionales de la construccion en la Comunidad Valenciana . *Revista de la Construccion* , 9(1): 4-16.
- Nuñez, E. (2007). *Archivos y normas ISO* . España: Trea S.L.
- Palom, F. (2009). *Circuitos de calidad Teoria y Practica*. España: MARCOMBO S,A.
- Parreño, I. (2002). *Elaboración de manuales administrativos y de procesos en la Empresa Cerámica Novel 3, para lograr mayor eficiencia en los trabajadores*. (Trabajo de titulación ESPE) Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/4317/1/T-ESPEL-0289.pdf>
- Peiro, D. (2007). *Cliente para pymes*. San Jose : Grupo Daion .
- Philipp, A. (2005). *Just in Time: El sistema de produccion Justo a Tiempo* . Mexico : Perason .
- Pola , M. (2009). *Gestion de la calidad*. España: Marcombo.
- Romero, R. (2008). *Comportamiento Organizacional nuevos retos* . Monterrey : Editorial: Miguel Angel Porua .
- Sales, S. (2007). *Cuales son los tipos de crm* Obtenido de http://www.smartsales.com.ar/administracion_de_clientes_que_es_crm_cuales_son_tipos_de_crm.html
- Servicio Ecuatoriano de Normalizacion . (s.f.). *Servicio Ecuatoriano de Normalizacion*. Obtenido de <https://www.normalizacion.gob.ec/inen-promueve-norma-que-proporciona-un-sistema-de-gestion-de-calidad-integral-en-el-gobierno-local/>
- Spector , P. (1985). Medición de la satisfacción del personal de servicios humanos: Desarrollo de la Encuesta de Satisfacción Laboral. *Revista estadounidense de psicología comunitaria*, 13:893-713.
- Uribe, J. (2015). *Clima o ambiente organizacional: Trabajo, salud y factores sicosociales* . Mexico,B.F.: El manual moderno .

Vargas, M., & Vega , L. (2006). *Calidad de Servicios, Concepto y herramientas* . Bogota :
ECOE Editorial .

Velloso, R. (2015). *Canales de distribución*:. Obtenido de
<https://www.redalyc.org/pdf/993/99342682009.pdf>

ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS.


ENCUESTA USUARIO

1. ¿A cuál de las 2 agencias acudiría usted?

NORTE SUR

2. Considera Ud., ¿que la visión de la empresa de Agua Potable de la ciudad de Riobamba es brindar un servicio de calidad en atención al cliente?

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Indiferente
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

3. ¿Cree que la empresa posee una excelente Imagen Corporativa en atención al cliente?

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Indiferente
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

4. ¿Experimenta una buena imagen de los empleados del área de atención al cliente en atención al cliente?


Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Indiferente
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

5. ¿En general existe respeto y amabilidad dispensado por el personal del servicio?

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Indiferente
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

6. ¿Está satisfecho con el tiempo de espera para ser atendido en atención al cliente?

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Indiferente
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

 | ep emapar

Londres 07-50 y Juan Félix Proaño
(593) 03-3730800

www.epemapar.gob.ec

7. ¿La atención personalizada en el servicio recibido cumple con sus expectativas en atención al cliente?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

8. ¿El empleado que lo atendió posee la aptitud necesaria en el área de atención al cliente?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

9. ¿Existe asesoramiento y ayuda al usuario en la realización de las gestiones a efectuar?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

10. La empresa debería evaluar el desempeño laboral de los empleados periódicamente?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

11. ¿Recibe respuestas a sus problemas, reclamos, quejas de manera rápida y efectiva?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

12. ¿Al solicitar un servicio, la actitud que demuestra el empleado de la empresa es excelente?


- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo

- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

13. ¿Utiliza el empleado un vocabulario adecuado para comunicarse con usted?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

ANEXO B: ENCUESTA DIRIGIDA AL CLIENTE INTERNO.



ENCUESTA CLIENTE INTERNO

1. ¿La cantidad y apariencia física de equipos, materiales, instalaciones y personal son adecuadas para que usted brinde un buen servicio?

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Indiferente
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

2. ¿Los proyectos ejecutados generan actividades que satisfagan las necesidades de los colaboradores de la EP-EMAPAR?

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Indiferente
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

3. ¿Se miden y reportan los riesgos, el control, el cumplimiento y el desempeño?

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Indiferente
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

4. ¿Cree que la coordinación interna de la Empresa es?


Muy buena
 Buena
 Regular
 Mala

5. ¿El servidor evaluado contribuye activamente con su grupo de trabajo?

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Indiferente
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

6. ¿El servidor evaluado se adapta positivamente al ambiente en el que trabaja?

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Indiferente
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

 | ep emapar

Londres 07-03 y Juan Félix Proaño
(503) 03-3730800

www.epemapar.gob.ec

7. ¿Sus colaboradores son reconocidos y motivados por sus logros laborales dentro de la organización?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

8. ¿Qué aspectos deberían tomarse en cuenta para mejorar el desarrollo de la empresa?

- Planificación
- Coordinación
- Comunicación
- Organización
- Control
- Dirección

9. ¿Tu experiencia con esta compañía es satisfactoria y gratificante?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

10. ¿Hay una comunicación afectiva y amable dentro de mi departamento?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

11. ¿Como describes tu impresión sobre la comunicación entre los trabajadores de la empresa?

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala

12. ¿El ambiente de trabajo me motiva para trabajar?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

ANEXO C: SALA DE ESPERA PRINCIPAL.



ANEXO D: SALA DE ESPERA SECUNDARIA.



ANEXO E: USUARIOS ENCUESTADOS.

