



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,
ADMINISTRATIVA Y CIENCIAS**

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**ESTRATEGIA DE SERVICIO AL USUARIO DEL ÁREA DE
MATRICULACIÓN VEHICULAR DEL GAD DE
QUINSALOMA.**

Autor:

Lucio Zapata Leónidas Lupercio

Tutor:

PhD. Simón Alberto Illescas Prieto

Guayaquil, Ecuador

2019

DEDICATORIA

La vida se encuentra plagada de retos, el presente proyecto está dirigido primeramente a Dios, ya que gracias a él he logrado concluir mi carrera. A mi querida madre por darme la vida y a mi padre por inculcarme los mejores consejos para salir a delante, a mi querida esposa e hijas, por inspirarme día a día en conseguir la meta planteada, mis hermanos y familiares, por sus palabras y confianza y a todas aquellas personas que de una u otra manera han contribuido para el logro de mi objetivo.

Lucio Zapata Leónidas Lupercio

AGRADECIMIENTO

Sabiendo que jamás existirá una forma de agradecer una vida de lucha, sacrificio y esfuerzo, quiero hacer público mi reconocimiento y gratitud al Instituto Superior Técnico Bolivariano de Tecnología, a mis estimados maestras y maestros por los conocimientos compartidos, a mis compañeros por brindarme la confianza y amistad, a mi recordada abuelita que no está aquí junto a mí, sé que desde el cielo se siente orgullosa de mí, como no estar profundamente agradecido con Marianita Narváez, Carlos Mendoza, Cindy Medina, Alejandra Alai, por ese grupo de amigos y compañeros que siempre fuimos un grupo unido.

Lucio Zapata Leónidas Lupercio



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Estrategia de servicio al usuario del área de Matriculación Vehicular del GAD de Quinsaloma”** y problema de investigación: **¿Cómo mejorar el proceso servicio al usuario, para elevar los índices de satisfacción en el área de Matriculación Vehicular del GAD de Quinsaloma en la Provincia de Los Ríos en el periodo 2018?**, presentado por Leónidas Lupercio Lucio Zapata como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresado:

Tutor:

Lucio Zapata Leónidas Lupercio PhD. Simón Alfredo Illescas Prieto



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Leónidas Lupercio Lucio Zapata, en calidad de autor con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación: Estrategia de servicio al usuario del área de Matriculación Vehicular del GAD de Quinsaloma, de la modalidad semipresencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Administración de empresas, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Leónidas Lupercio Lucio Zapata

No. de cédula: 1206286567

Firma



Factura: 002-001-000020305



20191213001D00640

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20191213001D00640

Ante mí, NOTARIO(A) FLAVIO JONAS CORONEL BARREZUETA de la NOTARÍA PRIMERA , comparece(n) LEONIDAS LUPERCIO LUCIO ZAPATA portador(a) de CÉDULA 1206286567 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en QUINSALOMA, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede CLAUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. QUINSALOMA, a 11 DE JUNIO DEL 2019, (8:57).

LEONIDAS LUPERCIO LUCIO ZAPATA
CÉDULA: 1206286567



[Handwritten signature of Leonidas Lupericio Lucio Zapata]

NOTARIO(A) FLAVIO JONAS CORONEL BARREZUETA
NOTARÍA PRIMERA DEL CANTÓN QUINSALOMA





70191213001D00840

00000000000000000000

DECLARACION DE RECEPCION DE LA FIRMA N. 20191213001D00840

Faint, mostly illegible text, likely a declaration or receipt form, possibly containing names and dates.

ESPACIO EN BLANCO



Faint text at the bottom center, possibly a signature line or official title.



UNIVERSIDAD DE ANTOQUIA FACULTAD DE EDUCACIÓN DEPARTAMENTO DE PEDAGOGÍA Y PSICOLOGÍA
TITULACIÓN

El presente trabajo de titulación se titula "El uso de la tecnología en el aula de clase en el contexto de la educación superior en Colombia". El autor del presente trabajo es el señor [Nombre del autor]. Este trabajo de titulación se realizó en el marco del programa de maestría en Pedagogía y Psicología de la Universidad de Antioquia. El presente trabajo de titulación se realizó en el marco del programa de maestría en Pedagogía y Psicología de la Universidad de Antioquia. El presente trabajo de titulación se realizó en el marco del programa de maestría en Pedagogía y Psicología de la Universidad de Antioquia.

ESPACIO EN BLANCO

Firma

Firma del tutor



CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Número único de identificación: 1206286567

Nombres del ciudadano: LUCIO ZAPATA LEONIDAS LUPERCHIO

Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/LOS RIOS/QUINSALOMA/QUINSALOMA

Fecha de nacimiento: 22 DE NOVIEMBRE DE 1986

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: HOMBRE

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: LUCIO ROSERO HECTOR

Nacionalidad: ECUATORIANA

Nombres de la madre: ZAPATA ZAPATA ROSA LUCINA

Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 27 DE MAYO DE 2013

Condición de donante: SI DONANTE

Información certificada a la fecha: 11 DE JUNIO DE 2019

Emisor: FLAVIO JONAS CORONEL BARREZUETA - LOS RIOS-QUINSALOMA-NT 1 - LOS RIOS - QUINSALOMA



N° de certificado: 191-232-30940



191-232-30940

Lcdo. Vicente Taiano G.

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación



Documento firmado electrónicamente



REPÚBLICA DEL ECUADOR
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL
IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

CÉDULA DE CIUDADANÍA
APELLIDOS Y NOMBRES
LUCIO ZAPATA LEONIDAS LUPERCIO
LUGAR DE NACIMIENTO
LOS RIOS QUINSALOMA
FECHA DE NACIMIENTO **1986-11-22**
NACIONALIDAD **ECUATORIANA**
SEXO **M**
ESTADO CIVIL **SOLTERO**

Nº **120628656-7**

INSTRUCCIÓN **BACHILLERATO** PROFESIÓN / OCUPACIÓN **ESTUDIANTE** E333313222

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE **LUCIO ROSERO HECTOR**

APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE **ZAPATA ZAPATA ROSA LUCINA**

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN **QUEVEDO 2013-05-27**

FECHA DE EXPIRACIÓN **2023-05-27**





DIRECCIÓN GENERAL FIRMA DEL CEDULADO



CERTIFICADO DE VOTACIÓN
24 - MARZO - 2019

0008 M JUNTA Nº 0008 - 262 CERTIFICADO Nº 1206286567 CEDULA Nº

LUCIO ZAPATA LEONIDAS LUPERCIO
APELLIDOS Y NOMBRES

PROVINCIA: **LOS RIOS**
CANTÓN: **QUINSALOMA**
CIRCUNSCRIPCIÓN:
PARROQUIA: **QUINSALOMA**
ZONA: **1**



ELECCIONES SECCIONALES Y CPCCS
2019

CIUDADANA/O:
ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED SUFRAGÓ EN EL PROCESO ELECTORAL 2019

[Signature]
PRESIDENTE DE LA JRV

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.

Nombre y Apellidos del Colaborador

CEGESCYT

Firma

INDÍCE GENERAL

Contenidos:	Páginas:
PORTADA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	iv
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT	vi
INDÍCE GENERAL	vii
INDÍCE DE TABLAS	ix
INDÍCE DE GRÁFICOS	x
Resumen	xi
Abstract	xii
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA	1
Planteamiento del Problema.....	1
Situación Conflicto	2
Formulación del Problema.	3
Variables de la Investigación.....	3
Delimitación de Problema.....	3
Objetivos de la Investigación.....	3
Justificación e Importancia.....	4
Viabilidad de Investigación.....	5
CAPÍTULO II.....	6
MARCO TEÓRICO	6
Antecedentes Históricos	6
Antecedentes Referenciales.....	14
Fundamentación Legal	17
Variables de Investigación.....	20
Definiciones y Conceptos	20
CAPÍTULO III.....	23
METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	23

Información de la Empresa	23
Misión	24
Visión	24
Diseño de Investigación.	28
Investigación Cuantitativa	29
Investigación Cualitativa	29
Población	29
Muestra.....	30
Muestreo Probabilístico.....	30
Muestreo no Probabilístico	31
Encuesta.....	32
Entrevista a Profundidad.....	32
Cuestionario	32
Grupo Focal.....	33
CAPÍTULO VI	34
INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	34
PLAN DE MEJORA	45
CONCLUSIONES	47
RECOMENDACIONES.....	48
Bibliografía.....	49
.....	52
Anexo1	53
Carta de aceptación	53
Anexo 2	54
Fotos	54
Anexo 3	57
Medidor de satisfacción por el servicio.....	57
Anexo 4: Formato de Encuesta.....	59
ENTREVISTA A PROFUNDIDAD	61

INDÍCE DE TABLAS

Contenidos:	Páginas:
Tabla 1: Entorno.....	2
Tabla 2: Tipos de Investigacion	27
Tabla3: Población.....	29
Tabla 4: Técnicas e Instrumento de la Investigación.....	32
Tabla 5: Servicio de Matriculación	34
Tabla 6: Proceso de Matriculación.....	35
Tabla 7: Facilidad de Modulo de Atención	36
Tabla 8: Tiempo de Demorado del Proceso.....	37
Tabla 9: Servicio de Matriculación Vehicular.....	38
Tabla 10: Tiempo que Demora su Tramite.....	39
Tabla 11: Aspecto que Considera Importante.....	40
Tabla 12: Atención Brindad Actualmente.....	41
Tabla 13: Mejorar la Infraestructura.....	42
Tabla 14: Implementar un Sistema.....	43

INDÍCE DE GRÁFICOS

Contenidos:	Páginas:
Gráfico 1: CRM en la década de los 90	9
Gráfico 2: CRM en la década del Siglo XXI	10
Gráfico 3: Logo del GAD Quinsaloma	24
Gráfico 4: Logo de la Unidad de Transito Municipal.....	24
Gráfico 5: Organigrama	25
Gráfico 6: Proceso de matriculación y revisión Vehicular.....	26
Gráfico 7: Servicio de Matriculación	34
Gráfico 8: Proceso de Matriculación	35
Gráfico 9: Facilidad de Modulo de Atención	36
Gráfico 10: Tiempo demorado en efectuar su trámite.....	37
Gráfico 11: Servicio de Matriculación.....	38
Gráfico 12: Tiempo que Demora su trámite.....	39
Gráfico 13: Aspecto que considere Importante.....	40
Gráfico 14: Atención Brindada Actualmente.....	41
Gráfico 15: Mejorar la Infraestructura.....	42
Gráfico 16: Implementar un Sistema.....	43



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA.**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES,
ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO: TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

TEMA:

Estrategia de servicio al usuario del área de Matriculación Vehicular del GAD de Quinsaloma.

Autor: Lucio Zapata Leónidas Lupercio

Tutor: PhD Simón Alberto Illescas Prieto

Resumen

El presente proyecto de investigación busca mejorar el modelo de atención al usuario en el GAD de Quinsaloma; cabe mencionar que el usuario será el protagonista para efectuar el proceso de mejorar a los momentos de verdad con el cliente en cada proceso de matriculación y revisión vehicular. La investigación de campo utilizada en los usuarios que ejecutan sus trámites e matriculación y revisión vehicular, es intencional que se basó en seleccionar la muestra a criterio del investigador para obtener información relevante que nos ayude a tomar decisiones y cambios en el proceso de servicio de atención al usuario para beneficio del GAD Quinsaloma.

Satisfacción

Usuarios

Procesos



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA.**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES,
ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO: TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

TEMA:

Estrategia de servicio al usuario del área de Matriculación Vehicular del GAD de Quinsaloma.

Autor: Lucio Zapata Leónidas Lupercio

Tutor: PhD Simón Alberto Illescas Prieto

Abstract

This research project seeks to improve the user service model in the GAD of Quinsaloma; It is worth mentioning that the user will be the protagonist to carry out the process of improving the moments of truth with the client in each process of registration and vehicular review. The field research used in the user who executes their procedures for registration and vehicular review, is intentional, based on selecting the sample at the discretion of the researcher to obtain relevant information to help us make decisions and changes in the service process. To the user for the benefit of GAD Quinsaloma.

Satisfaction

Users

Processes

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema.

En el siglo XXI se da inicio a los centros de revisión vehicular de manera autónoma en cada provincia y cantón del territorio ecuatoriano con una regulación de la Agencia Nacional de Tránsito para el proceso de matriculación y revisión vehicular en cada provincia y establecer los controles pertinentes para su rodaje vehicular y así dar un cambio a la prestación de servicio manual que se hacía por décadas en cada centro vehicular, en consolidación en un nuevo régimen de desarrollo, centrado en el buen vivir, que incremente las potencialidades, capacidades y vocaciones de los gobiernos autónomos descentralizados para crear un aporte justo en la construcción de un desarrollo y equilibrado de todo el país.

El centro de Revisión Técnica Vehicular a efectuar el análisis del servicio al usuario está ubicado en la Provincia de los Ríos, Cantón Quinsaloma, la Unidad de Tránsito Municipal está bajo la dependencia del Gobierno Autónomo Descentralizado de Quinsaloma, y se encuentra ejerciendo las competencias de tránsito, transporte terrestre y seguridad vial, del gobierno autónomo descentralizado que define el control del tránsito en la geografía de Quinsaloma.

Las mismas que fueron entregadas por la Agencia Nacional de Tránsito mediante resolución N° 201-DE-ANT-2014, en la que textualmente enuncia:

Art. 1.- certificar que el Gobierno Autónomo del Cantón Quinsaloma Empezará a ejecutar las competencias de títulos habilitantes en el ámbito de su jurisdicción, a partir del 01 de noviembre de 2014.

Situación Conflicto

En la disposición general segunda de la resolución N° 0003-CNC-2015 publicada en el registro oficial N° 475 de fecha 08 de abril 2015 resolvió; art 1. Revisar los modelos de gestión determinados en los artículos 4, 5 y 6 de la resolución N° 006-cnc-2012 publicada en el registro oficial suplemento 712 de 29 de mayo de 2012; en donde re categorizan al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Quinsaloma del modelo de gestión C, al modelo de gestión B, facultándolo la competencia en matriculación y revisión técnica vehicular.

Tabla 1: **Entorno**

Causas	Consecuencias
<ul style="list-style-type: none">• Ser inaccesible la información al usuario.	<ul style="list-style-type: none">• No otorgar la información eficiente al usuario en los servicios de matriculación y revisión vehicular
<ul style="list-style-type: none">• Escasa información en cartelera para el usuario.	<ul style="list-style-type: none">• Lentitud en la atención en el módulo por el servidor publico• Omisión en brindar capacitación del personal.
<ul style="list-style-type: none">• Imagen Corporativa de la institución.	<ul style="list-style-type: none">• Sensibilización del personal para emitir confianza al usuario externo.

Elaborado por: Lucio, L (2019)

El personal interno del Gobierno Descentralizado Municipal del Cantón Quinsaloma, no cuenta con capacitación en temas de servicio al usuario, su atención es muy tradicional o rustica en donde solo indican la información sin

dar una orientación en cada procesos de atención al usuario conforme los protocolos de servicios que se dejen ejecutar en los servicios de matriculación y revisión técnica vehicular para generar una satisfacción a cada persona que adquiere el servicio.

Formulación del Problema.

¿Cómo mejorar el proceso servicio al usuario, para elevar los índices de satisfacción en el área de Matriculación Vehicular del GAD de Quinsaloma en la Provincia de Los Ríos, en el periodo 2018?

Variables de la Investigación.

- Variable independiente: Servicio al Usuario.
- Variables dependientes: Satisfacción al Usuario.

Delimitación de Problema.

- **Campo:** Administración de Empresas.
- **Área:** Usuarios.
- **Aspectos:** Proceso Servicio al usuario, satisfacción, usuario.
- **Tema:** Estrategia de servicio al usuario, para mejorar los Índices de satisfacción en el área de Matriculación Vehicular del GAD de Quinsaloma.

Objetivos de la Investigación.

Objetivo General:

- Proponer estrategias de servicios, para que generen un aumento en el nivel de satisfacción de los usuarios que realizan sus procesos matricula y revisión técnica vehicular en el GAD Quinsaloma.

Objetivos Específicos:

- Fundamentar los aspectos teóricos relacionados a estrategia de servicio al usuario.
- Diagnosticar los procesos de servicio al usuario en el área de matriculación vehicular en el GAD Quinsaloma.

- Diseñar estrategia de servicio para aumentar la satisfacción de los usuarios

Justificación e Importancia.

El desarrollo del presente trabajo investigativo es buscar los cuellos de botellas en los procesos de matriculación y revisión vehicular del GAD de Quinsaloma; para reorganizar, restablecer los procesos internos con los colaboradores e implementar acciones de mejora para el beneficio de la comunidad de Quinsaloma que aclama una eficiencia en cada trámite que se ejecute en los procesos de matriculación y revisión vehicular para evitar las quejas en los procesos repetitivos e falta de información que siente el usuario al acercarse a la respectiva oficina para ejecutar sus procesos pertinentes.

La institución debe generar un excelente modelo de atención al usuario para cambiar la concepción que tiene en el mercado; este quiere decir, generar un cambio radical en los procesos que se generan en cada contacto con el usuario para dar una total satisfacción en sus procesos operativos de matriculación dentro del GAD de Quinsaloma.

- **Importancia:** El presente proyecto investigativo tiene una verdadera importancia en conocer, identificar las razones por lo cual, no se genera una calidad de servicio a los usuarios en el área de matriculación y revisión técnica vehicular.
- **Beneficio y aporte Social:** Los procesos de servicios que genera el área de matriculación y revisión técnica vehicular en el GAD de Quinsaloma tiene un aporte social para los ciudadanos para dar cumplimiento a toda la reglamentación de tránsito para que los vehículos cumplan con un excelente funcionamiento dentro de las vías (carreteras); por supuesto, que si los ciudadanos cumplimos con los lineamientos de revisión técnica vehicular es de total beneficio para evitar los accidentes de tránsito por la falta de mantenimiento vehicular que se brinde a los automotores y no cumplan con los reglamentos estipulados para su proceso de matriculación.

- **Utilidad Metodológica:** Es evidente que los cambios operativos que se modifiquen para beneficio del usuario tendrán una reorientación en los procesos dando un cambio de cultura y procesos metodológicos en los métodos operativos que se generen para lograr satisfacción del usuario final y a la vez el mismo sea el portavoz en la comunidad.
- **Valor Teórico:** El Gad Quinsaloma los cambios que genere en su procesos de atención al usuario será de vital contribución al usuario para generar procesos de matriculación y revisión técnica vehicular.

Viabilidad de Investigación.

- **Viabilidad Técnica:** La mejora en los procesos de registro dentro del asunto de matriculación y revisión vehicular genera un cambio técnicos en los procedimientos operativos para el beneficio de usuario en busca de tener la satisfacción de ellos en la atención que al usuario que efectúa el servidor público en la oficina del Gad Quinsaloma.
- **Viabilidad Financiera:** Al existir mejorar en los procesos de matriculación los usuarios efectuar sus trámites de acuerdo con el número de placa que corresponde a su automotor o moto que presente dentro de los tiempos establecidos lo que genera ingresos a las institución en el procesos de revisión y matriculación.
- **Viabilidad Administrativa:** Al momento de efectuar un cambio de proceso en el servicio al usuario se genera un cambio de cultura organización en donde la institución deberá otorgar procesos administrativos más ágil y eficientes para lograr aumentar la satisfacción al usuario en los tramites de matriculación y revisión vehicular que ejecute dentro del GAD Quinsaloma.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes Históricos

En la actualidad la relación entre los que proporcionan el servicio y los usuarios parece haber llegado a un punto crítico, lo que está originando gran cantidad de debates en el ámbito empresarial. El servicio al usuario es aquella interacción que una empresa sin importar la magnitud que sea debe dar a sus respectivos usuarios. En la década de los 20,30,40, 50, había mucha demanda y poco producto, la atención y calidad de servicios que se prestaban no eran una prioridad ya que se mantenían cautivos a los usuarios, derivado de una oferta limitada de fabricantes.

En los años 60, los hábitos de consumo de productos empezaron a cambiar la ideología social en donde surgen nuevos fabricantes de manera rápida se fueron infiltrando en el mercado global, aunque sin tanta sofisticación de producto tangible o intangible. Un estudio publicado en 1984 por la Asociación Americana de productos, esencialmente, son iguales, el campo de batalla se centra en el servicio que reciben y no solo desean un servicio mejor, sino que lo esperan que mejoren sus servicios dejando los ámbitos tradicionales en otorgar un excelente servicio a las organizaciones.

A partir de los años 80 y hasta mediados de los 90, la calidad se asume como un proceso estratégico que quizás uno de los cambios más significativos que ha tenido el concepto, pues a partir de ahí se introducen los procesos de mejora continua en cada modelo de servicio al usuario fijados en la calidad que ahora no es impulsada por los inspectores sino por la dirección, se contempla como una ventaja competitiva.

A partir de los años 90 y hasta la fecha la distinción entre producto y servicio desaparece ya no existe una diferencia alguna cambia su perspectiva de concepto a una escena de calidad total, es decir, el proceso en su conjunto en donde el usuario adquiere mayor protagonismo dentro del proceso de compra y buscan las organizaciones que tengan un mejor protagonismo dentro de la organización y se convierta en el principal indicador de la calidad y los sistemas se perfeccionan y se adaptan conforme las exigencias de los usuarios.

Actualmente, los usuarios se encuentran en una situación muy diferente a años atrás en donde los productos y servicios se impulsaban de manera masiva que se ocasiono por la revolución industrial en donde cada empresa realizaba una producción en masa, el poder lo ostentaba los proveedores y fabricantes. Decían a los usuarios que era lo que podían tener, cuando y donde podían tenerlo, el nivel de calidad podía esperar, cuanto tendrían que pagar por dicho bien tangible e intangible.

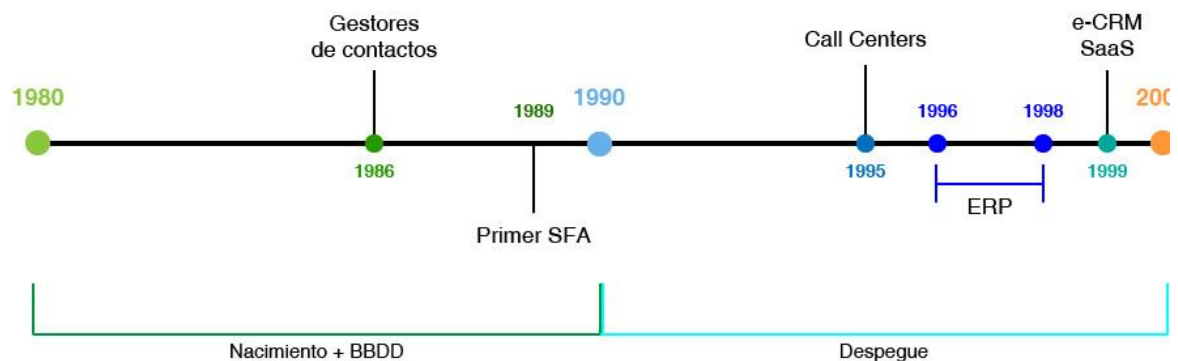
En esos tiempos, los usuarios estaban incómodos e insatisfechos, pero tenían que aceptar pasivamente la situación sin luchar demasiado ya que por razones globales de competitividad empresarial en donde las compañías buscan crecer sus negocios y expandirse en los mercados.

Hoy en día, los empresarios realizan campaña de educación a los usuarios con el objetivo de crear la sensación de que las empresas están dispuestas a cuidar a cada usuario(Tate & Stroup, 2006).El despegue del CRM, se implantan en las grandes empresas para dar soluciones inteligentes utilizando un software para la gestión de relación con los usuarios en los procesos de venta, marketing y soporte. Es en esta década donde los grandes ERP se completan con una solución CRM.

- 1993: Nace Siebel, líder mundial de CRM del momento. Ofrecía entonces productos e-business.
- 1995: Call Centers, datos almacenados y de difícil acceso.

- 1996-98: software ERP (Enterprise Resource Planning), con procesos Front Office (contacto con el usuario). En este momento de la historia del CRM se consideraba incompleto aún.
- 1999: Marc Benioff funda Salesforce, software 100% Cloud (e-CRM). El alquiler llega al mundo del software empresarial, basado en el SaaS: Software as a Service, costo predecible y bajo demanda.

Gráfico 1: CRM en la década de los 90



Fuente: (SumaCRM, 2019)

En el Siglo XX

En la década de la Burbuja se proliferan los CRM más pequeños, más baratos y basados en redes de Windows, pero sin estrategia

- 2001: Surge Sage CRM de la fusión de varias empresas de este software para pequeñas y medianas empresas.
- 2002: Microsoft se convierte en el principal actor del CRM+ERP. Además, se estima que el 65% de las implantaciones CRM son fallidas, por lo que se duda de su efectividad y los usuarios no están satisfechos.

Se empieza a entender en este momento el CRM como estrategia de acercamiento a los usuarios, más que como software en sí. Camino al

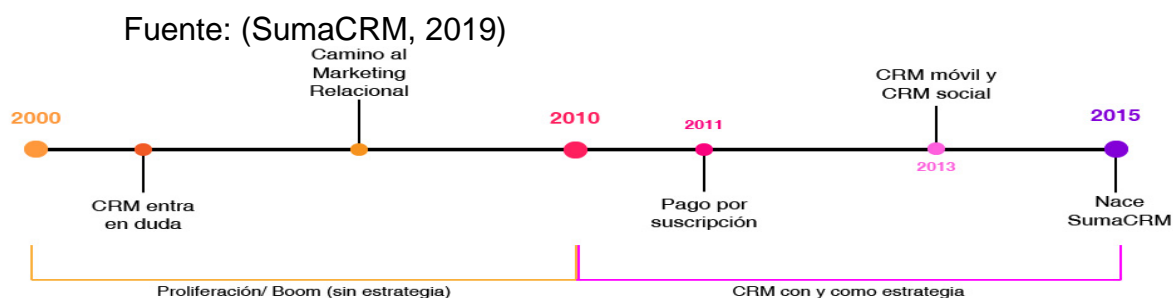
Marketing Relacional, colocando al usuario en el centro de atención, con comunicación personalizada que le hace sentir único: se crean relaciones a largo plazo, la famosa fidelización.

Se impone el Cloud al CRM local, qué implica esto, que no se necesita instalar pesados software CRM en los equipos, sino que se puede acceder a la plataforma CRM en la nube. Se cree en su potencial como iniciativa de negocios. CRM usado como estratégico, como vimos en el artículo 'Estrategia CRM: la mejor estrategia para tu negocio'; se sincroniza el Front End y el Back End (Saavedra, 2013).

A lo largo de esta década en la que vivimos, se desarrollan CRMs más sencillos de utilizar a nivel usuario, accesibles a personas sin conocimientos informáticos. Las empresas objetivo son las pymes.

- 2011: Software de comunicación empresarial en la nube. Las empresas pagan por cada suscripción.
- 2013: Accesibilidad universal y sistema multiplataforma, esto es, acceso desde dispositivos móviles. Surge a su vez el concepto de CRM Social a través de las redes sociales: atracción de usuarios gracias a Twitter, Facebook, YouTube y las empresas monitorizan esa información.
- 2015: Nace SumaCRM, cuyo claim precisamente es: CRM para pequeñas empresas.

Gráfico 2: CRM en la década del Siglo XXI



Ahora tenemos la tecnología necesaria para ofrecer un software de atención al usuario que sea realmente “omnichannel” y que se centre en los canales digitales más usados por los usuarios. El futuro del servicio de atención al usuario en redes sociales no es lineal, sino un ecosistema interactivo.

Con el software adecuado, los datos de los usuarios son agregados y cada solicitud es enviada al agente más adecuado para el trabajo. De esta forma se pueden establecer conexiones personales entre los usuarios y las marcas, dado que los agentes, gracias a los beneficios de la tecnología, pueden ofrecer el servicio personalizado que los usuarios demandan. Se acabó la pérdida de información, los agentes sobrecargados e ineficientes y el servicio reactivo. A partir de ahora, ofreceremos simple y llanamente un servicio de atención al usuario extraordinario, impulsado por las personas y perfeccionado por la tecnología.

La ironía de todo esto es que lo que quieren hoy en día los usuarios es exactamente lo mismo que los usuarios siempre han querido: un servicio que dé resultados y que les trate y valore como individuos, no como problemas por resolver. Y dado que la mayoría de los usuarios utilizan en la actualidad las redes sociales y las tecnologías digitales, estos esperan ser capaces de comunicarse con las marcas con la facilidad y rapidez que esas tecnologías permiten.

La mayoría de las compañías saben que deberían ofrecer un servicio de atención al usuario en redes sociales efectivo pero lo que no saben es cómo hacerlo (Swift, 2002).

Uno de los principales motivos por los cuales las organizaciones no cumplen con las expectativas de sus usuarios radica en la falta de conocimiento en torno a cuáles son las expectativas reales que desea el usuario. Por lo tanto, es importante entender la brecha que existe en las

organizaciones sobre como conocer las verdaderas expectativas que los usuarios espera de la organización, esto se traduce, en crear diseños y estándares de calidad de servicio altamente efectivos para cumplir por todos los colaboradores de la organización.

Orejuela (2007) sostiene que la atención al usuario es una de las actividades que deben ubicar mayor esfuerzo las organizaciones para orientar a la satisfacción del usuario o usuario para así lograr incrementar la productividad en los colaboradores y lograr tener una estrategia competitiva en el mercado.

Si damos una mirada a los enfoques modernos que apuntan las organizaciones, podemos apreciar que el éxito es el servicio al usuario que se otorga para tener la retención de los usuarios a largo plazo.

La calidad de servicio es el horizonte que debe orientar a todos los miembros de la empresa y sus operaciones, por cuanto el éxito de estas se sustentan en la entrega del modelo de atención que se otorguen en cada proceso que interviene el usuario, este es uno de los requisitos más importante que debe tener las organizaciones.

Delgado (2008) señala que:

Las organizaciones a través de los años han venido trabajando sobre la marcha para la obtención de la calidad en todos sus procesos, generando planes y estrategias para la consecución de sus objetivos. Esto ha hecho que dentro de la calidad de servicio, que es parte del proceso de mejoramiento continuo, pero tiene su orientación directa hacia la satisfacción. (p.41)

En toda la organización el capital humano es un elemento fundamental para alcanzar los objetivos y metas que se propongan dentro de los procesos de mejora en la atención al usuarios dando un cambio cultural a la organización para dar exigencias del mercado con la finalidad desempeñar eficazmente las tareas de retención de ellos a largo plazo.

Actualmente, para competir y poder sobrevivir en el entorno hostil y turbulento al que se enfrentan las empresas estas deben crear nuevos productos, servicio y proceso. Por lo tanto, la actividad de innovación también debe considerarse en la actualidad como una necesidad imperante y no como una simple opción de estrategia, como argumento para lograr diferenciarse de los demás competidores.

En este sentido, se puede decir que la innovación esta normalmente asociada a importantes productos con avances en sus procesos, la gran mayoría de las innovaciones con éxito se basan en el efecto acumulado de cambios incrementales en productos, procesos, servicios en otras palabras esta asociadamente a cambiar con procesos más tecnológicos para facilidad del usuarios en obtener la información y su relación con las organización. (D'Andrea, Huete, Lovelock & Reynoso, 2004)

Román (2009) afirma que el innovar es un proceso que conlleva una metodología que en ocasiones fomenta en la organización un sentimiento de resistencia que suele ser mucho más pesado que la misma tendencia de innovación; tal situación, suele producir la apertura a disfunciones organizacionales que en la satisfacción al usuario no se cumple en la totalidad a los usuarios.

Stanton, Etzel y Walker (2006) explican cómo una oferta intangible (servicio) reúne las expectativas del usuario, se relaciona con la percepción de este y se sustenta en mantener la consistencia en la calidad del servicio en la experiencia con relación a las promesas realizadas. Asimismo, es difícil de definir, medir, controlar y comunicar; sin embargo, ciertos aspectos son decisivos para el éxito de cualquier institución. En consecuencia, la calidad del servicio según estos autores es el grado en el que una oferta intangible reúne las expectativas del usuario, se relaciona con la percepción de éste acerca de la misma y se sustenta en mantener la consistencia en la calidad del servicio, en la experiencia con relación a las promesas realizadas.

En términos generales, la calidad del servicio se define como un compuesto de numerosos elementos o características de calidad (cortesía, oportunidad o rapidez de entrega, precios justos, entre otros) evaluados por los usuarios con relación a un servicio, según como haya sido la satisfacción de sus necesidades en la confrontación con las expectativas. Por lo tanto, un servicio eficaz consiste en adaptarse a las especificaciones del usuario.

Gil (2010) explica que la calidad debería definirse en términos de satisfacción del usuario. De igual manera, aporta que es multidimensional, es decir, sería casi imposible definir la calidad de un producto o servicio en base a una simple característica o persona. Es así como las estrategias de calidad se definen como las fórmulas, planes, y objetivos que deben emplear las organizaciones para lograr satisfacer las necesidades de los usuarios.

La satisfacción del usuario es esencial para una empresa puesto que ahí radica que siga consumiendo los productos y servicios de la organización y que la pueda recomendar a otro tipo de usuarios.

Los resultados de esta satisfacción pueden ser una de las claves para el aumento de las ventas de un negocio ya que la percepción del usuario sobre el grado de satisfacción han sido cumplido en todos sus términos como requisitos, aclarando dudas del usuario y además un aspecto muy importante sobre las quejas de los usuarios: su existencia es un claro indicador de una baja satisfacción, pero su ausencia no implica necesariamente una elevada satisfacción del usuario, ya que también podría estar indicando que son inadecuados los métodos de comunicación entre el usuario y la empresa, o que las quejas se realizan pero no se registran adecuadamente, o que simplemente el usuario insatisfecho, en silencio, cambia de proveedor.

Los componentes básicos para brindar un buen servicio de atención al usuario:

- **Accesibilidad:** Los usuarios deben tener la posibilidad de contactar fácilmente con la empresa.
- **Capacidad de respuesta:** Dar un servicio eficiente sin tiempos muertos ni esperas injustificadas.
- **Cortesía:** Durante la prestación de servicio el personal debe ser atento, respetuoso y amable con los usuarios.
- **Credibilidad:** El personal en contacto con el público debe proyectar una imagen de veracidad que elimine cualquier indicio de duda en los usuarios.
- **Fiabilidad:** Capacidad de ejecutar el servicio que prometen sin errores.
- **Seguridad:** Brindar los conocimientos y la capacidad de los empleados para brindar confianza y confidencia.
- **Profesionalidad:** La prestación de servicios debe ser realizada por personal debidamente calificado.
- **Empatía:** Brindar atención individualizada y cuidadosa al usuario.

Couso (2015) manifiesta que, para brindar una excelente atención, se requiere que los trabajadores pongan en práctica habilidades personales que permitan establecer una óptima comunicación con sus usuarios, como base para fomentar prósperas relaciones humanas con ellos. Para que el usuario se sienta bien atendido, es importante escucharle, hablarle correctamente y demostrarle empatía y respeto (p.18)

Antecedentes Referenciales

TEMA: Análisis del servicio al usuario para mejorar el proceso de comercialización de la empresa Bultrims s. A. ubicada en la ciudad de Guayaquil en el año 2014

Resumen: Al hablar de servicio al usuario, se puede partir del punto de vista de las necesidades del ser humano, y siempre que se suple una, nace inmediatamente otra que necesita ser satisfecha, ya que todas las

personas tienen diferentes gustos y preferencias, es allí donde surgen la competencia entre organizaciones por captar usuarios en esa lucha muchas veces se deja de lado prestarles una adecuada atención por estar enfocados solo en vender el producto. En la actualidad las organizaciones están orientadas más en cómo administrar los recursos económicos, humanos y materiales, dejando de lado la relevancia de la atención al usuario, de cómo él percibe el producto o el buen trato que recibe por parte de las compañías que muchas veces se hayan interesadas en ofertar su producto y lograr la venta, que en fomentar relaciones perdurables y asegurar la fidelidad de los usuarios.

TEMA: Análisis y propuesta estratégica de un nuevo modelo de gestión del servicio de matriculación vehicular orientado al mejoramiento de la atención a los usuarios dentro del distrito Metropolitano de Quito

Resumen: En el desarrollo del nuevo modelo de gestión del Servicio de Matriculación Vehicular orientado al mejoramiento en la atención a los usuarios del Distrito Metropolitano de Quito, uno de los principales pilares ha sido la encuesta realizada a los usuarios del servicio en el sitio donde realizan los trámites de matriculación, gracias a esta herramienta de investigación se obtuvo información importante sobre el servicio que brinda en la Actualidad la Agencia Metropolitana de Tránsito en el proceso de matriculación vehicular, además se pudo conocer la opinión de la ciudadanía en los aspectos que debe mejorarse como institución y lo más importante se pudo obtener datos reales de los tiempos en los que se demoran los ciudadanos en obtener los diferentes trámites.

Semejanza: La relación que tiene los proyectos de tesis es mejorar la gestión de servicio al usuario para evitar la pérdida de tiempo de los usuarios en diferentes trámites a ejecutar en los momentos de verdad que tiene el usuario con la institución. Los presentes trabajos son de relevancia importancia ya que nos brindan un horizonte de que procesos

mejorar y efectivizar cambios enfocados en el usuario para generar aspectos positivos en la sociedad.

TEMA: Calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil

Resumen: El presente trabajo de investigación es un estudio de la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. Actualmente han ido incrementando los restaurantes y esto lleva a un mercado que cada vez se pone más exigente, por esto las empresas tienen que siempre tener presente una evaluación de la calidad del servicio para poder tener usuarios satisfechos. El objetivo principal de esta investigación es determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción una vez conocido los hallazgos principales, se propone programas de capacitación y de calidad dirigidas al personal de servicio y con esto crear una ventaja competitiva dentro de la empresa.

TEMA: Modelo de gestión para optimizar el proceso de servicio al usuario en tres sucursales principales del registro civil de la ciudad de Quito, en el período 2014-2015

Resumen: El presente trabajo consiste en la elaboración del modelo de gestión para optimizar el proceso de servicio al usuario en tres sucursales principales de la Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación de la ciudad de Quito en el periodo 2014 –2015.

Este trabajo es importante debido a que, dependiendo de los resultados del estudio y la efectividad de la implantación de las actividades que se proponen se puede hacer extensiva a nivel nacional, mejorando la satisfacción de los usuarios de los servicios de esta entidad pública en todo el territorio ecuatoriano.

La elaboración del modelo de gestión para mejorar el servicio al usuario en las tres sucursales principales que mantiene esta entidad en la ciudad

capital, cuyos componentes específicos consisten en el desarrollo de planes para mejorar el clima, la cultura organizacional, establecer planes de inducción, capacitación e incentivos a los colaboradores.

Semejanza: La calidad de servicio en estos tiempo es la meta de toda organización para cambiar el concepto que tiene el usuario al momento de acercarse al balcón de servicio y así otorgar un servicio con eficiencia cumplimiento los altos estándares de satisfacción que busca cada usuario en cada situación de proceso en la entrega del producto por parte del colaborador interno.

Fundamentación Legal

La calidad de un servicio no solamente responde a requisitos normativos, sino que se traduce en la satisfacción de los usuarios.

Cuando hablamos de calidad en los servicios públicos, hablamos de la evolución que ha tenido toda la administración pública hacia la mejora continua, con el objetivo de optimizar las condiciones en que se entregan los servicios a los ciudadanos. Los servicios públicos de calidad son el mejor medio para construir sociedades sostenibles, equitativas y democráticas. La ciudadanía exige una administración más cercana a sus demandas y necesidades, con servicios eficientes, eficaces y transparentes que simplifiquen los trámites.

La implementación de sistemas de calidad requiere de una participación integral de toda la institución, tomando en cuenta el alcance, implicaciones, procesos y estrategias para el posicionamiento de sus servicios, ofreciendo el mismo nivel de atención de forma constante y continua a lo largo del tiempo. El reto actual de los procesos de mejora de la calidad en la administración pública, no se centra en los objetivos estratégicos, la gestión y control de los procesos internos, sino en mejorar la calidad desde la demanda de los ciudadanos. Lo importante es saber

cómo los usuarios de los servicios públicos ven y califican los mismos, y cómo quisieran que sea la atención y la eficacia.

Lo que esperan los ciudadanos de un servicio público es la fiabilidad del trabajo que se entrega, la competencia de los servidores públicos, la capacidad de respuesta y la puntualidad, la accesibilidad fácil y rápida a los trámites, información veraz en un lenguaje comprensible, la credibilidad y seguridad que garantice compromiso y confidencialidad, factores determinantes de la calidad de un servicio.

Las buenas prácticas en la administración pública ejercida con calidad reducen los tiempos de espera y mejora la relación coste/rendimiento de los servicios públicos, incrementando la productividad con responsabilidad. De esta manera el sector público cumple un papel fundamental en la renovación económica y social de la sociedad.

Ley Organica de Servicio Público (2019) estable la seccion del Titulo III que:

Del Régimen interno de administración del talento humano

Capítulo I

De los deberes, derechos y prohibiciones

Art. 22.- Deberes de las o los servidores públicos. - Son deberes de las y los servidores públicos:

- a) Respetar, cumplir y hacer cumplir la Constitución de la República, leyes, reglamentos y más disposiciones expedidas de acuerdo con la Ley;
- b) Cumplir personalmente con las obligaciones de su puesto, con solicitud, eficiencia, calidez, solidaridad y en función del bien colectivo, con la diligencia que emplean generalmente en la administración de sus propias actividades;

- c) Cumplir de manera obligatoria con su jornada de trabajo legalmente establecida, de conformidad con las disposiciones de esta Ley;
- d) Cumplir y respetar las órdenes legítimas de los superiores jerárquicos. El servidor público podrá negarse, por escrito, a acatar las órdenes superiores que sean contrarias a la Constitución de la República y la Ley;
- e) Velar por la economía y recursos del Estado y por la conservación de los documentos, útiles, equipos, muebles y bienes en general confiados a su guarda, administración o utilización de conformidad con la ley y las normas secundarias;
- f) Cumplir en forma permanente, en el ejercicio de sus funciones, con atención debida al público y asistirlo con la información oportuna y pertinente, garantizando el derecho de la población a servicios públicos de óptima calidad;
- g) Elevar a conocimiento de su inmediato superior los hechos que puedan causar daño a la administración;
- h) Ejercer sus funciones con lealtad institucional, rectitud y buena fe. Sus actos deberán ajustarse a los objetivos propios de la institución en la que se desempeñe y administrar los recursos públicos con apego a los principios de legalidad, eficacia, economía y eficiencia, rindiendo cuentas de su gestión;
- i) Cumplir con los requerimientos en materia de desarrollo institucional, recursos humanos y remuneraciones implementados por el ordenamiento jurídico vigente;
- j) Someterse a evaluaciones periódicas durante el ejercicio de sus funciones; y, Custodiar y cuidar la documentación e información que, por razón de su empleo, cargo o comisión tenga bajo su responsabilidad e impedir o evitar su uso indebido, sustracción, ocultamiento o inutilización.

Variables de Investigación

- Variable Independiente: Servicio al cliente.

En toda organización el servicio al usuario es fundamental para generar relaciones de confianza con los usuarios en los servicios que efectuó en el Gad Municipal de Quinsaloma (Editorial Vértice, 2008).

- Variable Dependiente: Satisfacción al Usuario

Al momento que los colaboradores entreguen una calidad de servicio los usuarios serán quienes otorgaran una valoración del proceso de atención que recibió por cada colaborador en donde podrá calificar o ponderar de acuerdo con su juicio o criterio la información recibida y el trato del personal cumplió sus expectativas logrando una satisfacción en sus trámites de matriculación y revisión vehicular (Martínez-Tur, Peiró & Ramos, 2001).

Definiciones y Conceptos

Administrador: El administrador es responsable de supervisar todas las operaciones de atención al usuario, así como el software de helpdesk, desde cuando el usuario habla con el negocio, a una resolución exitosa, para oportunos seguimientos después. (David, 2003)

Valoración de la satisfacción del usuario: Una calificación que ayuda a cuantificar los niveles de satisfacción de sus usuarios y fácilmente averiguar si sus productos y servicios son bien recibidos por el público. (Rey-Martín, 2000)

Mesa de ayuda: Un servicio de asistencia es un sistema de tickets que las empresas pueden utilizar para resolver consultas y problemas tanto

internos como externos, así como los usuarios, por lo general mediante la integración de múltiples canales en un solo lugar.(Almaguer, 2018)

IVR: (Respuesta de Voz Interactiva) Es un sistema que utiliza insumos teclado / pantalla táctil para obtener los productos adecuados para el usuario adecuado, por lo general con guías de voz.

Consulta: Solicitud de información o aclaración de dudas, relacionada con los productos o servicios financieros.

Queja: Manifestación verbal o escrita de inconformidad expresada por el usuario, por su insatisfacción con respecto a un producto o servicio contratado, un proceso determinado o el trato recibido del personal del Banco. La respuesta al usuario puede requerir de un trámite, tiempo para su evaluación, resolución y comunicación.(Kotler, 2003)

Reclamo: Es la solicitud formal que un usuario presenta por su inconformidad ante un servicio o producto contratado, el cual puede requerir de un trámite, tiempo para su evaluación, resolución y comunicación.(Tigani, 2006)

Resolución: Es la respuesta brindada al usuario ante una queja, reclamo o sugerencia, así como la ejecución de las acciones que se deriven de esa respuesta.

Sugerencias: Son las propuestas, ideas u opiniones que el usuario tiene sobre los productos, servicios financieros, procesos internos del Banco y los canales de comunicación.(Casal, 2014).

Consulta: Solicitud de información o aclaración de dudas, relacionada con productos o servicios financieros.

Notificación: Es la etapa en el cual se hace del conocimiento del cliente la respuesta a la gestión o reclamo presentado.

Call Center: Centro llamadas telefónico para la atención de consultas y trámites presentados por clientes y usuarios.

Cliente: Personal natural o jurídica que ha celebrado un contrato de producto y/o servicio con cualquiera de los bancos que se suscriben el documento.

Gestión: Es un trámite relacionado a un producto y/o servicio financiero contratado por el cliente, al cual se le asigna un número único de identificación.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Información de la Empresa.

Quinsaloma es uno de los cantones más jóvenes del Ecuador en la provincia de Los Ríos. Inicialmente por decreto N° 66 del 15 de noviembre de 1979, fue erigida en parroquia rural del Cantón Ventanas; posteriormente, el congreso de 1996 aprobó la ley de cantonización respectiva, pero el ex presidente Abdala Bucaram la veto totalmente, publicado en el registro número 215, en el registro del Ecuador.

El cantón Quinsaloma al igual que los demás cantones ecuatorianos se rige por un gobierno municipal según lo estipulado en la Constitución Política Nacional.

La razón social, Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal De Cantón Quinsaloma, con Ruc. 1260034980001, fue constituido el 20 de noviembre del 2007, inicio sus actividades el 20 de Noviembre del 2007, inscribiendo el 20 de junio del 2008.

La actividad económica principal son las actividades realizadas por el municipio, con sus obligaciones tributarias: anexos relación dependencia, anexo transaccional simplificado, declaración de retenciones en la fuente, declaración mensual de IVA.

Su domicilio tributario se encuentra en la Provincia de Los Ríos, Cantón: Quinsaloma, calle 3 de Mayo y San Lorenzo, con Jurisdicción en la Zona 5 de Los Ríos.

El Legislativo Cantonal de Quinsaloma, en Sesiones Ordinarias realizadas los días 23 y 30 de octubre del 2014, aprobó la, Ordenanza de Creación

de La Unidad Municipal De Transporte Terrestre, Transito y Seguridad Vial de Quinsaloma.

Misión

Generar, orientar y normar planificadamente el desarrollo urbano y rural del Cantón, dotándolo de obras de infraestructura y equipamientos básicos con aporte de la comunidad, ofertando servicios de calidad para elevar el nivel de vida de sus habitantes con igualdad social; transparentando y penitenciando el talento humano, económicos y naturales mediante la gestión financiera nacional e internacional y asume con responsabilidad el proceso de descentralización.

Visión

Consolidar el desarrollo socio económico y productivo del Cantón, ser líder innovador, eficaz y eficiente en la prestación de servicios públicos. Que fortalezca su ideal, patrimonio cultural y cohesión social, posicionamiento como referente nacional e internacional.

Gráfico 3: Logo del GAD Quinsaloma

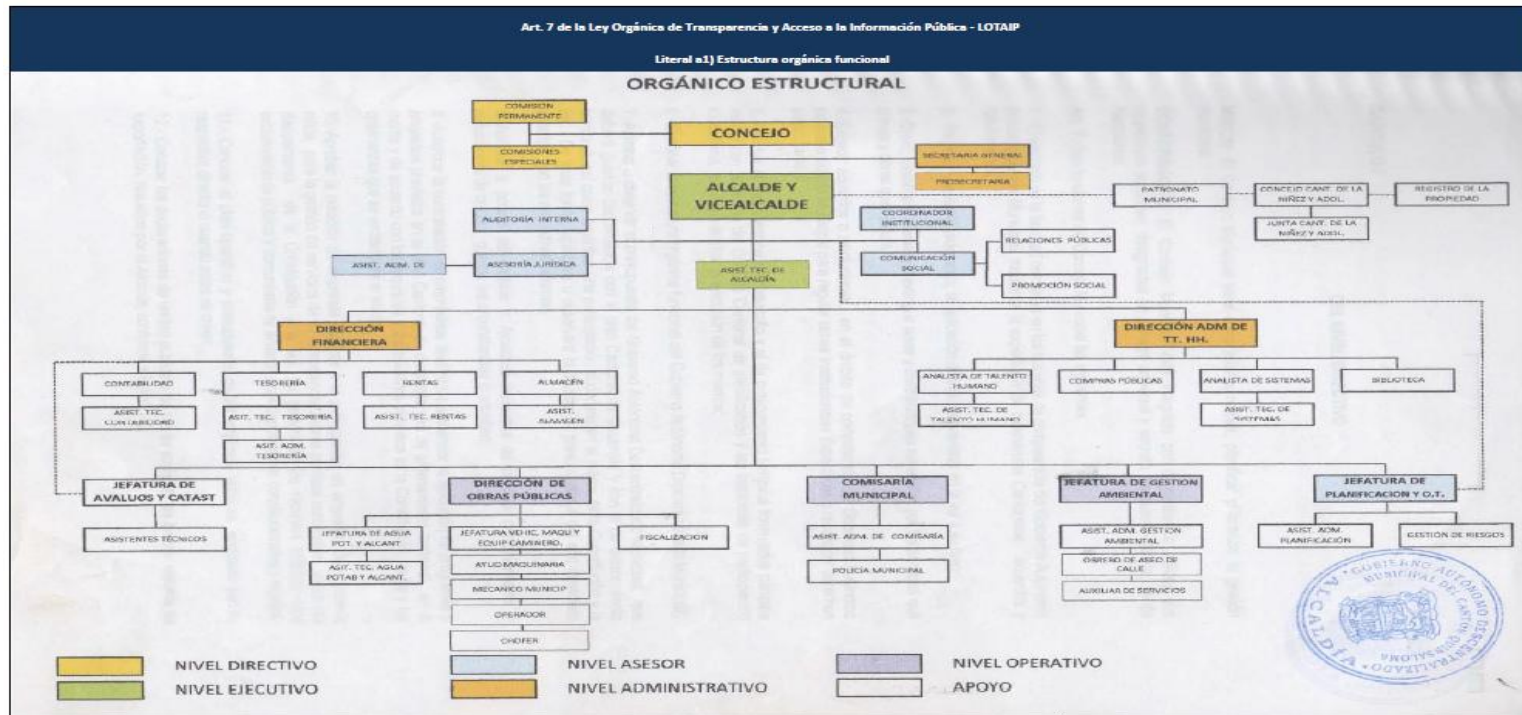


Gráfico 4: Logo Unidad de Tránsito Municipal



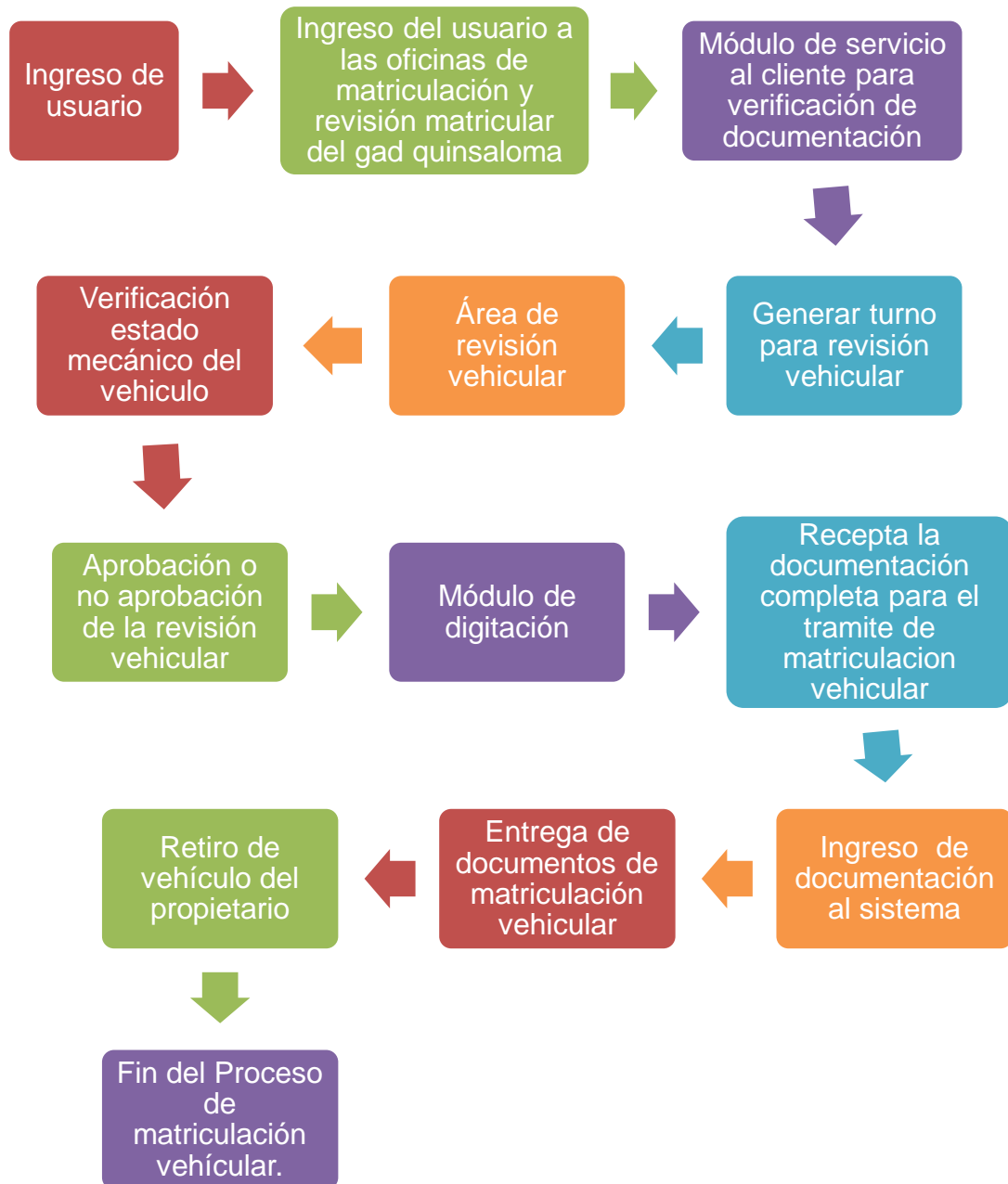
Fuente: GAD (2019)

Gráfico 5: Organigrama



Fuente: GAD (2019)

Gráfico 6: Proceso de matriculación y revisión Vehicular



Autor: Lucio, L. (2019)

Tabla 2:

Tipos de Investigación

Explorativa	Explicativo	Descriptivo	Correlacional
Este tipo de investigación Explorativa es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto que se desconoce o no se haya estudiado mucho y que nos permita conocer más del caso a estudiar para conocer el porqué del fenómeno y sus causas, por lo que sus resultados constituyen a una a una visión global de conocimientos del objeto de estudio proporcionándonos nuevos datos y elementos que nos permitan formular nuevas hipótesis o preguntas de investigación.(Malhot	Este tipo de investigación explicativa consiste en buscar o explicar el porqué de los hechos por medio de establecer relaciones de causa-efecto, es decir, los estudios explicativos se ocupan tanto de la determinación de las causas como de los efectos que se puedan generar mediante la	Este tipo de investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno de algún individuo o grupo con el principal objetivo de establecer su estructura, formación o comportamiento de los que se esté o se desee investigar. Los resultados de este tipo de investigación están ubicados en un nivel intermedio, es decir, se refiere a la profundidad de los	Este tipo de investigación Correlacional tiene como finalidad determinar el grado de asociación o relación no casual que puedan existir entre dos o más variables del caso de estudio. Primero se miden las variables para luego mediante hipótesis correlacionales con la aplicación de técnicas estadísticas estimar la correlación que pueden llegar a tener o existir entre ellas,

<p>ra, 2004)</p>	<p>prueba de hipótesis. Los resultados y conclusiones que generan este tipo de investigación constituyen el nivel más profundo de conocimientos del caso de estudio. (McDaniel & Gates, 2005)</p>	<p>conocimientos que tengan nos permitan describir con mayor precisión.(Herrera, 2013)</p>	<p>aunque este tipo de investigación no estable de forma directa la relación casual, nos puede aportar indicios sobre las posibles causas del fenómeno que se esté investigando.(Pope, 2002)</p>
------------------	---	--	--

Autor: Lucio, L. (2019)

Diseño de Investigación.

Para realizar este proyecto de investigación se utilizarán los tipos de investigación, técnicas y métodos que se aplicarán en el campo para conocer, aprender e identificar las opiniones de los usuarios sobre el servicio al cliente que brinda el GAD de Quinsaloma y así poder comprobar por qué la satisfacción y como implementar las mejoras en los servicios para lograr una total satisfacción de los usuarios.

Investigación Cuantitativa

Es un tipo de método de característica estructurada que nos facilita recabar y conseguir datos de distintas fuentes para posteriormente analizar los datos obtenidos proyectados con herramientas científicas, estadísticas o matemáticas, es decir, se trata de cuantificar el caso de estudio de una población para poder comprenderlo por medio de resultados verídicos.

Investigación Cualitativa

Forma parte del estudio de investigación que incluye un planteamiento específico del problema con sus respectivos elementos, es decir, que se divide en ciertos tipos que nos ayudan a conseguir conocimiento específico de distintas áreas de interés dependiendo de lo que se vaya a estudiar.

Población

Kotler & Hair (2008) detallan que la población es conocida como un universo es el conjunto formado por todas las medidas o integrantes que forman un conjunto ya sea de personas, animales o cosas, que posean alguna característica determinada en común.

Tabla 3: **Población**

Elemento	Cantidad
<ul style="list-style-type: none">• Gerente	1
<ul style="list-style-type: none">• Personal Administrativo	3
<ul style="list-style-type: none">• Personal de Limpieza	1
Total	5

Autor: Lucio, L. (2019)

Población Finita

Este tipo de población cuenta con un determinado número de individuos que se pueden contabilizar o seleccionar de forma espontánea, su número no excede a más de 100.000 habitantes.

Población Infinita

Este tipo de población cuenta con grandes cantidades de integrantes que no se pueden agrupar o contabilizar con facilidad, es decir, están conformados por varios grupos finitos y se exceden más de 100.000 habitantes.

Muestra

En una investigación a veces no se puede trabajar con toda la población por diversos factores, sino que es más conveniente trabajar con una determinada parte de ese conjunto, a eso se le denomina muestra, que es un conjunto de medidas que constituyen una parte de la población, ya que de ella se pueden tomar varias series de muestras dependiendo del tipo de investigación que se vaya a realizar. (Pujals, 2001)

Muestreo Probabilístico

Son estrategias de selección de elementos que se sustentan en el principio de selección aleatoria, es decir, todos los elementos de la población tienen una probabilidad conocida y distinta de 0 para pertenecer a la muestra, siendo que la aleatoriedad no es un atributo de la muestra sino del proceso de selección se aplica según el muestreo dentro del proceso de investigación. (López, 2004)

- **Muestreo Aleatorio Simple:** Es un procedimiento de muestro básico y funcional para la selección de la muestra y se caracteriza porque la selección se realiza de un listado de la población asignándole igual probabilidad de cada elemento, es decir, cada muestra de tamaño n posee la igual probabilidad de ser seleccionada.

- **Muestreo Aleatorio Estratificado:** Es un procedimiento muestral que se caracteriza por la utilización de información auxiliar para mejorar la eficiencia en la selección de elementos y poder mejorar la precisión de las estimaciones, es decir, la información auxiliar corresponde a variables de estratificación que nos permite dividir a la población en estratos que son grupos homogéneos de elementos por lo que no es preciso seleccionar un número elevado de casos para representar al estrato.
- **Muestreo Aleatorio por Conglomerados:** Es un procedimiento de muestreo que abre un sinfín de posibilidades relacionadas con los muestreos por etapas y muestreos complejos. Se caracteriza por constituir unidades de muestreo compuestas por un agregado de elementos, cada grupo de elementos constituye un conglomerado que está constituido por un conjunto de elementos con valores diferentes entre sí en la variable medida para formar conglomerados.

Muestreo no Probabilístico

Son procedimientos de selección que se caracterizan porque los elementos de la población no tienen ninguna probabilidad conocida de selección. Por eso no se puede hacer el uso de herramientas para inferir de la muestra a la población, es decir no es posible conocer la magnitud del error asociado a la estimación del parámetro poblacional debido que el propio investigador escoge el grado de confiabilidad

- **Muestreo Intencional:** Este procedimiento es donde el investigador es quien selecciona la muestra e intenta que se sea representativa, es decir, la representatividad depende de su intención u opinión del tema de interés a estudiar.

- **Muestreo por Cuotas:** Este procedimiento es donde el entrevistador o encargado de obtener la información y contacta a las unidades de análisis en un número proporcional al de las condiciones de la población que le son dadas y donde se pueden elegir según sea su conveniencia.
- **Muestreo Accidental:** Este procedimiento la muestra se obtiene de cualquier manera, ya sea por comodidad o circunstancias, pero existe el riesgo de que no sea representativa de la población cuando es muy grande, salvo que la población sea homogénea.

Encuesta

Es una estrategia de investigación de campo que puede ser oral o escrita cuyo principal propósito es recolectar y obtener información de un grupo determinado de individuos para la muestra, en relación de la opinión sobre un tema en específico pero la información que se obtenga solo es válida para el periodo de tiempo que este establecido o de interés ya que si se prolonga tanto como las características y las opiniones pueden variar con el pasar del tiempo.

Entrevista a Profundidad

Este tipo de método cualitativo intenta cubrir una lista de temas a través de una conversación personal que nos permite una facilidad y libertad de expresión del individuo que pueda hablar sobre cualquier tema de interés de estudio que se desee saber la opinión.

Cuestionario

Este tipo de método cualitativo consiste en un conjunto de preguntas estructuradas que están estrechamente relacionadas al tema a investigar que permite a las personas responder libremente, este método permite generar mucha información para posteriormente analizar.

Grupo Focal

Este tipo de método cualitativo se enfoca en temas dirigidos por un moderador frente a un grupo de personas que conocen del tema a investigar y están en la capacidad de debatir para llegar a una conclusión.

Tabla 4: **Técnicas e Instrumento de Investigación**

Técnicas	Instrumento
<ul style="list-style-type: none">• Entrevista	<ul style="list-style-type: none">• Formulario
<ul style="list-style-type: none">• Encuesta	<ul style="list-style-type: none">• Cuestionario

Autor: Lucio, L. (2019)

La investigación para realizarse en el mercado para identificar los cuellos de botellas en el servicio al usuario para efectuar el respectivo rediseño en los procesos claves de contacto con los usuarios. Se utilizará el muestreo no probabilístico de manera intencional en donde se encuestarán a 50 usuarios para conocer las percepciones de los usuarios sobre el servicio que brinda el GAD de Quinsaloma.

CAPÍTULO VI

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

A continuación se detalla los resultados de la investigación de campo efectuada al mercado para conocer las percepciones de la calidad de servicio que brinda los servidores públicos en el Gad de Quinsaloma.

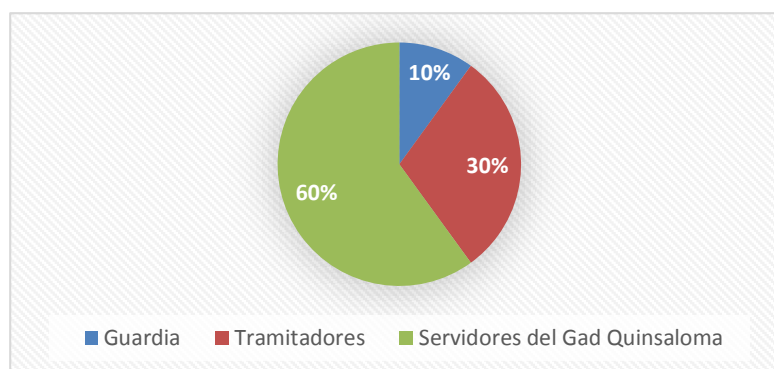
1.-Al momento de efectuar trámites en el Gad de Quinsaloma en los servicios de Matriculación ¿Cuál considera su primer contacto?

Tabla 5: Servicios de matriculación

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Guardia	5	10%
Tramitadores	15	30%
Servidores del Gad Quinsaloma	30	60%
Total	50	100%

Elaborado por: Lucio, L (2019)

Gráfico 7: Servicios de matriculación



Elaborado por: Lucio, L (2019)

Interpretación: El 60% de las personas al efectuar un trámite en el Gad de Quinsaloma en los servicios de matriculación considera que su primer contacto es los servicios de Quinsaloma, el 30% considera que su primer contacto es los tramitadores y el 10% identifica que su primer contacto es el guardia.

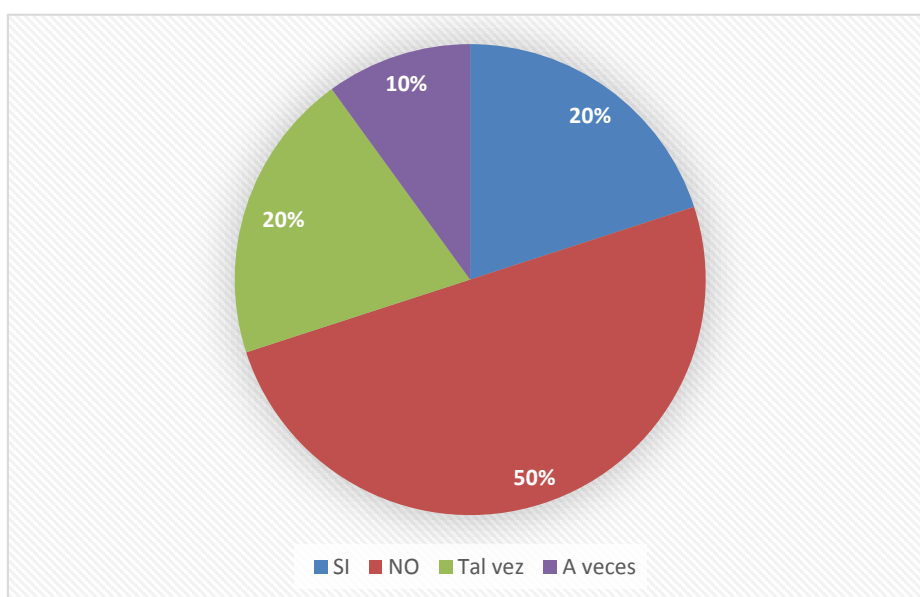
2.- Al visitar el GAD de Matriculación de Quinsaloma ¿Usted identifica el puesto informativo para efectuar el proceso de matriculación?

Tabla 6: Proceso de matriculación

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	10	30%
NO	25	50%
Tal vez	10	20%
A veces	5	10%
Total	50	100%

Elaborado por: Lucio, L (2019)

Gráfico 8: Proceso de matriculación



Elaborado por: Lucio, L (2019)

Interpretación: El 50% de las personas que llegan a GAD no identifica el proceso de matriculación, el 30% considera que si se identifica el proceso de matriculación, el 20% tal vez considera que se identifica el proceso de matriculación y el 10% a veces identifica el proceso informativo para efectuar la matriculación. Identificando hay que tener muy bien identificado el proceso de matriculación para todos los clientes que llegan a visitar GAD.

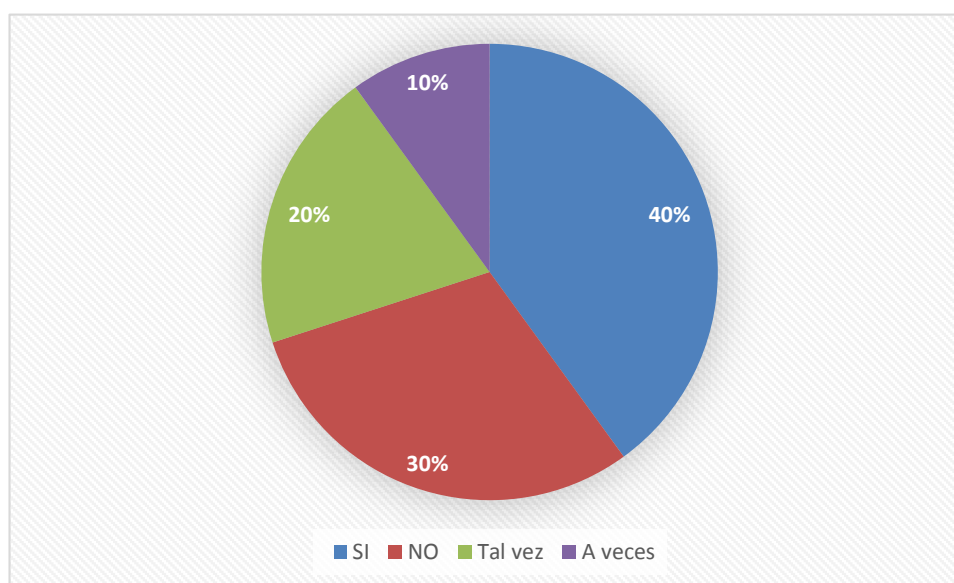
3.- ¿Usted identifica con facilidad el módulo de atención?

Tabla 7: Facilidad de módulo de atención

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	20	40%
NO	15	30%
Tal vez	10	20%
A veces	5	10%
Total	50	100%

Elaborado por: Lucio, L (2019)

Gráfico 9: Facilidad de módulo de atención



Elaborado por: Lucio, L (2019)

Interpretación: El 40% de los encuestados indicaron que si se identifica con un gran facilidad el módulo de atención, el 30% indicaron que no se facilita el módulo de atención, el 20% considera que tal vez se identifica el módulo de atención y el 10% considera que a veces hay una facilidad el proceso de módulo de atención.

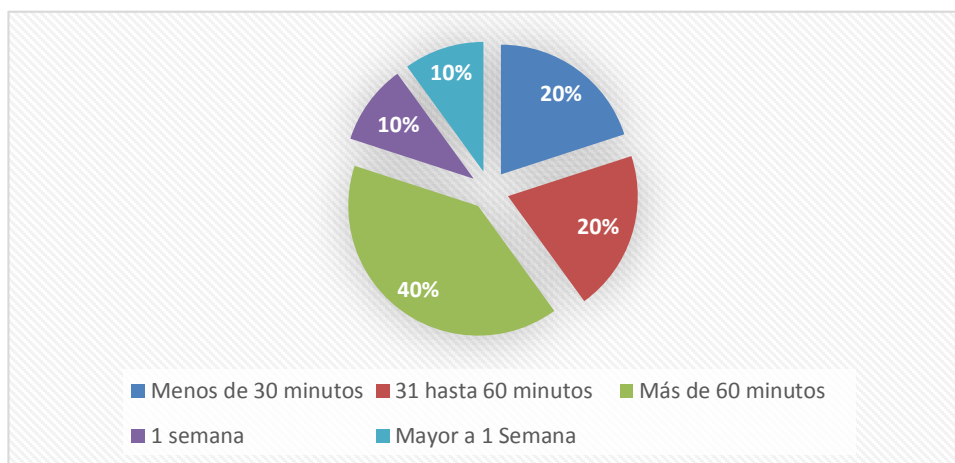
4.-Por lo general ¿Cuánto tiempo se ha demorado en efectuar su proceso de matriculación vehicular en el GAD de Quinsaloma?

Tabla 8: Tiempo de demorado en efectuar su proceso de matriculación

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 30 minutos	10	20%
31 hasta 60 minutos	10	20%
Más de 60 minutos	20	40%
1 semana	5	10%
Mayor a 1 Semana	5	10%
Total	50	100%

Elaborado por: Lucio, L (2019)

Gráfico 10: Tiempo demorado en efectuar su proceso de matriculación



Elaborado por: Lucio, L (2019)

Interpretación: El 40% de los encuestados indicaron que al realizar el proceso de matriculación en el GAD se demora más de 60 minutos, el 20% considera que se demora en efectuar el proceso de matriculación entre menos de 30 minutos y más de 31 hasta 60 minutos para realizar el proceso de matriculación y el 10% considera que se demora entre 1 semana hasta mayor a 1 semana en realizar el trámite de matriculación vehicular en el GAD. Tomando en cuenta el resultado de las encuesta se debe de tener un tiempo establecido para cada vehículo el tiempo establecido en el proceso de matriculación en el GAD.

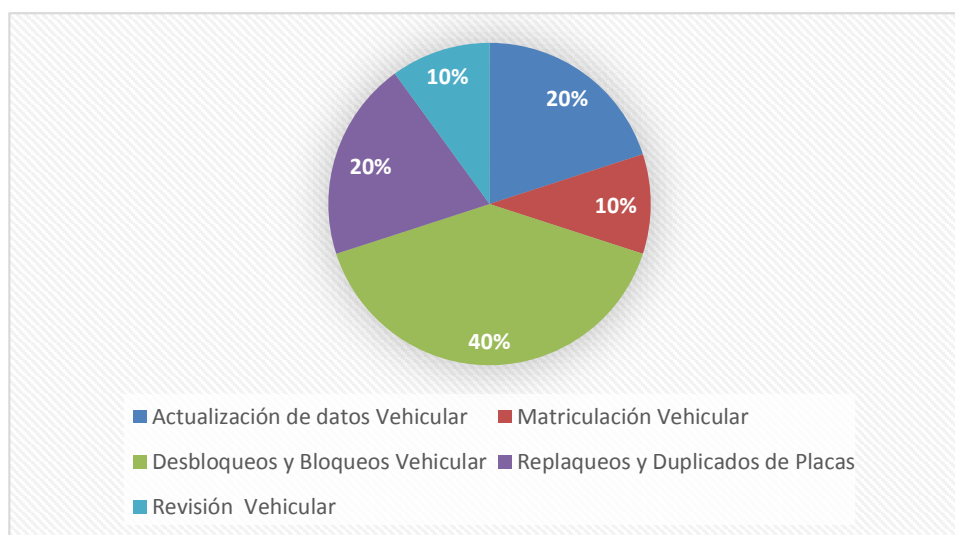
5.- Por lo general ¿Qué servicios de matriculación realiza en el GAD de Quinsaloma?

Tabla: servicios de matriculación que realiza en GAD

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Actualización de datos Vehicular	10	20%
Matriculación Vehicular	5	10%
Desbloques y Bloqueos Vehicular	20	40%
Replaqueos y Duplicados de Placas	10	20%
Revisión Vehicular	5	10%
Total	50	100%

Elaborado por: Lucio, L (2019)

Gráfico 11: servicios de matriculación que realiza en GAD



Elaborado por: Lucio, L (2019)

Interpretación: El 40% de los encuestados indicaron que servicios realizan en el GAD que es los desbloques y bloqueos vehicular, el 20% realiza los servicios de actualización de datos vehicular y replaqueos y duplicados de placas, el 10% realiza el servicio de matriculación y revisión vehicular.

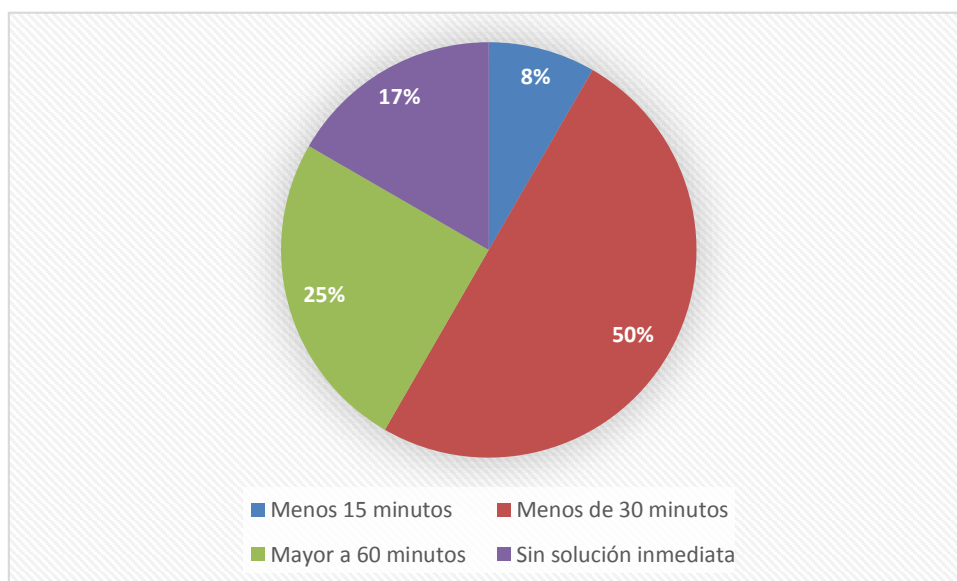
6.- ¿Por lo general cual es tiempo que se demora en su trámite vehicular? Elegir una de las opciones

Tabla : Tiempo que demora su trámite vehicular

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Menos 15 minutos	5	8%
Menos de 30 minutos	30	50%
Mayor a 60 minutos	15	25%
Sin solución inmediata	10	17%
Total	50	100%

Elaborado por: Lucio, L (2019)

Gráfico 12: Tiempo que demora su trámite vehicular



Elaborado por: Lucio, L (2019)

Interpretación: El 50% de los encuestados considera que el tiempo que se demora en realizar el trámite vehicular es de menos de 30 minutos, el 25% considera que el trámite que realiza se demora mayor a 60 minutos, el 17% indicaron que el trámite no tiene ninguna solución inmediato y el 8% establecieron que se demora en un trámite vehicular menos de 15 minutos en realizar por lo general.

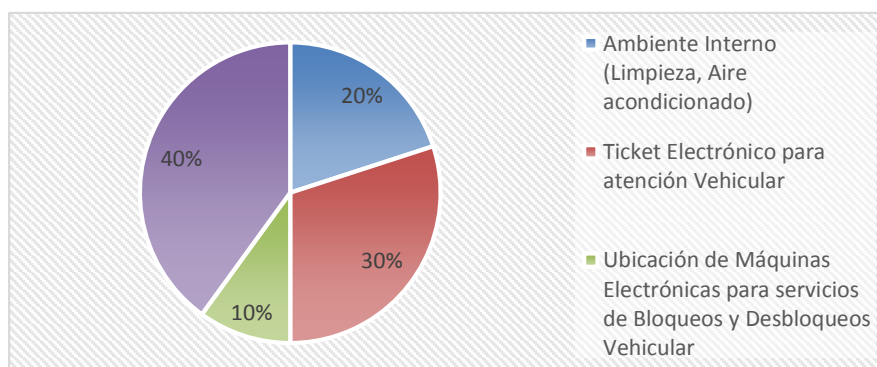
7.- ¿Qué aspectos considera importante usted al momento de recibir un servicio al usuario? Elegir una Opción

Tabla 11: Aspecto que considera importante al recibir un servicio

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Ambiente Interno (Limpieza, Aire acondicionado)	10	20%
Ticket Electrónico para atención Vehicular	15	30%
Ubicación de Máquinas Electrónicas para servicios de Bloqueos y Desbloques Vehicular	5	10%
Incrementar el personal de atención en el Centro Vehicular.	20	40%
Total	50	100%

Elaborado por: Lucio, L (2019)

Gráfico 13: Aspecto que considera importante al recibir un servicio



Elaborado por: Lucio, L (2019)

Interpretación: El 50% de los encuestados considera que el tiempo que se demora en realizar el trámite vehicular es de menos de 30 minutos, el 25% considera que el trámite que realiza se demora mayor a 60 minutos, el 17% indicaron que el trámite no tiene ninguna solución inmediato y el 8% establecieron que se demora en un trámite vehicular menos de 15 minutos en realizar por lo general.

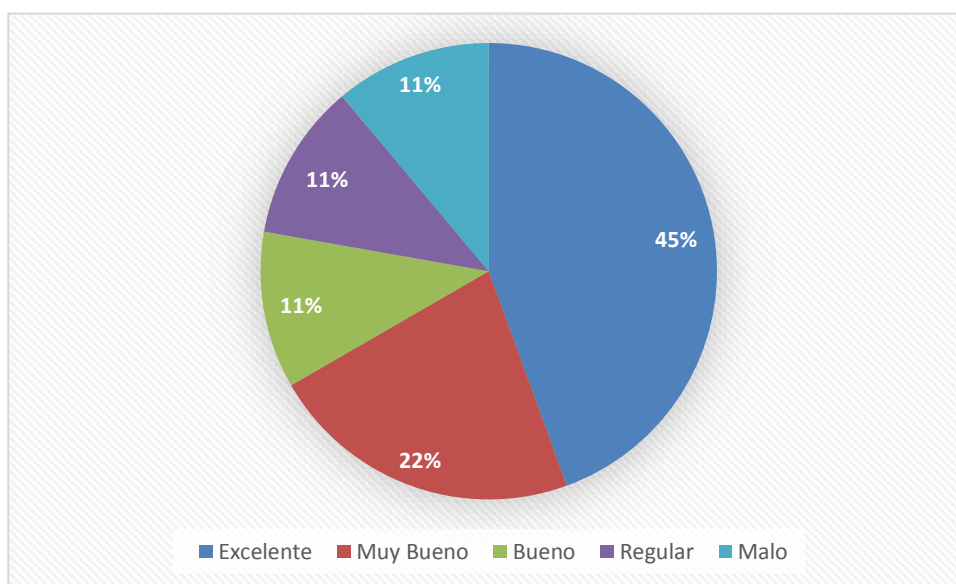
8.- ¿Cómo califica usted la atención brindada actualmente por el personal de Matriculación en el GAD de Quinsaloma?

Tabla 12: Atención brindada actualmente por el personal de GAD

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	20	45%
Muy Bueno	10	22%
Bueno	5	11%
Regular	5	11%
Malo	5	11%
Total	50	100%

Elaborado por: Lucio, L (2019)

Gráfico 14: Atención brindada actualmente por el personal de GAD



Elaborado por: Lucio, L (2019)

Interpretación: El 45% de los encuestados indicaron que la atención brindada por el personal de matriculación del GAD de Quinsaloma es Excelente, el 22% indicaron que la atención es muy buena, el 11% considera que la atención que brinda actualmente el personal del GAD está entre bueno, regular y malo.

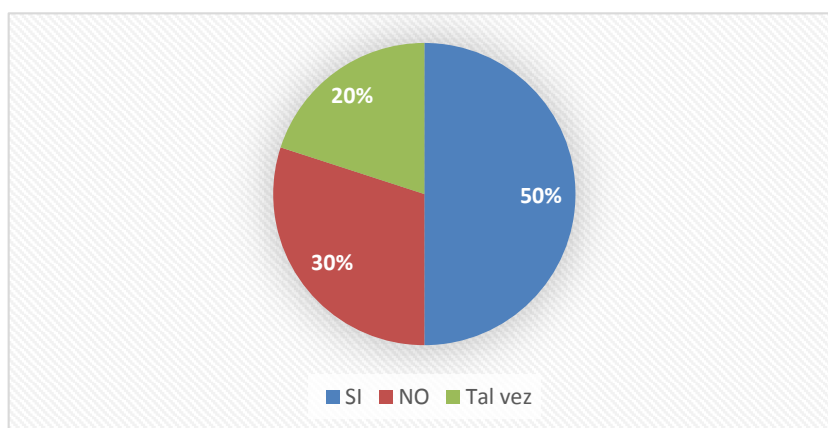
9.- ¿Considera usted que debe mejorar la infraestructura de atención al usuario en el área de Matriculación?

Tabla 13: Mejorar la infraestructura de atención al usuario del área de matriculación

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	25	50%
NO	15	30%
Tal vez	10	20%
Total	50	100%

Elaborado por: Lucio, L (2019)

Gráfico 15: Mejorar la infraestructura de atención al usuario del área de matriculación



Elaborado por: Lucio, L (2019)

Interpretación: El 50% indicaron que si se debe mejorar la infraestructura de atención al usuario en el área de matriculación, el 30% considera que no se debe mejorar la atención del área de matriculación y el 20% determinaron que tal vez deba mejorar la infraestructura de atención al usuario en el área de matriculación.

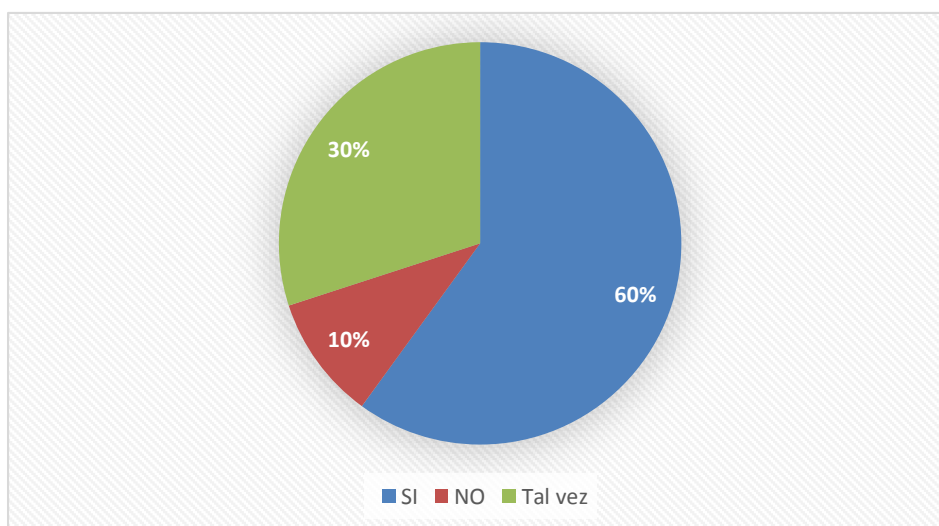
10.- ¿Considera importante implementar un sistema de Centro De Atención Telefónica para atender los reclamos de los usuarios en el sistema de matriculación?

Tabla 14: Implementar un sistema de centro de atención telefónica para reclamos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	30	60%
NO	5	10%
Tal vez	15	30%
Total	50	100%

Elaborado por: Lucio, L (2019)

Gráfico 16: Implementar un sistema de centro de atención telefónica para reclamos



Elaborado por: Lucio, L (2019)

Interpretación: El 60% indicaron que es de gran importancia implementar un sistema de centro de atención telefónica para atender los reclamos de los usuarios en el sistema de matriculación, indicaron que tal vez se debe implementar un sistema de centro de atención telefónica y el 10% considera que no se debe implementar un sistema de centro de atención telefónica para atender los reclamos de los usuarios en el sistema de matriculación.

ENTREVISTA

La entrevista se la realizó al Director Administrativo y Talento Humano del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Quinsaloma.

Objetivo: Conocer las opiniones del Director Administrativo y Talento Humano sobre la situación que se viene observando en la Institución

Se realizó diez preguntas que fueron elaboradas para que sus respuestas sean de manera abierta, para que el Director Administrativo pueda contestar y dar su criterio libremente.

De acuerdo a las respuestas obtenidas del Director Administrativo se obtuvieron como resultado lo siguiente:

Análisis de la entrevista

Se debe implementar un proceso de identificación para los clientes de GAD QUISALOMA para que realice el proceso de matriculación y revisión vehicular sin ninguna dificultad.

Notificar al cliente los documentos que necesita para efectuar el proceso de matriculación y revisión vehicular y mantenerse con la misma calidad de atención que brinda al público en general.

El personal de GAD de QUISALOMA estima que el tiempo que los entrevistados indicaron al realizar el trámite, se mantenga para evitar inconveniente de 30 minutos aproximadamente.

Se debe efectuar un proceso de matriculación y revisión vehicular en el GAD de QUISALOMA, e implementar los tickets electrónicos para las personas de tercera edad y discapacitados.

PLAN DE MEJORA

5w+ 2h	Mejorar la atención de usuario en los servicios de matriculación y revisión vehicular en el Gad de Quinsaloma para la satisfacción de los usuarios.					
W	W	W	H	W	W	H
¿Qué?	¿Quién?	¿Dónde?	¿Cómo?	¿Por qué?	¿Cuándo?	¿Cuánto?
Instalar software para medir la satisfacción del usuario en los proceso de revisión y matriculación GAD de Quinsaloma.	Director de Tránsito Vehicular	Centro de Matriculación y Revisión Vehicular en el GAD QUINSALOMA.	Optimizar los procesos de servicio al usuario en el GAD Quinsaloma.	Para generar un empoderamiento en los colaboradores que el servicio es importante en la atención al usuario que se otorga el área de matriculación vehicular.	Enero 2019 hasta junio 2019.	\$ 4.500
Implementar un software de derivación de servicio al usuario a los módulos de atención usuario. - Quiosco Inteligente para el servicio de agendamiento de				Para medir los índices de satisfacción de los usuarios y poder efectuar acciones correctivas en el modelo de atención en el servicio matriculación vehicular.		

servicios. - Sistema Preferencial de atención para el módulo para 3 edades y Discapacidad.						
Efectuar una campaña de sociabilización de los servicios al usuario que brindan el GAD de Quisaloma en el área de matriculación y revisión vehicular				Lograr que los usuarios conozcan los procesos a cumplir para efectuar la matriculación y revisión vehicular.	Enero 2019 hasta junio 2019.	\$ 2.000
				Total		\$ 13.000

CONCLUSIONES

- Se concluye que los usuarios demanda de mejores niveles de servicios de atención en cada servicios que otorga el área de matriculación y revisión vehicular en el GAD Quinsaloma.
- Se evidenció la falta de existencias de formularios de evaluación de servicio al cliente que otorga el personal del área de matriculación y revisión vehicular a los usuarios.
- Los usuarios demandan de servicios preferenciales para las personas con discapacidad y tercera edad que requiere efectuar en el área de matriculación y revisión vehicular.
- Se identificó que los usuarios requieren que se implemente un sistema de línea telefónica para atender consultas y dudas de servicios en el área de matriculación y revisión vehicular.
- Se evidenció la inexistencia del buzón de sugerencias para mejorar las acciones de atención al usuario en el Gad de Quinsaloma.
- Se constató la falta de capacitación en el colaborador internos en temas de servicios para atención al usuario y falta de conocimiento de los servicios que brinda el área de matriculación y revisión vehicular para la guía correcta al usuario.

RECOMENDACIONES

- Implementar un software para medir el nivel de satisfacción de los usuarios que realizan sus trámites de matriculación y revisión vehicular en el GAD de Quinsaloma.
- Efectuar campaña de sociabilización de los requisitos habilitantes a los usuarios para ejecutar sus trámites en el área de Matriculación y revisión vehicular en el GAD Quinsaloma.
- Instalar quiosco inteligente en el área de matriculación y revisión vehicular para la agilización de trámites de los usuarios.
- Instalar en el área de matriculación vehicular un buzón de sugerencia para tener retroalimentación del servicio al usuario que prestan los funcionarios a los usuarios.
- Efectuar campañas de sociabilización por medios de comunicación digital para lograr comunicar los servicios que brinda el Gad Quinsaloma.
- Reestructurar la comunicación interna dentro del área de matriculación y revisión vehicular ubicando televisores informativos para difusión de la información en cada trámite a realizar el usuario.

Bibliografía

Constitución de la República. (10 de 11 de 2018). Obtenido de
Constitución de la República:

<http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec030es.pdf>

Ministerio del Trabajo. (14 de 11 de 2018). Obtenido de Ministerio del
Trabajo:

<http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/09/2013-Acuerdo-157-Norma-que-regula-el-beneficio-de-uniformes-para-las-y-los-Servidores-P%C3%BAblicos.pdf>

Ley Orgánica de Servicio Público. (19 de 04 de 2019). Obtenido de
http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_org10.pdf

SumaCRM. (23 de 04 de 2019). Obtenido de
<https://www.sumacrm.com/soporte/historia-del-crm-hasta-la-actualidad>

SumaCRM. (23 de 04 de 2019). Obtenido de
<https://www.sumacrm.com/soporte/historia-del-crm-hasta-la-actualidad>

Almaguer. (2018). *La mesa de ayuda: El lado humano de TI*. Editorial
Digital UNID.

Casal. (2014). *Manual de atención a clientes y usuarios*. Profit Editorial.

Couso. (2015). *Servicio al cliente: la comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente*. Ideaspropias Editorial SL.

D'Andrea, Huete, Lovelock & Reynoso. (2004). *Administración de servicios: estrategias de marketing, operaciones y recursos humanos*. Pearson Educación.

David. (2003). *Conceptos de administración estratégica*. Pearson Educación.

- Delgado. (2008). *La Investigación Social en procesos: Ejercicios y respuestas*. Universidad de Carabobo – Venezuela.
- Editorial Vértice. (2008). *La calidad en el servicio al cliente*. Editorial Vértice.
- Gil. (2010). *Los 14 puntos de Deming. Documento en línea. Disponible en: URL: <http://calidadtotalqm.blogspot.com/2010/02/los-14-puntos-de-deming-explicados.html> . Consulta: 07/08/2014.*
- Herrera. (2013). *Investigación de mercados*. . Ecoe Ediciones.
- Kotler & Hair. (2008). *Investigación de mercados*. . Mc. Graw Hill.
- Kotler. (2003). *Dirección de marketing: conceptos esenciales*. Pearson educación.
- López. (2004). *Población muestra y muestreo*. Punto cero, 9(08), 69-74.
- Malhotra. (2004). *Investigación de mercados: un enfoque aplicado*. . Pearson educación.
- Martínez-Tur, Peiró & Ramos. (2001). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente*. Madrid: Síntesis.
- McDaniel & Gates. (2005). *Investigación de mercados*. Thomson.
- Orejuela, O. &. (2007). *Calidad del servicio de salud: una revisión a la literatura desde la perspectiva del marketing*. Cuadernos de Administración, 20(34).
- Pope. (2002). *Investigación de mercados*. . Editorial Norma.
- Pujals. (2001). *Investigación de mercados (Vol. 99)*. Univ. Autònoma de Barcelona.
- Rey-Martín. (2000). *La satisfacción del usuario: un concepto en alza. In Anales de documentación (Vol. 3, pp. 139-153)*. Servicio de Publicaciones, Universidad de Murcia (Spain).

- Román. (2009). *La innovación de las organizaciones del siglo XX*. España: Española, S.A.
- Saavedra, A. &. (2013). *El CRM como herramienta para el servicio al cliente en la organización*. *Visión de futuro*, 17(1), 5.
- Stanton, Etzel y Walker. (2006). *Fundamentos de marketing*. México: Editorial McGraw-Hall.
- Swift. (2002). *Crm. Como Mejorar Las Relaciones Con Los Clientes*. Pearson Educación.
- Tate & Stroup. (2006). *El profesional del servicio al cliente*. Editorial Universitaria Ramon Areces.
- Tigani. (2006). *Excelencia en servicio*. *Liderazgo*, 21, 26-27.

ANEXOS

Anexo1

Carta de aceptación

 **GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
MUNICIPAL DEL CANTÓN** 
Quinsaloma - Los Rios - Ecuador

Anexo 1.
Carta de presentación

Quinsaloma, 16 de enero de 2019

Señores
INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA
Ciudad . . .

De mi consideración:

Reciba un cordial saludo, mis felicitaciones por la excelente labor que viene desempeñando en tan delicado cargo; y, mis augurios de éxitos futuros.

Pascual Braulio Manchanda Muñoz, en mi calidad de ALCALDE del Cantón Quinsaloma, tengo a bien dirigirme a Ustedes para darles a conocer lo siguiente:

El estudiante egresado LEONIDAS LUPERCIO LUCIO ZAPATA, portador de la cedula de ciudadanía N° 120828656-7, viene realizando la aplicación de su proyecto de investigación con el tema: ESTRATEGIA DE SERVICIO AL CLIENTE DEL AREA DE MATRICULACIÓN VEHICULAR DEL GAD DE QUINSALOMA, cuya finalidad permitirá mejorar el nivel de servicio de la Institución.

Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad, al mismo tiempo que autorizo al estudiante egresado darle el uso que estime conveniente al presente.

Quinsaloma, Mi Tierra, Mi Gente, Mi Orgullo.

Atentamente,


Sr. Braulio Manchanda Muñoz
ALCALDE



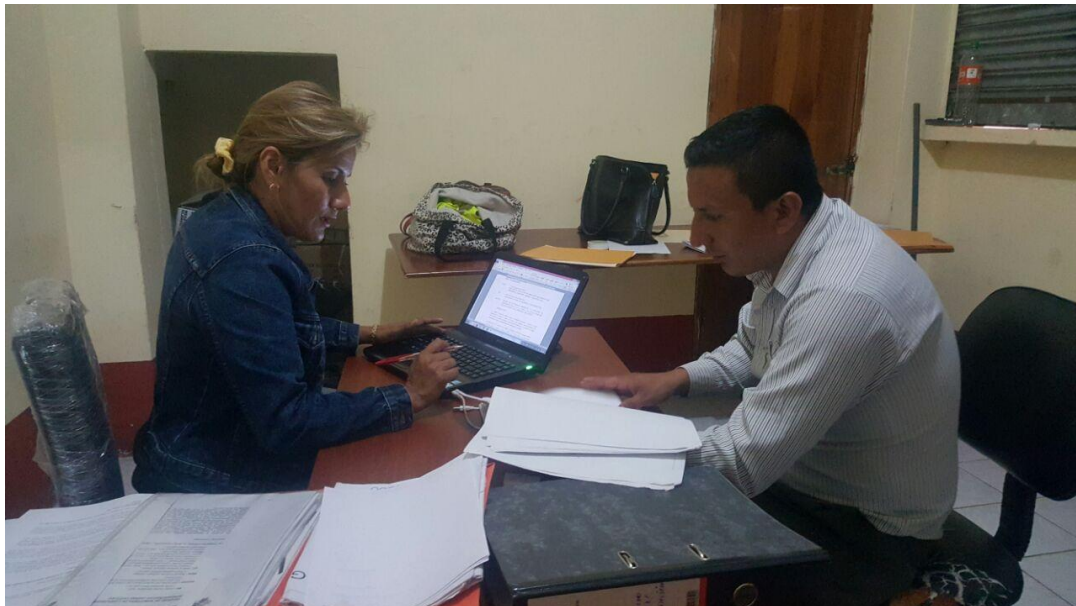
*Dirección: Av. 3 de Mayo y San Lorenzo
Teléfono: 2 907-482 Fax: 2 907-570
Email: hincalcalde@hincalcalde.com*

Anexo 2

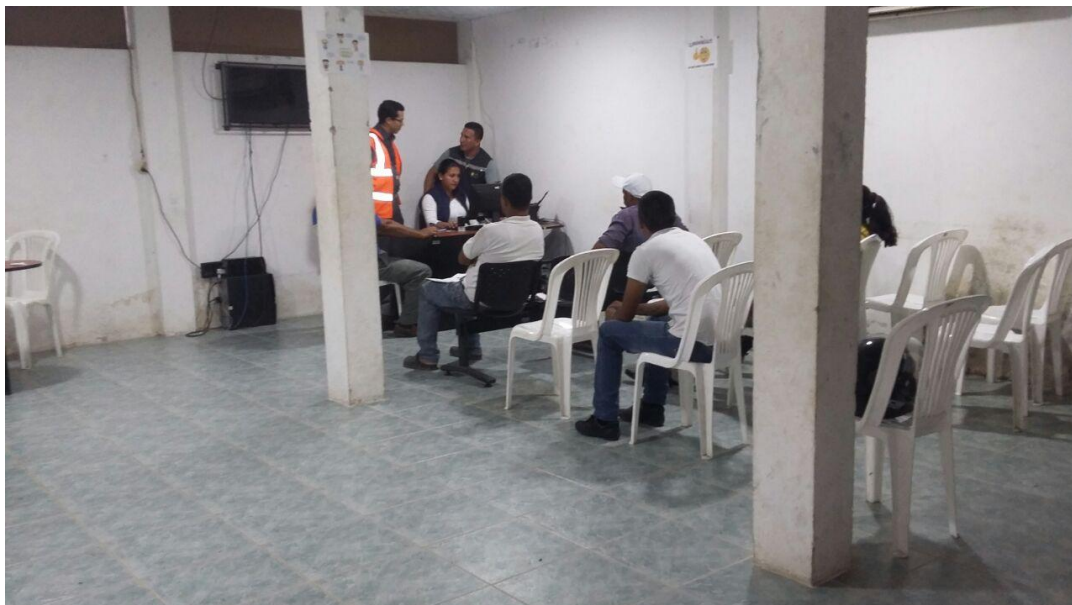
Fotos



Instalaciones de la Unidad de Tránsito Municipal



Coordinando trabajos de matriculación.



Asesoramiento sobre proceso de matriculación.



Entrega de Permiso de Operación Cía. Carga Liviana.



Participando en la Campaña Peatón Seguro.

Anexo 3

Medidor de satisfacción por el servicio.



INDICADOR DE SATISFACCION AL USUARIO					
FORMATO MODELO DE IMPLEMENTACIÓN DE ESTÁNDARES - ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO					
<p>Gracias por realizar la encuesta de satisfacción del usuario. No tardará más de cinco minutos en completarla y nos será de gran ayuda para mejorar nuestros servicios. Los datos que en ella se consignent se tratarán de forma anónima.</p> <p>Clasifique su nivel de satisfacción de acuerdo con la siguiente escala de clasificación: 1 = PÉSIMO 2 = REGULAR 3 = ACEPTABLE 4 = BUENO 5 = EXCELENTE NE = (NO EVIDENCIADO) si no fue posible observar los aspectos asociados con la pregunta</p> <p>FECHA: _____</p>					
	1	2	3	4	5
1. ¿Cómo califica el servicio que prestó el establecimiento?					
2. ¿Cómo es el trato del personal hacia los usuarios o clientes?					
3. ¿Considera que todo el personal se encuentra capacitado y es idóneo para realizar los servicios?					
4. ¿Cómo califica las instalaciones, elementos, productos o equipos empleados en el servicio?					
Desea realizar algún comentario adicional: _____					

Elaborado por: Lucio. L, (2019)

Anexo 4: Formato de Encuesta

Fecha:

Mi nombre es Leónidas Lucio Zapata con CI. 1206286567, se realizara una encuesta a los usuarios que acuden a diario a realizar sus procesos de matriculación vehicular en la Agencia Municipal de Tránsito de Quinsaloma, con la finalidad de mejorar dicha atención.

Objetivo de Investigación: Identificar la satisfacción del usuario en la entrega de los servicio al usuario en el proceso de Matriculación Vehicular en el GAD Quinsaloma. Instrucciones: marque con una X la respuesta que usted considere.

DATOS DEMOGRÁFICOS Y PSICOGRÁFICOS

Edad	18-25 años	<input type="checkbox"/>	Nivel de Estudio	Estudiante	<input type="checkbox"/>
	Mayor 36 años	<input type="checkbox"/>		Bachillerato	<input type="checkbox"/>
	26-35 años	<input type="checkbox"/>		Sin estudios	<input type="checkbox"/>
				Profesional	<input type="checkbox"/>

CUESTONARIO DE PREGUNTAS

1.-Al momento de efectuar trámites en el Gad de Quinsaloma en los servicios de Matriculación ¿Cuál considera su primer contacto?

Guardia	<input type="text"/>
Tramitadores	<input type="text"/>
Servidores del Gad Quinsaloma	<input type="text"/>

2.- Al visitar el GAD de Matriculación de Quinsaloma ¿Usted identifica el puesto informativo para efectuar el proceso de matriculación?

SI	<input type="text"/>
NO	<input type="text"/>
Tal vez	<input type="text"/>
A veces	<input type="text"/>

3.- ¿Usted identifica con facilidad el módulo de atención?

SI	<input type="text"/>
NO	<input type="text"/>
Tal vez	<input type="text"/>
A veces	<input type="text"/>

4.-Por lo general ¿Cuánto tiempo se ha demorado en efectuar su proceso de matriculación vehicular en el GAD de Quinsaloma?

Menos de 30 minutos

31 hasta 60 minutos	
Más de 60 minutos	
1 semana	
Mayor a 1 Semana	

5.- Por lo general ¿Qué servicios de matriculación realiza en el GAD de Quinsaloma?

Actualización de datos Vehicular	
Matriculación Vehicular	
Desbloques y Bloqueos Vehicular	
Replaqueos y Duplicados de Placas	
Revisión Vehicular	

6.- ¿Por lo general cual es tiempo que se demora en su trámite vehicular? Elegir una de las opciones

Menos 15 minutos	
Menos de 30 minutos	
Mayor a 60 minutos	
Sin solución inmediata	

7.- ¿Qué aspectos considera importante usted al momento de recibir un servicio al usuario? Elegir una Opción

Ambiente Interno (Limpieza, Aire acondicionado)	
Ticket Electrónico para atención Vehicular	
Ubicación de Máquinas Electrónicas para servicios de Bloqueos y Desbloques Vehicular	
Incrementar el personal de atención en el Centro Vehicular.	

8.-¿Cómo califica usted la atención brindada actualmente por el personal de Matriculación en el GAD de Quinsaloma?

Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
-----------	-----------	-------	---------	------

9.- ¿Considera usted que debe mejorar la infraestructura de atención al usuario en el área de Matriculación?

SI	
NO	
Tal vez	

10.- ¿Considera importante implementar un sistema de Centro De Atención Telefónica para atender los reclamos de los usuarios en el sistema de matriculación?

SI	
No	
Tal vez	

Muchas gracias por su atención y colaboración

Señor:
Leónidas Lupercio Lucio Zapata
C/c.1206286567

GUÍA DE PREGUNTAS

ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

PERFIL DEL ENCUESTADO

Fecha: _____

¿Cuál es su nombre _____?

¿A qué se dedica _____?

¿Tiene un medio de transporte como vehículo o moto _____?

Instrucciones:

La entrevista se realizara a los usuarios y es una investigación para determinar el mejoramiento del servicio.

PREGUNTAS

1. ¿Usted identifica donde se encuentra el GAD QUINSALOMA para efectuar el proceso de matriculación y revisión vehicular?

2. ¿Conoce usted los documentos que debe entregar al personal administrativo del GAD de Quinsaloma para efectuar el proceso de matriculación y revisión vehicular?

3. ¿Cómo califica usted la información que brinda el personal del GAD QUINSALOMA al público en general?

4. ¿Cuál es el tiempo promedio que se demora en la atención al cliente a los trámites a efectuar dentro del GAD QUINSALOMA?

5. Usted sabe ¿Cuáles son los mecanismos de control dentro del proceso de matriculación y revisión vehicular?

6. ¿Qué aspectos del servicios al usuario considera que debe mejorar el GAD QUINSALOMA?

7. ¿Qué aspectos de infraestructura interna considera que debe mejorar el GAD QUINSALOMA para brindar una calidad de servicio al usuario?

8. ¿Considera usted que el usuario brinde una calificación al servicio al usuario que otorga el personal de GAD QUISANLOMA?

9. Estaría de acuerdo ¿Qué se implemente turnos electrónicos para la atención personalidad a las personas de 3 edad y discapacidad?

10. ¿Qué aspectos de comunicación considera que deben hacer el GAD QUISALOMA a los usuarios?

Gracias por su atención y colaboración

GUÍA DE PREGUNTAS

ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

Fecha: _____

PERFIL DEL ENCUESTADO

¿Cuál es su nombre?

¿A qué se dedica?

¿Tiene un medio de transporte como vehículo o moto?

PREGUNTAS

1. ¿Usted identifica donde se encuentra el GAD QUINSALOMA para efectuar el proceso de matriculación y revisión vehicular?

Los entrevistados indicaron que no identifica donde se encuentra el GAD Quinsaloma para efectuar los proceso de matriculación y revisión vehicular

2. ¿Conoce usted los documentos que debe entregar al personal administrativo del GAD de Quinsaloma para efectuar el proceso de matriculación y revisión vehicular?

Los entrevistados determinaron que desconoce que documentos debe entregar en un proceso de matriculación y revisión vehicular en GAD de Quinsaloma.

3. ¿Cómo califica usted la información que brinda el personal del GAD QUINSALOMA al público en general?

Los entrevistados determinaron que la atención que brinda el personal es excelente y de gran calidad al público en general.

4. ¿Cuál es el tiempo promedio que se demora en la atención al cliente a los trámites a efectuar dentro del GAD QUINSALOMA?

Los entrevistados indicaron que le tiempo que se demora en realizar un trámite en GAD es aproximadamente unos 30 minutos.

Usted sabe ¿Cuáles son los mecanismos de control dentro del proceso de matriculación y revisión vehicular?

Los entrevistados establecieron que desconocen los mecanismos de control al iniciar el proceso de matriculación y revisión vehicular.

5. ¿Qué aspectos del servicios al usuario considera que debe mejorar el GAD QUINSALOMA?

Los entrevistados considera que se debe mejorar los servicios como los documentos que necesita para el proceso de matriculación vehicular y el tiempo de se lleva a cabo por cada vehículo.

6. ¿Qué aspectos de infraestructura interna considera que debe mejorar el GAD QUINSALOMA para brindar una calidad de servicio al usuario?

Los entrevistados indicaron que se debe mejor el aspecto de atención en el área de matriculación vehicular en el GAD de Quisanloma.

7. ¿Considera usted que el usuario brinde una calificación al servicio al usuario que otorga el personal de GAD QUISANLOMA?

Los entrevistados indicaron que si brinda un servicio excelente el personal de GAD Quisanloma, solo tiene que mejorar el área de matriculación y revisión general.

8. Estaría de acuerdo ¿Qué se implemente turnos electrónicos para la atención personalidad a las personas de 3 edad y discapacidad?

Los entrevistados indicaron que si está de acuerdo que se implemente el servicio de turnos electrónicos para tener una atención personalizada para las personas de tercera edad y discapacitados.

9. ¿Qué aspectos de comunicación considera que deben hacer el GAD QUISALOMA a los usuarios?

Los entrevistados manifestaron que considera que los aspectos de comunicación que deben hacer en el GAD Quinsaloma son de sistema de atención telefónica para reclamos y publicar o notificar.



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Estrategia de servicio al usuario del área de Matriculación Vehicular del GAD de Quinsaloma”** y problema de investigación: **¿Cómo mejorar el proceso servicio al usuario, para elevar los índices de satisfacción en el área de Matriculación Vehicular del GAD de Quinsaloma en la Provincia de Los Ríos en el periodo 2018?**, presentado por Leónidas Lupercio Lucio Zapata como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresado:

Lucio Zapata Leónidas Lupercio

Tutor:

PhD. Simón Alfredo Illescas Prieto

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.

Luis Alberto Akalep  *Luis Alberto Akalep*

Nombre y Apellidos del Colaborador _____ Firma _____
CEGESCYT