



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL

TÍTULO DE:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

TEMA:

**PROPUESTA DE MEJORA PARA EL SERVICIO QUE BRINDA EL
(GAD) GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN
VINCES EN EL ÁREA DE RENTAS, DURANTE EL PERIODO 2017.**

Autora:

Karla Yuleidy Zárate Yela

Tutora:

Ph. D. Mireya Stefanía Zúñiga Delgado

Guayaquil, Ecuador

2017

DEDICATORIA

Con todo el esfuerzo realizado en estos años de estudio, este proyecto está dedicado primeramente A Dios, por mostrarme día a día que con humildad, paciencia y sabiduría todo es posible. A mi familia que se sacrificaron el poco tiempo que les di, ellos estuvieron apoyándome en todo momento, me dieron valentía para seguir estudiando, comprobando que con esfuerzo y perseverancia se pueden alcanzar las metas. Con todo el amor que les tengo dedico este proyecto a ustedes: Mis Padres, Hermanos, Tías, y amigos.

Karla Yuleidy Zárate Yela

AGRADECIMIENTO

A Dios, por bendecirme una vez más dándome esta oportunidad de poder cumplir con mis metas. A mi familia por darme el apoyo incondicional para que éste trabajo llegue a una final culminación. A mis compañeros de estudio que han formado parte de mi vida profesional, les agradezco por sus consejo, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles. A los profesores del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, por su calidad académica demostrada en todos los años de mi carrera.

Karla Yuleidy Zárate Yela

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor (a) 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: “Propuesta de mejora para el servicio que brinda el (GAD) gobierno autónomo descentralizado del cantón Vinces en el área de rentas, durante el periodo 2017” y problema de investigación: ¿Cómo incide el servicio que brinda el (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces en el Área de Rentas, durante el periodo 2017?, presentado por Karla Yuleidy Zárate Yela como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA 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.

Egresada:

Zárate Yela Karla Yuleidy

Tutora:

Ph. D. Mireya Stefanía Zúñiga Delgado

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



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: TECNÓLOGA
EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

TEMA

Propuesta de mejora para el servicio que brinda el (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces en el Área de Rentas durante el año 2017.”

Autora: Karla Yuleidy Zárate Yela

Tutora: Ph. D. Mireya Stefanía Zúñiga Delgado

RESUMEN

En el caso específico de la Organización del (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces, existen falencias en la atención al cliente, esto obedece a distintos factores, lo que tiene como resultado lógico la disminución del efectivo disponible y la problemas con los clientes. Como una consecuencia directa de lo anteriormente expuesto es que los proveedores ya no otorgan su servicio a la organización, lo que se evidencia en la disminución del stop de inventario. Principal estudiar el impacto que tiene la atención al cliente en la organización, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces los resultados se presentan mediante el diagrama de Pareto en cuadros y gráficos. Los beneficiarios del presente estudio, son los clientes y el personal de la empresa.



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnóloga en Administración de Empresas.

Tema

Propuesta de mejora para el servicio que brinda el (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces en el Área de Rentas durante el año 2017.”

Autora: Karla Yuleidy Zárate Yela

Tutora: Ph. D. Mireya Stefanía Zúñiga Delgado

ABSTRACT

This work was framed in a kind of documentary and field research, under a descriptive, correlational and explanatory level, whose main objective was to analyze the issue of customer service in an organization. The problem arises in the Organization Government Autonomous Decentralized of the Canton Vinces (GAD), it can be seen that the organization is going through faults that observe the economic imbalance. The methodology is a documentary analysis, where the results were interpreted using tables and graphs. Its benefits are all the personnel of the company and its customer.

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:	Páginas:
Carátula.....	i
Certificación de la aceptación del tutor.....	ii
Autoría notariada.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice general.....	vi
Índice de gráficos.....	ix
Índice de cuadros.....	x
Resumen.....	xi
Abstract.....	xii

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del problema.....	1
Ubicación del problema en un contexto.....	2
Situación conflicto.....	2
Causas del problema y consecuencias.....	2
Delimitación del problema.....	3
Formulación del problema.....	3
Determinación del tema.....	4
Variables de investigación.....	4
Objetivos.....	4
Objetivos generales.....	4
Objetivos específicos.....	4
Justificación e importancia.....	4

CAPÍTULO II

MARCO TEÒRICO

Antecedentes históricos.....	6
Antecedentes referenciales.....	12
Fundamentación teórica.....	14
Marco legal.....	27
Marco conceptual.....	41
Variables de la investigación.....	42
Definiciones y conceptos.....	42
Operacionalización de las variables.....	44

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Marco metodológico.....	45
Tipo y diseño de investigación.....	45
Investigación exploratoria.....	45
Investigación descriptiva.....	46
Correlaciónala o explicativa.....	46
Investigación de campo.....	46
Investigación experimental.....	47
Según su diseño.....	47
La población y la muestra.....	47
Característica de la población.....	47
Concepto de población en demografía.....	48
Población con sistema reproductivo.....	48
Delimitación de la población.....	48
Tipo de muestra.....	49

Muestra probabilística.....	49
Tamaño de la muestra.....	49
Métodos y técnicas.....	50
Métodos teóricos.....	50
Método histórico – lógico.....	51
Método analítico – sintético.....	51
Método inductivo-deductivo.....	51
Métodos empíricos.....	52
Técnicas e instrumentos.....	52
Análisis documental.....	53

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Aplicación a las técnicas de instrumentos.....	54
Análisis documental.....	54
Cuadros y gráficos.....	57
Conclusiones y recomendaciones.....	67
Bibliografía.....	69
Anexos.....	72

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Contenidos:	Páginas:
Gráfico Capacitación semestral 1.....	62
Gráfico Medios de Pago 2	63
Gráfico Mejoramiento en los Departamentos del GAD 3.....	64
Gráfico Implementación de una Propuesta de Mejora 4.....	65
Gráfico Motivación en los Colaboradores 5.....	66
Gráfico Evaluar a los Colaboradores en sus áreas 6.....	67
Gráfico Aplicar Propuesta de Mejora 7	68
Gráfico Mejoramiento de los procesos en el GAD 8.....	70
Gráfico Implementar Mejoras en el Sistema de Atención al Cliente 9.....	71
Gráfico Mejorar el Servicio 10.....	7

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema.

Los servicios constituyen importancia significativa para las empresas. En los últimos años la calidad y servicio, en la atención al cliente empezó a tomar fuerza es considerada un elemento clave para destacar y darle un valor agregado a las empresas. El éxito de una empresa dependerá fundamentalmente que aquellas demandas de sus clientes sean satisfactoriamente, porque estos son los protagonistas fundamentales. Las empresas tienen diferentes tipos de clientes que en dependencia del tipo de cliente deben de trazarse sus propias estrategias esto en los últimos tiempos es lo que hacen muchas empresas para lograr la fidelización del cliente ya que esto permite a las empresas mantener clientes continuos garantizando que las empresas tenga ingresos estables.

Humberto Serna Gómez (2006) señala que el concepto tradicional que se tenía del servicio al cliente era la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente, fundamentalmente amabilidad, atención. En la actualidad, se tiene un nuevo concepto de servicio y dice que es una estrategia empresarial orientada hacia la anticipación de las necesidades y expectativas del valor agregado de los clientes, buscando asegurar la lealtad y permanencia tanto de los clientes actuales como la atracción de nuevos clientes, mediante la provisión de un servicio superior al de los

competidores. Las razones por la cual se impone esta nueva visión es que hay un fácil acceso a una cantidad de datos, exigen mayor valor

agregado, quieren que los proveedores los conozcan en detalles, tiene una gran variedad de opciones, colocan un enorme valor en la facilidad, rapidez y conveniencia con que puedan adquirir bienes y servicios. Pero el énfasis recae en establecer una relación a largo plazo y de servicio integral, en satisfacer la totalidad de las necesidades de servicios al cliente, y en disminuir la necesidad o el deseo del cliente de fragmentar sus asuntos entre varias instituciones. Toda esta nueva situación se da porque el cliente en este entorno tiene y valora nuevos elementos del servicio tales como el tiempo, oportunidad, soluciones individualizadas y amabilidad.

La esencia del buen servicio al cliente es formar una relación con los clientes con el fin de que obtenga el producto en el momento y lugar adecuado; también se trata de que los clientes regresen con el buen servicio brindado.

Situación conflictiva.

La situación a nivel mundial, nacional y provincial acerca del servicio al cliente que brindan las diferentes organizaciones, manifiesta una deficiencia común porque aún no alcanzan el éxito total, porque no brindan un buen servicio por esta razón decidí realizar mi proyecto en el (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces.

Es una entidad de gobierno seccional que administra el cantón de forma autónoma al gobierno central.; Actualmente la organización que se encarga de la administración local en una ciudad, compuesta por un alcalde y varios concejales para la administración de los intereses de un municipio no puede alcanzar el éxito total debido a que existen falencias en el servicio a la atención del cliente por este motivo esta investigación merece especial atención para el uso adecuado de estrategias y esto se puede lograr cuando la organización aplica

mecanismos en forma participativa para alcanzar un buen servicio en la atención del cliente.

Delimitación del problema.

Campo: Administración de Servicios

Área: Rentas

Aspecto: Satisfacción al cliente

Tema: Propuesta de mejora para el servicio que brinda el (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces en el Área de Rentas, durante el periodo 2017.

Formulación del problema.

¿Cómo incide el servicio que brinda el (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces en el Área de Rentas, durante el periodo 2017.

Variables de la investigación.

Variable independiente : Servicio

Variable dependiente : Satisfacción al cliente

Evaluación del problema.

Delimitado: La siguiente propuesta tiene como finalidad de que la organización el (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces en el Área de Rentas, al finalizar el proceso de la ejecución del

mismo, desarrollen las destrezas usando la metodología adecuada y la previa preparación de la misma para obtener buenos resultados.

Relevante: Es importante para los colaboradores de esta organización que podrán aprender a superar el problema que tienen con la atención al cliente gracias a la propuesta de mejora.

Evidente: Está presente en la organización del (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces en el Área de Rentas ya que los colaboradores presentan un bajo rendimiento en la atención al cliente.

Factible: Está investigación cuenta con las estrategias en el desarrollo de la metodología activa, una bibliografía recursos humano y económico, dispuesto al cambio y solución de los problemas con ideas nuevas claras y disponibles.

Claro: Está redactado en forma precisa y fácil de comprender con un proceso que permitan la búsqueda de nuevos conocimientos, a través de la aplicación de ciertos métodos y técnicas para la solución de problema de índole empresarial.

Objetivos de la investigación

Objetivo general:

Proponer mejoras para el servicio al cliente en el (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces en el Área de Rentas, durante el periodo 2017.

Objetivos específicos:

- ✓ Fundamentar los aspectos teóricos sobre el servicio en la atención al cliente.

- ✓ Diagnosticar el proceso actual de servicio que brinda la organización (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces en el Área de Rentas determinando la incidencia de este sobre la satisfacción del cliente en el periodo 2017.
- ✓ Proponer las acciones de mejora por el proceso de servicio que contribuyen a incrementar la satisfacción a los clientes.

Justificación de la investigación.

En la actualidad a lo largo de la historia el servicio al cliente es un factor fundamental en el mercadeo.

La satisfacción y la generación de valor para el cliente son dos factores que influyen en el momento anterior y posterior de recibir el servicio.

La conveniencia de la investigación radica en que desarrollara acciones de mejora para el servicio y la atención al cliente que brinda el (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces en el Área de Rentas para así poder conseguir satisfacer las necesidades, ya que los clientes son la base más importante de una empresa, sobre todo si lo que ofrece la empresa es un servicio. Propone acciones que garantizaran que la empresa de un mejor servicio y que el cliente se sienta satisfecho.

La utilidad práctica del trabajo resulta que mejorara la calidad del servicio que brindara una guía para mejorar la calidad del servicio en la atención al cliente en el (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces en el Área de Rentas, brindara, una completa satisfacción de los clientes, la primera acción será realizar una evaluación profesional de la situación y necesidades del área de atención al cliente se debe evaluar el punto de vista de los clientes sobre el servicio, se debe proponer estándares como metas a alcanzar.

La utilidad metodológica del trabajo constituye en un instrumento para llevar acabo la propuesta que se hace y además constituye referente para otras organizaciones en estudios que sean similares a estos.

Las relevancias sociales un buen servicio que brinda el (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces para lograr una buena satisfacción al cliente teniendo un rendimiento excelente en la organización.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Fundamentación teórica.

Antecedentes históricos.

Desde el principio de la humanidad el comercio ha sido un elemento vital en el desarrollo de las sociedades. Antiguamente para vender solo bastaba un producto que satisfaga una necesidad.

Sin clientes ninguna organización empresarial existe. Entonces porque brindar un mal servicio manifestó Félix Campo Verde Vélez origen del servicio al cliente.

La evolución del servicio al cliente ha tenido grandes cambios a lo largo de las últimas décadas. La situación económica ha supuesto una revolución en la operativa de la atención al cliente de las empresas. Estas deben, ahora más que nunca, focalizarse en atraer y retener clientes para mantener su negocio, y entre las estrategias adoptadas para conseguirlo, se encuentra la de optimizar la atención y el contacto con el cliente.

En los años cuarenta y cincuenta, había mucha demanda y poco producto, la atención y calidad en los servicios que se prestaban no eran una prioridad ya que se mantenían cautivos a los clientes, derivado de una oferta limitada de fabricantes.

En los años sesenta, los hábitos de consumo comenzaron a cambiar igual que la ideología social, surgieron nuevos fabricantes que rápidamente se fueron infiltrando en el mercado global, aunque sin tanta satisfacción del producto servicio.

Durante la década de los setenta las empresas de servicios comenzaron a enmarcarse profundamente en la satisfacción de sus clientes, debido a las bajas que éstas habían obtenido anteriormente por la insatisfacción del cliente, es decir, que las empresas no le daban al cliente un servicio de calidad ni mucho menos de excelente, porque se preocupaban más por producir que por satisfacer a los clientes. A finales de esta década las agencias como el Instituto de Calidad de Servicio desarrolló seminarios libros y videos de capacitación adicionales. El seguimiento de los dispositivos y las encuestas en línea en sitios web también ganaron popularidad.

En la década de los ochenta y noventa la tecnología verdaderamente floreció y puso el mundo al alcance de todos los que podrían poseer.

La ISO es una norma internacional que se aplica a los sistemas de gestión de calidad (SGC) y que se centra en todos los elementos de administración de calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios.

Antiguamente se creía que el cliente era alguien que se encontraba simplemente al final del proceso productivo o de gestión y que solo tenía importancia para el prestador del servicio y no para todos los miembros de la organización lo cual era un error enorme que no dejaba avanzar la compañía. En la actualidad se está dando un profundo cambio de mentalidad, de estrategia, de lenguajes, de culturas, lo cual hace que las organizaciones que no entren en la filosofía del servicio cedan el terreno en el sector donde se encuentra y sean cerradas o liquidadas. (Dutka, 2010)

Actualmente el servicio al cliente es el nuevo marketing el mundo de la atención al cliente está evolucionando el gran reto que tiene hoy en día el marketing es conseguir que el cliente se sienta satisfecho y con sus necesidades cubiertas, pero debido tanto a la dinámica social y cultural que tiene la empresa actual como a la llegada de nuevas tecnologías. La

importancia del servicio al cliente; cuando un cliente encuentra el producto que buscaba, y además recibe un buen servicio al cliente, queda satisfecho y esa satisfacción hace que regrese y vuelva a comprarnos, y que muy probablemente nos recomiende con otros consumidores. Pero por otro lado, si un cliente, haya encontrado o no el producto que buscaba, recibe una mala atención, no solo dejará de visitarnos, sino que muy probablemente también hablará mal de nosotros y contará la experiencia negativa que tuvo a un promedio de entre nueve a veinte personas dependiendo de su grado de indignación.

En el pasado las empresas estaban orientadas a fabricar productos e hicieron de ello su razón de ser, actualmente el servicio al cliente es el nuevo marketing el mundo de la atención al cliente está evolucionando el gran reto que tiene hoy en día el marketing es conseguir que el cliente se sienta satisfecho y con sus necesidades cubiertas, pero debido tanto a la dinámica social y cultural que tiene la empresa actual como a la llegada de nuevas tecnologías. Tuvo que saber dar los elementos diferenciadores para poder seguir vendiendo, hoy los directivos han detectado que el fin último de las empresas son los clientes y por lo tanto deben orientarse hacia ellos. La competencia ha hecho que los clientes sean mucho más exigentes, y que la venta sea más compleja. La diferenciación fundamental de las empresas competitivas es fidelizar y prestar buena atención a los clientes. Los diez componentes básicos del buen servicio Si no se cuida lo básico, de nada servirán los detalles y los extras

Seguridad.- es bien cubierta cuando podemos decir que brindamos al cliente cero riesgos, cero peligros y cero dudas en el servicio.

Credibilidad.- Hay que demostrar seguridad absoluta para crear un ambiente de confianza, además hay que ser veraces y modestos, no sobre prometer o mentir con tal de realizar la venta.

Comunicación.- se debe mantener bien informado al cliente utilizando un lenguaje oral y corporal sencillo que pueda entender, si ya hemos cubierto los aspectos de seguridad y credibilidad seguramente será más sencillo mantener abierto el canal de comunicación cliente-empresa.

Comprensión.- del cliente.- no se trata de sonreírles en todo momento a los clientes sino de mantener una buena comunicación que permita saber que desea, cuando lo desea y como lo desea en un caso sería por orientarnos en su lugar.

Accesibilidad.- Para Dar un excelente servicio debemos tener varias vías de contacto con el cliente, buzones de sugerencias, quejas y reclamos, tanto físicamente en sitio, hay que establecer un conducto regular dentro del organización para este tipo de observaciones, no se trata de crear burocracia son de establecer acciones reales que permitan sácales provecho a las fallas que nuestros clientes han detectado.

Cortesía.- tensión, simpatía, respecto y amabilidad del personal, como dicen por ahí, la educación y las buenas maneras no pelean con nadie. Es más fácil cautivar a nuestros clientes si les damos un excelente trato y brindarlos una gran atención.

Profesionalismo.- pertenencias de las destrezas necesarias y conocimiento de la ejecución del servicio, de parte de todos los miembros de la organización, recuerda que no solo las personas que se encuentran en el frente hacen el servicio si no todos.

Capacidad de respuesta.- Disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido y oportuno.

Fiabilidad.- es a la capacidad de nuestra organización de ejecutar el servicio de forma fiable, sin contraer problemas. Este componente se ata directamente a la seguridad y a la credibilidad.

Antecedentes referenciales.

Walker y Stanton (2006) definen que: “el servicio al cliente no es una decisión optativa sino un elemento imprescindible para la existencia de la empresa y constituye el centro de interés fundamental y la clave de un éxito o fracaso. El servicio al cliente es algo que podemos mejorar si queremos hacerlo.” Cuando un cliente encuentra el producto que buscaba, y además recibe un buen servicio al cliente, queda satisfecho y esa satisfacción hace que regrese y vuelva a comprar, y que muy probablemente nos recomiende con otros consumidores.

Pero por otro lado, si un cliente, haya encontrado o no el producto que buscaba, recibe una mala atención, no solo dejará de visitarnos, sino que muy probablemente también hablará mal de nosotros y contará la experiencia negativa que tuvo a las personas dependiendo de su grado de indignación. (pág. 146)

Couso (2005) Define que: “el servicio en la actualidad es muy importante para cubrir las necesidades de nuestros clientes, es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes brindando asesoramiento adecuado para asegurar el uso correcto de un producto o de un servicio. La mejor estrategia del mundo es definitivamente el servicio.

La satisfacción del cliente es importante porque es la única manera en la que una compañía puede crecer y sobrevivir, ya que el cliente satisfecho vuelve a comprar y nos recomienda; esta la forma de obtener ingresos.” (pág. 112)

Gosso (2008) Las características particulares de los servicios, tales como, su carácter intangible, su heterogeneidad, su simultaneidad entre producción y consumo y que no se puedan almacenar, entre otras, hacen que la concepción tradicional del marketing nacida de la gestión de empresas fabricantes de bienes, y que se aplica en la administración de las diferentes áreas de la empresa, pueden seguir siendo eficaces pero

ya no son suficientes para lograr la excelencia en la calidad de servicio y ser exitosos en el mercado . La gran mayoría de las empresas son hoy empresas de servicios. Una empresa es de servicio cuando empieza a pensar en términos intangibles, tales como clientes, mercado, motivación de los colaboradores .Hoy no importa el producto tangible o intangible que una empresa pueda crear, lo realmente importante es el servicio incluido en ese producto. La calidad es el grado de cercanía que existe entre lo que brinda el producto y las expectativas del cliente.

Para entender mejor su concepto veamos a continuación los factores que intervienen en el servicio al cliente:

Amabilidad: amabilidad hace referencia al trato amable, cortés y servicial. Se da, por ejemplo, cuando los trabajadores saludan al cliente con una sonrisa sincera, cuando le hacen saber que están para servirlo, cuando le hacen sentir que están genuinamente interesados en satisfacerlo antes que en venderle, etc.

Atención personalizada: la atención personalizada es la atención directa o personal que toma en cuenta las necesidades, gustos y preferencias particulares del cliente. Se da, por ejemplo, cuando un mismo trabajador atiende a un cliente durante todo el proceso de compra, cuando se le brinda al cliente un producto diseñado especialmente de acuerdo a sus necesidades, gustos y preferencias particulares, etc.

Rapidez en la atención: la rapidez en la atención es la rapidez con la que se le toman los pedidos al cliente, se le entrega su producto, o se le atienden sus consultas o reclamos. Se da, por ejemplo, cuando se cuenta con procesos simples y eficientes, cuando se cuenta con un número suficiente de personal, cuando se le capacita al personal para que brinden una rápida atención, etc.

Ambiente agradable: un ambiente agradable es un ambiente acogedor en donde el cliente se siente a gusto. Se da, por ejemplo, cuando los trabajadores le dan al cliente un trato amable y amigable, cuando el local

del negocio cuenta con una buena decoración, una iluminación adecuada, una música agradable, etc.

Comodidad: comodidad hace referencia a la comodidad que se le brinda al cliente cuando visita el local. Se da, por ejemplo, cuando el local cuenta con espacios lo suficientemente amplios como para que el cliente se sienta a gusto, sillas o sillones cómodos, mesas amplias, estacionamiento vehicular, un lugar en donde pueda guardadas sus pertenencias, etc

En consecuencia la calidad, es un concepto subjetivo, ya que de la percepción de la calidad de un servicio, ya que los clientes pueden no conocer sobre la dimensión técnica de un servicio , pero suelen especialistas en cómo se prestó ese servicio. (pág.14)

Márquez (2010) define las; Reglas generales de la satisfacción:

- ✓ Cien clientes satisfechos producen 25 nuevos clientes
- ✓ Por cada queja recibida, existen otros 20 clientes que opinan lo mismo pero que no se molestan en presentar la queja.
- ✓ El coste de conseguir un nuevo cliente equivale a cinco veces el de mantener satisfecho al que ya está ganado.
- ✓ Un cliente satisfecho comenta como promedio su buena experiencia a otras tres personas, en tanto que uno insatisfecho lo hace con nueve.

Etzel Herrera (2014) Define que: “un cliente es toda persona que tiene una necesidad latente o sentida, que busca un producto o servicio con ciertos requisitos y condiciones para poder satisfacerlas totalmente.” (pág.29)

Gómez (2006) expresa que el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa. (pág.19)

Figuroa E. (2009) autor del libro ¿Quién se llevó a Mi Cliente? Manifiesta que en general las personas buscan y se quedan en donde se sienten bien, son aceptadas y les ponen atención, en otras palabras, se sienten felices, ya sea en una relación personal, de trabajo o comercial. Por otro lado tratarán de alejarse de cualquier situación que les provoque dolor, ya sea falta de respeto y de atención o mal trato. Por desgracia en la mayoría de los casos, nosotros somos quienes alejamos a las personas con nuestras actitudes, mal comportamiento e indiferencia.

Evaluaciones de Servicio al Cliente:

La satisfacción del cliente es importante; sin embargo, no es suficiente para garantizar que ellos sigan con usted. Es más costoso incorporar un cliente nuevo que mantener uno existente. Los clientes actuales juegan un papel importantísimo en nuestra siempre cambiante economía global, por lo que, debemos mantenerlos y hacerlos crecer.

Servicio al cliente no es un área de la compañía, es una función fundamental de todos los empleados. Cuando un cliente está satisfecho con un producto o servicio, es común que se lo diga a una o dos personas; pero cuando no está satisfecho, el número de personas a quienes lo comenta es mayor. Un mal servicio al cliente, se transforma en una mala referencia de su empresa; por ello, es muy importante seleccionar adecuadamente a las personas que realicen estas tareas.

¿Para qué evaluar a los empleados vinculados con el servicio al cliente?

- ✓ Mejorar la satisfacción del cliente.
- ✓ Mejorar la fidelidad del cliente.
- ✓ Maximizar el valor para el cliente.
- ✓ Obtener referencias favorables de clientes. (pág. 213)

(Perez Fdez de Velasco) Define: “la Satisfacción como necesidades y expectativas razonables de los clientes a un precio igual o inferior al que

ellos asignan al producto o servicio en función del valor que han recibido y percibido.”(pag. 25).

Lindao Alejandro (2017) referenció a Sánchez donde define: el cliente interno es el departamento o persona de la propia empresa que recibe parte del trabajo de otra sección o de otro compañero. Los clientes internos, por tanto, forman parte de la organización empresarial”. (pág. 33)

Blanchard & Bowles (2005) Definen que: “una relación con clientes incondicionales va mucho más allá del producto de tu compañía. Si tú no escuchas a tus clientes para conocer sus necesidades y deseos no podrás proporcionarles lo que necesitan, debido a que simplemente no sabrás de qué se trata.”

Los clientes no buscan tanto el producto como tal, el cual debe tener calidad para estar en el mercado sino los beneficios que pueden encontrar a través de él.

El cliente externo tiene el poder de decidir qué negocio permanecen o desaparecen del mercado; es la fuente de bienestar y de las ganancias de una empresa, y sus preferencias se quedan donde encuentra servicio y trato excelente; su lealtad depende de las experiencias que tenga con nuestra organización y compra lo que el producto o el servicio significa o representa para el en termino de beneficios reales. (pag.98)

Pastrana (2004) expresa que: la norma para que un indicador del servicio sea verdadero es que debe ser el resultado esperado por el cliente, debe expresarse desde el punto de vista el cliente, los puntos básicos para implantar normas de calidad de servicio son;

Definir de manera específica normas que permitan satisfacer las necesidades del cliente.

Valorar y establecer normas que permitan satisfacer las necesidades del cliente.

El triángulo estratégico del servicio es cuando se elabora cualquier estrategia de negocios debe tenerse en cuenta;

La compañía ya que son el tipo funcional y su propósito consiste en maximizar los puntos fuertes de la organización en relación con la compañía.

El trabajo del equipo humano debe ser productivo para que pueda contribuir efectivamente a la satisfacción total de las necesidades de los clientes o usuario y generar utilidades económicas para retribuir el esfuerzo de los colaboradores de la empresa. (pag.226)

Chris Denove y James D. Power (2006) expresan que: asegurar la satisfacción óptima de sus clientes, los proveedores de servicios tienen que cumplir tres criterios muy distintos entre sí:

- ✓ La calidad objetiva del servicio prestado.
- ✓ La experiencia subjetiva que el cliente tiene de la prestación del servicio.
- ✓ El proceso de prestación del servicio.

Para evaluar correctamente a un proveedor es esencial diferenciar la calidad tangible del servicio y la satisfacción de la manera en que ese servicio se presta. (pág.145)

Valaire A. Zeithaml y Mary Jo Bitner (2002) La dificultad para sincronizar la oferta y la demanda, la imposibilidad de inventariar y los retos que implica el control de la calidad del desempeño de las interacciones humanas, según las autoras, son algunas de las dificultades presentes en el marketing de servicios y que no lo son para el marketing de productos tangibles por lo que es necesario que sea abordado. Así, en este texto se incorporan estrategias que facilitan la comprensión y dirección de estos problemas especiales de marketing de servicios. Es una obra basada en el reconocimiento de que los negocios de servicios presentan desafíos

especiales que no están presentes en los negocios de productos y de que éstos deben identificarse y dirigirse. (pág.55)

Ana Bastos (2006) define; la fidelización del cliente como un objetivo que consiste en satisfacer las necesidades que los individuos tienen a lo largo de su vida, para así lograr que esta sea más plena y placentera. Los tipos de clientes la creación de carteras por clientes no es una tarea fácil, ya que éstos no se comportan ni lineal ni mecánicamente, existen tantos tipos de clientes actuales como potenciales. Se puede clasificar por la edad que es un factor que permite crear grupos de clientes, como por ejemplo adolescentes, mayores, niños y adultos. Por sexo que son únicamente por mujer y hombre. Podemos definir calidad como el conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes necesidades que no han sido atendidas por ninguna empresa pero que son demandadas por el público de los clientes. (pág.14)

Carolina (2001) expresa que los cambios que acentúan una orientación cada vez más predominante hacia el cliente, conducen a las organizaciones a resaltar la importancia del servicio prestado, Y más concretamente a considerar la calidad de servicio como el valor añadido que ofrecer a un cliente cada vez más exigente, que busca en la actividad de consumo, aquel producto o servicio que puede satisfacer de una forma más óptica sus necesidades, ofreciéndole en definitiva mejores resultados. Se presta una atención específica, al concepto de calidad de servicio, dada su repercusión sobre las evaluaciones de los clientes. Así mismo, se analiza la satisfacción del cliente. Un cliente satisfecho es un cliente leal que está dispuesto a realizar comentarios positivos a otros clientes, el ser humano es considerado como un procesador de la información que toma decisiones buscando la máxima utilidad. (pág.233)

Pineros (2009) expresa que: es necesario que se tenga claro que, un servicio bien encaminado puede ser una excelente estrategia de mercadeo para una organización, lográndose posicionar en las mentes de los

consumidores, ya que atraer a un nuevo cliente es considerado seis veces más caro que mantener uno. El servicio debe abarcar a todo el personal que tenga relación directa con el cliente en forma rutinaria. De esta forma, un excelente servicio, llevara como consecuencia una alta satisfacción del cliente, este debe ser el objetivo principal de una empresa, ya que las consecuencias que esta satisfacción traerá serán vitales para el negocio, pues lo afectara en todos su ámbitos. Para conseguir este alto grado de satisfacción deseada, se debe crear una estrategia para el negocio, dado esto se realiza una auditoria del servicio, y posterior a ello se crearan las estrategias para acabar con las debilidades e incrementar las fortalezas.

Recuperación del servicio

Uno de los aspectos esenciales en los servicios es el tiempo de respuesta y cómo se organiza el proceso de atención de los clientes. Es preciso gestionar el tiempo de espera de los consumidores y tener en cuenta que:

A) Los consumidores no ocupados sienten que el tiempo transcurre más lentamente. Una gestión adecuada suele intentar distraer al cliente que espera ser atendido.

B) Proporcionar una actividad. Lo importante es proporcionar un rol a las personas y transmitirles sensación de control y evitar crispación. Como por ejemplo, puede ver un video o leer una revista mientras es atendido.

C) La ansiedad hace que el tiempo transcurra más lentamente. Informar sobre las causas de la espera y del tiempo que tendrá que esperar puede disminuir la tensión y reducir la incertidumbre del cliente.

D) Cuando los servicios son personalizados existe una mayor disposición para esperar un cierto tiempo, para recibir la prestación del servicio.

En ocasiones en el proceso de prestación del servicio se producen errores. Este es un momento crítico, y para ello debemos tener prevista la respuesta ante los problemas más comunes.

Ante un servicio mal prestado es preciso:

A) Adaptabilidad (Adaptarse). Responder a las necesidades precisas del cliente considerando sus características.

B) Espontaneidad (Ser espontáneos). Actuar para agradar antes que se lo pida el cliente. Por ejemplo, pequeños obsequios.

C) Comunicación con el cliente. El comunicar los problemas en el servicio e informarse de posibles alternativas para compensar el mal servicio.

D) Compensación. Reconocemos el error y ofrecemos una compensación suficiente.

La calidad es un concepto escurridizo, fácil de visualizar y sin embargo difícil de definir, tiene distintas acepciones según la época histórica, las personas, sus ideas e intenciones.

Los siguientes son algunos de significados propuestos:

Para (Evans y Lindsay, 2000), la calidad es "la bondad de un producto", para (Montgomery, 1996), es "el grado hasta el cual los productos satisfacen las necesidades de la gente que los usa".

Según (ISO 9000:2005) la calidad es "el grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos".

Este interés por la calidad ha motivado que pese a ser un elemento fundamental en el nuevo estilo de gestión de la empresa, es el nacimiento del concepto de la Gestión de la Calidad. La Gestión de la Calidad, debe entenderse en el modo en que la dirección de la empresa planifica el futuro, implanta los programas y controla los resultados de la función de la calidad, con vista a su mejora permanente.

Para una mejor gestión de la calidad en el sector, proponen actuar sobre las 5 posibles deficiencia de la calidad:

Deficiencia 1: No saber lo que esperan los usuarios: las organizaciones deben ser conscientes de las expectativas de los consumidores.

Deficiencia 2: Establecimiento de normas de calidad equivocada. Puede deberse a falta de compromiso de la dirección con la calidad.

Deficiencia 3: Deficiencias en la realización del servicio: es el caso de la falta de predisposición para prestar servicios de calidad debido a la inexperiencia o a conflictos internos.

Deficiencia 4: Discrepancia entre lo que promete y lo que ofrece: especialmente en turismo hay que evitar esto y establecer una comunicación fluida entre los departamentos.

Deficiencia 5: Diferencia entre el servicio esperado y el recibido: el cliente puede percibir que el servicio que se le ofrece no responde a sus expectativas y por tanto no es un servicio de calidad, esta deficiencia proporciona a su vez varias fases:

Análisis de las expectativas y necesidades de los clientes, y las deficiencias en el servicio.

- ✓ Programación de las acciones y medidas para satisfacer lo de antes.
- ✓ Mejora del procedimiento operativo. Poner en práctica las mejoras.
- ✓ Medición de impacto de las acciones de mejora.
- ✓ Mejora hasta alcanzar los objetivos (Quizás realizar nuevos ciclo).
- ✓ Para facilitar la consecución de los objetivos de la calidad se han identificados.

8 principios de gestión de la calidad.

- ✓ Principios de gestión de la calidad
- ✓ Organización enfocada hacia el cliente.
- ✓ Liderazgo.
- ✓ Participación del personal.
- ✓ Enfoques de proceso.
- ✓ Enfoque hacia la gestión
- ✓ Mejoramiento continuo.
- ✓ Enfoque hacia la toma de decisiones basadas en los hechos.

- ✓ Relaciones mutuamente beneficiosas con los proveedores.
Los servicios muestran una serie de características, entre la que se destacan las siguientes:
- ✓ No son materiales.
- ✓ No se pueden almacenar.
- ✓ No se pueden inspeccionar previamente.
- ✓ Se facilitan simultáneamente con su elaboración.
- ✓ En general el cliente toma parte activa en la prestación del servicio.

EL servicio al cliente es un factor diferenciador fundamental en el mercadeo, gracias a él se puede llegar a posicionar en la mente de los clientes potenciales y generar una ventaja competitiva. La satisfacción y la generación de valor para el cliente son dos factores que influyen en el cliente en el momento anterior y posterior al recibir el servicio. (pág.36)

El ciclo de servicio es el conjunto de actividades que el cliente se ve obligado a realizar para adquirir un producto o servicio.

Echavarria (2010) expresa que cualquier empresa, debe mantener un estricto control sobre los procesos internos de atención al cliente. El seguimiento continuo de las políticas de atención, de sus mecanismos y del capital humano involucrado es necesario para mantener un nivel de calidad del servicio siempre superior a la competencia.

A continuación los cinco elementos básicos a valorar para tener un eficiente control sobre los procesos de atención al cliente:

- ✓ Determinación de las necesidades del cliente.
- ✓ Ciclos de servicios.
- ✓ Encuestas.
- ✓ Evaluación de servicios de calidad.
- ✓ Análisis de recompensas y motivación.

Jenny (2011) la capacitación del personal está relacionada con la calidad y productividad. Personas capacitadas ofrecen servicios con mayores

niveles de calidad y son más productivas. El objetivo de la empresa debe ser, garantizar que no existen diferencias entre el nivel de servicio ofrecido y el nivel de servicio percibido.

En el artículo del mes de marzo del 2010 de la revista “Lideres”, Daniel Ortega experto en Marketing Estratégico acerca del Merchandising manifiesta. “El Merchandising es una herramienta de marketing que permite presentar al cliente los productos y servicios en las mejores condiciones tanto físicas como psicológicas, a través de una presentación activa y atractiva, con el objetivo de facilitar la selección de productos y servicios.” Los empleados propios son el primer el cliente de una empresa si no se les satisface a ellos, como pretendemos satisfacer a los clientes externos. (pág.95)

Otras personas antes han tratado el tema de atención al cliente en la organización del (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces en el Área de Rentas realizaron manuales, a principios del año 2014 fue entregado a sus empleados , en el consta el reglamento interno de la compañía que está basado en el Código de trabajo , y el Código de ética , pero su impacto no fue totalmente exitoso el problema persiste, por esta razón los colaboradores se han visto afectados .La aportación de este proyecto será proponer una propuesta de mejora , existen aún muchas empresas que no cuentan con este y que por lo mismo el rendimiento laboral ha ido decreciendo notablemente pues hay malestar entre los colaboradores al no tener claro cuáles son sus funciones a realizar. Es de vital importancia realizar el proyecto para solucionar este problema, aplicando y profundizando los conocimientos obtenidos ya que en el futuro se va a obtener mejores resultados tanto para la empresa como para sus colaboradores. Puesto que el personal es la parte fundamental para que una organización crezca exitosamente, se debe comunicar e informar correctamente todas las obligaciones que tienen los empleados con la organización y viceversa y de igual manera sus derechos; para que en un futuro no existan inconvenientes ni consecuencias irremediables. De tal manera que se cubrirán los vacíos

detectados en la organización en lo concerniente a la asignación de los deberes, funciones y responsabilidades.

Oliveth y Diana (2008) expresan que la: satisfacción del cliente resulta de proporcionar bienes y servicios que satisfagan o excedan sus necesidades. Las necesidades y expectativas reales del cliente se conocen como calidad esperada, que es lo que el cliente supone que recibirá del producto. La auditoría del servicio es el conjunto de estrategias que una empresa diseña para escuchar en forma metódica y sistemática la evolución, que el cliente hace de la calidad y los niveles de satisfacción, con el servicio que recibe, dentro de los estándares de excelencia previamente acordados o definidos. Si la competencia ofrece mejores alternativas a un precio similar, los consumidores naturalmente seleccionarían el paquete que contenga la calidad percibida como más elevada, porque es absolutamente vital para el éxito competitivo comprender exactamente lo que los consumidores desean. Si un competidor ofrece el mismo paquete de productos y servicios a un precio inferior, los clientes lo elegirán. Sin embargo, precios inferiores requieren costos inferiores si la empresa debe seguir siendo redituable. Las mejoras en la calidad de la operación; por lo tanto los negocios deben enfocarse tanto a mejorar de manera continua el paquete de beneficios al consumidor como reducir los costos. (pág.18)

María Abad y David Pincay (2014) la cadena de valor es uno de los instrumentos más ricos y populares desarrollados por Michael Portes para el análisis interno de la empresa. Permite desagregar las actividades que realiza una empresa concreta para vender un producto o servicio, es decir divide la actividad general de una empresa en “actividades de producción de valor”. La cadena de valor del servicio establece relaciones entre las diferentes áreas de la organización, estableciendo cuales son aquellas productivas y cuáles son las de apoyo para el buen desempeño de la organización.

El clima de una organización es el ambiente laboral bajo el cual se desarrollan a diario, es el nivel de cortesía amabilidad y compañerismo que se percibe entre compañeros. Según Solarte Asesores, curso de capacitación: “Programa de Servicio al Cliente” menciona que un programa integral de servicio al cliente, es aquel donde toda la organización, piense, sienta y actúe en función del cliente valiéndose de tiempo, recursos, planificación. (pág.40)

Fundamentación legal.

La asamblea nacional constituyente expide la presente Constitución Política de la República del Ecuador.

Art. 35.- El trabajo es un derecho y un deber social. Gozará de la protección del Estado, el que asegurará al trabajador el respeto a su dignidad, una existencia decorosa y una remuneración justa que cubra sus necesidades y las de su familia. Se regirá por las siguientes normas fundamentales:

1. La legislación del trabajo y su aplicación se sujetarán a los principios del derecho social.
2. El Estado propenderá a eliminar la desocupación y la subocupación.
3. El Estado garantizará la intangibilidad de los derechos reconocidos a los trabajadores, y adoptará las medidas para su ampliación y mejoramiento.
4. Los derechos del trabajador son irrenunciables. Será nula toda estipulación que implique su renuncia, disminución o alteración. Las acciones para reclamarlos prescribirán en el tiempo señalado por la ley, contado desde la terminación de la relación laboral.

5. Será válida la transacción en materia laboral, siempre que no implique renuncia de derechos y se celebre ante autoridad administrativa o juez competente.

6. En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales, reglamentarias o contractuales en materia laboral, se aplicarán en el sentido más favorable a los trabajadores.

7. La remuneración del trabajo será inembargable, salvo para el pago de pensiones alimenticias. Todo lo que deba el empleador por razón del trabajo, constituirá crédito privilegiado de primera clase, con preferencia aun respecto de los hipotecarios.

8. Los trabajadores participarán en las utilidades líquidas de las empresas, de conformidad con la ley.

9. Se garantizará el derecho de organización de trabajadores y empleadores y su libre desenvolvimiento, sin autorización previa y conforme a la ley. Para todos los efectos de las relaciones laborales en las instituciones del Estado, el sector laboral estará representado por una sola organización. Las relaciones de las instituciones comprendidas en los numerales 1, 2, 3 y 4, del **Art. 118** y de las personas jurídicas creadas por ley para el ejercicio de la potestad estatal, con sus servidores, se sujetarán a las leyes que regulan la administración pública, salvo las de los obreros, que se regirán por el derecho del trabajo. Cuando las instituciones del Estado ejerzan actividades que no puedan delegar al sector privado, ni éste pueda asumir libremente, las relaciones con sus servidores, se regularán por el derecho administrativo, con excepción de las relacionadas con los obreros, que estarán amparadas por el derecho del trabajo. Para las actividades ejercidas por las instituciones del Estado y que pueden ser asumidas por delegación total o parcial por el sector privado, las relaciones con los trabajadores se regularán por el derecho del trabajo, con excepción de las funciones de dirección, gerencia, representación, asesoría, jefatura departamental o equivalente, las cuales estarán sujetas al derecho administrativo.

10. Se reconoce y garantiza el derecho de los trabajadores a la huelga y el de los empleadores al paro, de conformidad con la ley. Se prohíbe la paralización, a cualquier título, de los servicios públicos, en especial los de salud, educación, justicia y seguridad social; energía eléctrica, agua potable y alcantarillado; procesamiento, transporte y distribución de combustibles; transportación pública, telecomunicaciones. La ley establecerá las sanciones pertinentes.

11. Sin perjuicio de la responsabilidad principal del obligado directo y dejando a salvo el derecho de repetición, la persona en cuyo provecho se realice la obra o se preste el servicio será responsable solidaria del cumplimiento de las obligaciones laborales, aunque el contrato de trabajo se efectúe por intermediario.

12. Se garantizará especialmente la contratación colectiva; en consecuencia, el pacto colectivo legalmente celebrado no podrá ser modificado, desconocido o menoscabado en forma unilateral.

13. Los conflictos colectivos de trabajo serán sometidos a tribunales de conciliación y arbitraje, integrados por los empleadores y trabajadores, presididos por un funcionario del trabajo. Estos tribunales serán los únicos competentes para la calificación, tramitación y resolución de los conflictos.

14. Para el pago de las indemnizaciones a que tiene derecho el trabajador, se entenderá como remuneración todo lo que éste perciba en dinero, en servicios o en especies, inclusive lo que reciba por los trabajos extraordinarios y suplementarios, a destajo, comisiones, participación en beneficios o cualquier otra retribución que tenga carácter normal en la industria o servicio. Se exceptuarán el porcentaje legal de utilidades, los viáticos o subsidios ocasionales, la decimotercera, decimocuarta, decimoquinta y decimosexta remuneraciones; la compensación salarial, la bonificación complementaria y el beneficio que representen los servicios de orden social.

Art. 36.- El Estado propiciará la incorporación de las mujeres al trabajo remunerado, en igualdad de derechos y oportunidades, garantizándole

idéntica remuneración por trabajo de igual valor. Velará especialmente por el respeto a los derechos laborales y reproductivos para el mejoramiento de sus condiciones de trabajo y el acceso a los sistemas de seguridad social, especialmente en el caso de la madre gestante y en período de lactancia, de la mujer trabajadora, la del sector informal, la del sector artesanal, la jefa de hogar y la que se encuentre en estado de viudez. Se prohíbe todo tipo de discriminación laboral contra la mujer. El trabajo del cónyuge o conviviente en el hogar, será tomado en consideración para compensarle equitativamente, en situaciones especiales en que aquél se encuentre en desventaja económica. Se reconocerá como labor productiva, el trabajo doméstico no remunerado.

Art. 92.- De los consumidores: La ley establecerá los mecanismos de control de calidad, los procedimientos de defensa del consumidor, la reparación e indemnización por deficiencias, daños y mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos no ocasionados por catástrofes, caso fortuito o fuerza mayor, y las sanciones por la violación de estos derechos. Las personas que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la prestación del servicio, así como por las condiciones del producto que ofrezcan, de acuerdo con la publicidad efectuada y la descripción de su etiqueta. El Estado auspiciará la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, y adoptará medidas para el cumplimiento de sus objetivos. El Estado y las entidades seccionales autónomas responderán civilmente por los daños y perjuicios causados a los habitantes, por su negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

Intermediación Laboral

Codificación código del trabajo.

Art.1- Definiciones.-

Intermediación Laboral.- Se denomina intermediación laboral a aquella actividad consistente en emplear trabajadores con el fin de ponerlos a disposición de una tercera persona, natural o jurídica, llamada usuaria, que determina sus tareas y supervisa su ejecución;

Art.5- Contratos requeridos.- La intermediación laboral requerirá de la suscripción de dos clases de contratos:

a) Un contrato mercantil de intermediación laboral celebrado por escrito entre la empresa de intermediación laboral y la usuaria, que puede ser esta última una persona natural o jurídica, cuyo objeto sea poner a disposición a trabajadores para prestar sus servicios en la usuaria, a cuyo poder de dirección quedarán sometidos aquellos; y,

b) Un contrato de trabajo celebrado por escrito entre la empresa de intermediación laboral y cada uno de los trabajadores intermediados...

Codificación Código Civil

Art. 1561.- Todo contrato legalmente celebrado es una ley para los contratantes, y no puede ser invalidado sino por su consentimiento mutuo o por causas legales.

Codificación Código del Trabajo

Art. 40.- Derechos exclusivos del trabajador.- El empleador no podrá hacer efectivas las obligaciones contraídas por el trabajador en los contratos que, debiendo haber sido celebrados por escrito, no lo hubieren sido; pero el trabajador sí podrá hacer valer los derechos emanados de tales contratos.

En general, todo motivo de nulidad que afecte a un contrato de trabajo sólo podrá ser alegado por el trabajador.

Art.6- Duración del contrato mercantil de intermediación laboral.- La duración del contrato mercantil pactado entre la usuaria y la intermediaria será el que acuerden libremente las partes.

La terminación del contrato mercantil de intermediación laboral, causará la extinción de la relación de trabajo que vincula a la empresa que presta dichos servicios de intermediación con sus respectivos trabajadores que laboren en la usuaria. Esto no afectará a los contratos por plazo fijo o los de tiempo indefinido que tengan estos trabajadores con la empresa intermediaria.

Art.7- Duración del contrato de trabajo.- El contrato de trabajo que se suscriba entre la compañía de intermediación laboral y cada uno de los trabajadores intermediados, será por el plazo de duración del contrato mercantil de intermediación laboral celebrado con la usuaria, a menos que las partes acordaren un plazo diferente y deberá efectuarse bajo cualquiera de las modalidades previstas en el Código del Trabajo.

En ningún caso se pactará una remuneración inferior a la remuneración básica mínima unificada o los mínimos sectoriales, según la actividad o categoría ocupacional, y se pagará de conformidad al tercer inciso del undécimo artículo enumerado de este Capítulo. Se respetará este parámetro y para los contratos de plazo inferior a treinta días, se pagará la parte proporcional o la que se acordare conforme a ese parámetro.

Para los efectos de la garantía de estabilidad de los trabajadores intermediados respecto de la compañía de intermediación laboral, se estará a lo establecido en la ley.

Dichos contratos de trabajo obligatoriamente deben celebrarse por escrito y registrarse dentro de los treinta días subsiguientes a su celebración, ante el inspector del trabajo o ante el juez competente en aquellas jurisdicciones en donde no exista inspector del trabajo.

Art.9- Casos en los que se prohíbe contratar a través de intermediación laboral.-Ninguna persona natural o jurídica podrá recurrir a la contratación de empresas de intermediación laboral en los siguientes casos:

a) Para sustituir a trabajadores en huelga, declarada conforme a los artículos 497 y 505 del Código del Trabajo;

b) Para la realización de trabajos que, por su especial peligrosidad para la salud y seguridad, requieran de destrezas y capacitación especiales, cuando en la usuaria no exista el reglamento de higiene y seguridad aprobado por la dependencia correspondiente del Ministerio de Trabajo y Empleo;

c) Para contratar como intermediado a quien se encuentre en actual relación de dependencia, prestando servicios como trabajador estable y permanente, si para contratarlo como intermediado, éste fuere desvinculado por cualquier medio;

d) Para rotar trabajadores entre compañías intermediarias que presten servicios de intermediación laboral a una usuaria, salvo que la usuaria terminare la relación contractual mercantil con la intermediaria y optare por contratar con otra empresa intermediaria, manteniendo a los mismos trabajadores.

e) Para desempeñar las funciones determinadas en el artículo 36 del Código del Trabajo.

Art. 497.- Casos en que puede declararse la huelga.- Los trabajadores podrán declarar la huelga en los siguientes casos:

1. Si notificado el empleador con el pliego de peticiones no contestare en el término legal, o si la contestación fuere negativa;

2. Si después de notificado el empleador, despidiere o desahuciare a uno o más trabajadores. Exceptuase el caso de despido del trabajador que haya cometido actos violentos contra los bienes de la empresa o fábrica o contra la persona del empleador o su representante;

3. Si no se organizare el Tribunal de Conciliación y Arbitraje en el término fijado en el artículo 472 de este Código, o si organizado no funcionare por cualquier motivo dentro de los tres días posteriores a su organización, siempre que, en uno y otro caso, no sea por falta de los vocales designados por los trabajadores;

4. Si no se produjere la conciliación, salvo que las bases dictadas por unanimidad sean aceptadas en su totalidad por el empleador. La inasistencia del empleador a la audiencia se considerará como negativa, para este efecto;

5. Si no se pronuncia el fallo en el término previsto en el artículo 479 de este Código;

6. Si dentro de la etapa de conciliación obligatoria, prevista en el artículo 488 de este Código, el empleador o su representante faltare en forma injustificada, a dos reuniones consecutivas convocadas por el funcionario de la Dirección de Mediación Laboral, siempre que se interpongan entre ellas dos días hábiles, y que hubieren concurrido los representantes de los trabajadores.

Para los efectos de esta causa, la declaratoria de huelga deberá acompañarse con la certificación de inasistencia del empleador o su representante, y de asistencia de los trabajadores, conferida por el funcionario que convocó a dicha reunión; y,

7. Si el empleador sacare maquinaria con el claro objetivo de dismantelar su industria o negocio. En este caso los trabajadores podrán ejecutar la huelga ipso facto. Inmediatamente notificarán al inspector del trabajo de

su jurisdicción, quien verificará tal hecho y, si no fuere ese el caso, dicha autoridad ordenará el reinicio inmediato de las actividades productivas.

Para los efectos de este artículo se asimilará la reclamación prevista en el capítulo de la negociación del contrato colectivo, a la demanda del pliego de peticiones.

Art. 505.- Huelga solidaria.- La ley reconoce también el derecho de huelga cuando tenga por objeto solidarizarse con las huelgas lícitas de los trabajadores de otras empresas.

En este caso, se observará lo dispuesto en los artículos 499, 500 y 501 de este Código. El empleador no estará obligado al pago de la remuneración por los días de huelga solidaria.

Normativa Legal

Constitución del Ecuador 2008

Organización territorial del estado

Art. 253.- Cada cantón tendrá un concejo cantonal, que estará integrado por el alcalde o la alcaldesa y los concejales y las concejalas elegidos por votación popular, entre quienes se elegirá un vicealcalde o una vicealcaldesa.

El alcalde o la alcaldesa será su máxima autoridad administrativa y lo presidirá con voto dirimente. En el concejo estará representado proporcionalmente a la población cantonal urbana y rural, en los términos que establezca la ley.

La Municipalidad tiene un Reglamento Orgánico y Funcional que determina su estructura administrativa, la cual tiene sus bases en la Constitución Nacional. Sus integrantes son:

1. El **Alcalde** de la ciudad,
2. El **Concejo Cantonal**,

- a. Las **Comisiones** que integran cada uno de los concejales,
3. **Direcciones municipales**, designadas por el Alcalde

El Concejo Cantonal de Vinces cumple la tarea legislativa para la aprobación de ordenanzas, resoluciones y acuerdos. El Concejo está conformado por 7 concejales: 5 urbanos y 2 rurales, cada uno encargado de diferentes comisiones.

Alcalde o Alcaldesa 1

Número de Concejales/las Urbanos 5

Número de Concejales/las Rurales 2

Direcciones Normativa legal

Constitución del Ecuador 2008

Organización territorial del estado

Art. 253.- Cada cantón tendrá un concejo cantonal, que estará integrado por el alcalde o la alcaldesa y los concejales y las concejalas elegidos por votación popular, entre quienes se elegirá un vicealcalde o una vicealcaldesa.

El alcalde o la alcaldesa será su máxima autoridad administrativa y lo presidirá con voto dirimente. En el concejo estará representado proporcionalmente a la población cantonal urbana y rural, en los términos que establezca la ley.

La Municipalidad tiene un Reglamento Orgánico y Funcional que determina su estructura administrativa, la cual tiene sus bases en la Constitución Nacional. Sus integrantes son:

1. El **Alcalde** de la ciudad
2. El **Concejo Cantonal**

- a. Las **Comisiones** que integran cada uno de los concejales,
- 3. **Direcciones municipales**, designadas por el Alcalde

El Concejo Cantonal de Vinces cumple la tarea legislativa para la aprobación de ordenanzas, resoluciones y acuerdos. El Concejo está conformado por 7 concejales: 5 urbanos y 2 rurales, cada uno encargado de diferentes comisiones

Variables de la investigación.

Servicios

Es el proceso de brindar una buena atención al cliente, muestran la dificultad que tienen las empresas, llega a ser causa de desánimo y desmotivación. Siendo este punto muy importante a tomar en cuenta ya que por esta razón casusa muchas empresas empiezan a tener problemas.

Satisfacción al cliente

Es la percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos, es la base de los servicios que satisfacen sus necesidades y expectativas. Es la clave comercial del éxito comercial de una empresa.

Definiciones conceptuales.

Servicio: desde el punto de vista del mercadeo y la economía, son las actividades que intentan satisfacer las necesidades de los clientes.

Eficaz: es un adjetivo que significa que algo o alguien tiene eficacia, es decir, que tiene la capacidad de alcanzar un objetivo o propósito y produce el efecto esperado. Puede hacer referencia a una persona, un grupo, organización o un objeto.

Tangible: se utiliza para nombrar lo que puede ser tocado o probado de alguna forma. En un sentido más amplio, también hace referencia a aquello que puede percibirse con precisión.

Gestión: hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo, es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación.

Comisiones: es aquella cantidad que sigue por concretar una transacción comercial y que corresponderá a un porcentaje determinado sobre el importe total de la operación comercial.

Proceso: está definido como la sucesión de actos y acciones realizados con cierto orden que se dirigen a un punto o finalidad significa progreso, avance ir hacia un fin determinado.

Metodología: se define como el grupo de mecanismos o procedimientos, racionales empleados para el logro de un objetivo, que dirige una investigación científica.

Estipulado: equivale a concretar o pactar los involucrados se ponen de acuerdo para cumplir con lo estipulado.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

El cantón Vinces es una entidad territorial subnacional ecuatoriana, de la Provincia de Los Ríos. Su cabecera cantonal es la ciudad de Vinces, lugar donde se agrupa gran parte de su población total. La ciudad y el cantón Vinces, al igual que las demás localidades ecuatorianas, se rige por una municipalidad según lo estipulado en la Constitución Política Nacional. El (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces es una entidad de gobierno seccional que administra el cantón de forma autónoma al gobierno central. La municipalidad está organizada por la separación de poderes de carácter ejecutivo representado por el alcalde, y otro de carácter legislativo conformado por los miembros del concejo cantonal. El Alcalde es la máxima autoridad administrativa y política del Cantón Vinces. Es la cabeza del cabildo y representante del Municipio.

El servicio que brinda el (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces:

- ✓ Rendición de cuentas
- ✓ Ordenanzas y reglamentos
- ✓ Actas
- ✓ Resoluciones
- ✓ Presupuesto general
- ✓ Presupuesto participo
- ✓ Gaceta municipal
- ✓ Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (DPOT) 2015
- ✓ Contrataciones publicas

Transparencia.

La **Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP)** plantea la participación ciudadana y el derecho de acceso a la información relacionada con asuntos públicos, para ejercer un efectivo control y exigir la rendición de cuentas a las instituciones gubernamentales o aquellas que perciben recursos estatales.

Misión.

Liderar la implementación de políticas públicas, coordinación de desarrollo territorial, ejecución y control de planes para la prestación de servicios públicos, construcción de obra pública, movilidad, fomento de actividades productivas y gestión ambiental, que con enfoque participativo e incluyente, impulsen el bienestar económico, social, ambiental y cultural de la colectividad a nivel urbano y rural.

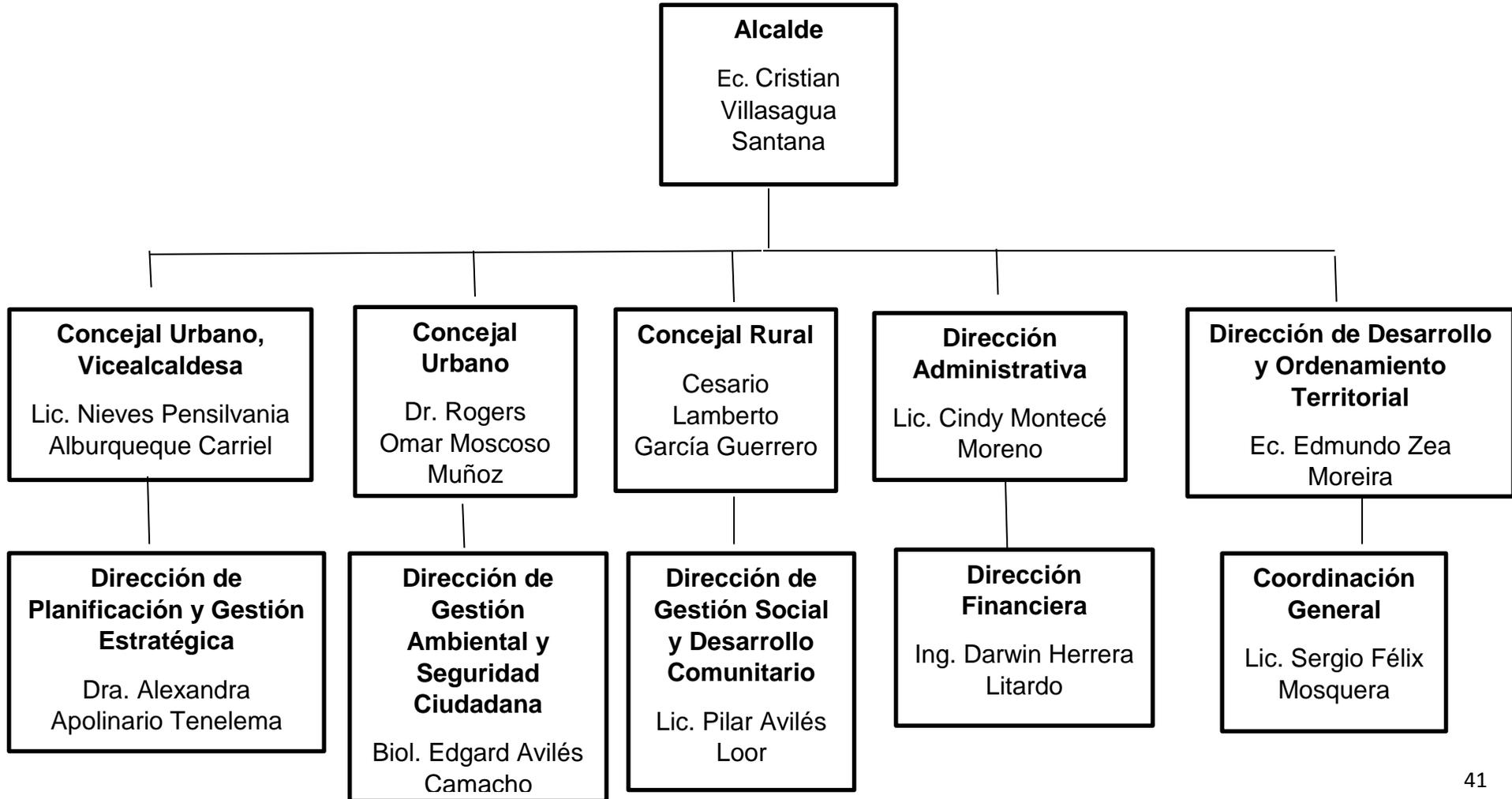
Visión.

Al 2019, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Vinces, consolida un modelo de gestión de desarrollo local, es un referente de entidad pública que articula los niveles de gobierno de manera participativa, incluyente y equitativa, mediante conocimiento, talento humano comprometido, innovación tecnológica y responsabilidad social en la planificación urbana y rural, obra pública, desarrollo comunitario y ambiental, con criterios de calidad, calidez, eficiencia, eficacia, transparencia y responsabilidad, compatibles con las demandas de la colectividad.

Proveedores.

- ✓ Vaquevela S.A
- ✓ Oferente Lecavil S.A
- ✓ Servicios de Lubricación S.A
- ✓ Catering S.A
- ✓ Estación del servicio del Pibe S.A
- ✓ Ferretería Vanessa S.A
- ✓ Lubricadora García S.A
- ✓ Coperlidar S.A

Organigrama de la empresa.



Estructura Organizativa

Comisiones

NOMBRE	INTEGRANTES
COMISIÓN DE MESA, EXCUSA Y CALIFICACIÓN	Ec. Cristian Villasagua Santana (Presidente)
	Lic. Pensilvania Alburqueque Carriel (Integrante)
	Sr. Cesario Garda Guerrero (Integrante)
COMISIÓN DE PLANIFICACIÓN Y PRESUPUESTO	Dr. Rogers Moscoso Muñoz (Presidente)
	Sr. Johnny Vergara Salcedo (Integrante)
	Sr. Francisco Valverde Castillo (Integrante)
COMISIÓN DE IGUALDAD DE GÉNERO	Lic. Pensilvania Alburqueque Carriel (Presidente)

	Sr. Johnny Vergara Salcedo (Integrante)
	Sr. Francisco Valverde Castillo (Integrante)
COMISIÓN DE AMBIENTE	Dr. Rogers Moscoso Muñoz (Presidente)
	Sr. Johnny Vergara Salcedo (Integrante)
	Sr. Marco Antonio Sotomayor Arias (Integrante)
COMISIÓN DE TRÁNSITO Y TRANSPORTE	Sr. Francisco Valverde Castillo (Presidente)
	Sr. Johnny Vergara Salcedo (Integrante)
	Sr. Cesario Garda Guerrero (Integrante)
COMISIÓN DE EDUCACIÓN, CULTURA, DEPORTE Y TURISMO	Sr. Marco Antonio Sotomayor Arias (Presidente)
	Ab. Leonel Fuentes Saenz de Viteri (Integrante)
	Lic. Pensilvania Alburquerque Carriel (Integrante)

Plantilla total de trabajadores

NOMBRE	FUNCIONARIO	DIRECCIÓN E-MAIL	TELÉFONO/EXTENSIÓN (05) 2791367 (05) 2792101
Dirección Administrativa	Lic. Cindy Montecé Moreno	cmontece@vinces.gob.ec	5004
Dirección de Desarrollo y Ordenamiento Territorial	Ec. Edmundo Zea Moreira	ezea@vinces.gob.ec	5010
Dirección de Planificación y Gestión Estratégica	Dra. Alexandra Apolinario Tenelema	aapolinario@vinces.gob.ec	5028
Dirección de Gestión Ambiental y Seguridad Ciudadana	Biol. Edgard Avilés Camacho	eaviles@vinces.gob.ec	5012
Dirección de Gestión Social y Desarrollo Comunitario	Lic. Pilar Avilés Loor	paviles@vinces.gob.ec	5014
Dirección de Obras Públicas Municipales	Ing. Marco Armijo Verdezoto	marmijo@vinces.gob.ec	5011
Dirección de Servicios Públicos	Ing. Felipe Díaz Vera	hdiaz@vinces.gob.ec	5013

Dirección Financiera	Ing. Darwin Herrera Litardo	dherrera@vinces.gob.ec	5005
Coordinación General	Lic. Sergio Félix Mosquera	sfelix@vinces.gob.ec	5009
Procuraduría Síndica	Ab. Maribel Vera Limones	mvera@vinces.gob.ec	5006
Secretaría General	Ab. Víctor Santana Llaguno	vsantana@vinces.gob.ec	5003

Concejo cantonal

NOMBRE	CARGO	DIRECCIÓN E-MAIL
Ec. Cristian Raúl Villasagua Santana	Alcalde	cvillasagua@vinces.gob.ec
Lic. Nieves Pensilvania Alburquerque Carriel	Concejal Urbano, Vicealcaldesa	palburquerque@vinces.gob.ec
Ab. Mauro Leonel Fuentes Saenz de Viteri	Concejal Urbano	lfuentes@vinces.gob.ec
Dr. Rogers Omar Moscoso Muñoz	Concejal Urbano	rmoscoso@vinces.gob.ec

Francisco Javier Valverde Castillo	Concejal Urbano	fvalverde@vinces.gob.ec
Johnny Amilcar Vergara Salcedo	Concejal Urbano	jvergara@vinces.gob.ec
Cesario Lamberto García Guerrero	Concejal Rural	cgarcia@vinces.gob.ec
Marco Antonio Sotomayor Arias	Concejal Rural	msotomayor@vinces.gob.ec

Estado Situación Financiero

		2015	2016
Activos corrientes			
Efectivo y equivalentes de efectivo	3	408.117	379.738
Cuentas por cobrar (transacciones sin contraprestación)	4	1.430	1.826
Cuentas por cobrar (transacciones con contraprestación)	4	35.613	27.265
Inventarios	5	2.298	2.437
		447.458	411.266
Activos no corrientes			
Equipo	6	2.517	3.730
Propiedades de inversión	7	4.785	4.316
Activos intangibles	8	27.394	27.330
Terrenos y edificios	9	338.347	338.765
Cuentas por cobrar (transacciones sin contraprestación)	4	421	481
Otros activos no corrientes	10	9.811	10.000
		383.275	384.622
TOTAL DE ACTIVOS		830.733	795.888
PASIVOS			
Pasivos corrientes			
Cuentas por pagar	11	21.089	28.234
Beneficios a los empleados	12	15.467	15.259
Transferencias por pagar	13	65.886	64.200
Cobros anticipados	14	216.038	196.575
Préstamos pagaderos en un año	15	5.258	5.258
Provisiones	16	2.793	2.422
Otros pasivos corrientes	17	55.572	52.071
		382.103	364.019
Pasivos no corrientes			
Beneficios a los empleados	12	125.896	119.587
Préstamos pagaderos después de un año	15	144.495	149.753
		270.391	269.340
TOTAL DE PASIVOS		652.494	633.359
Superávit acumulado	21	154.851	139.141
Fondos de operaciones	21	8.342	8.342
Superávit de revaluación	21	15.046	15.046
ACTIVOS NETOS		178.239	162.529

En el estado de Situación Financiera en el año 2016 se registra una disminución debido a la mala atención al cliente por este motivo se implementara un plan de mejoras para lograr un mejor objetivo en el 2017.

Diseño de investigación

Investigación Pura o Teórica.

Este tipo de investigación tiene como objetivo tiene como principal objetivo la obtención de conocimientos de diferente índole, sin tener en cuenta la aplicabilidad de los conocimientos obtenidos. Gracias al cuerpo de conocimientos extraídos de ella puede establecerse otro tipo de investigaciones.

Investigación Aplicada.

Se trata de una investigación centrada en encontrar mecanismos o estrategias que permitan lograr un objetivo concreto.

Investigación Exploratoria.

Este tipo de investigación se centra en analizar e investigar aspectos concretos de la realidad que aún no han sido analizados en profundidad. Básicamente se trata de una exploración o primer acercamiento que permite que investigaciones posteriores puedan dirigirse a un análisis de la temática tratada.

Investigación Descriptiva.

El objetivo de este tipo de investigación es únicamente establecer una descripción lo más completa posible de un fenómeno, situación o elemento concreto, sin buscar ni causas ni consecuencias de éste. Mide las características y observa la configuración y los procesos que componen los fenómenos, sin pararse a valorarlos.

Investigación Explicativa.

Se trata de uno de los tipos de investigación más frecuentes y en los que la ciencia se centra. Es el tipo de investigación que se utiliza con el fin de intentar determinar las causas y consecuencias de un fenómeno concreto. Se busca no solo el qué sino el porqué de las cosas, y cómo han llegado al estado en cuestión.

Investigación Cualitativa.

Se entiende por investigación cualitativa aquella que se basa en la obtención de datos en principio no cuantificables, basados en la observación. Aunque ofrece mucha información, los datos obtenidos son subjetivos y poco controlables y no permiten una explicación clara de los fenómenos. Se centran en aspectos descriptivos.

Investigación Cuantitativa.

La investigación cuantitativa se basa en el estudio y análisis de la realidad a través de diferentes procedimientos basados en la medición. Permite un mayor nivel de control e inferencia que otros tipos de investigación, siendo posible realizar experimentos y obtener explicaciones contrastadas a partir de hipótesis. Los resultados de estas investigaciones se basan en la estadística y son generalizables.

Investigación Experimental.

Este tipo de investigación se basa en la manipulación de variables en condiciones altamente controladas, replicando un fenómeno concreto y observando el grado en que la o las variables implicadas y manipuladas producen un efecto determinado. Los datos se obtienen de muestras aleatorizadas, de manera que se presupone que la muestra de la cual se

obtienen es representativa de la realidad. Permite establecer diferentes hipótesis y contrastarlas a través de un método científico.

Investigación Cuasi-experimental.

La investigación cuasi-experimental se asemeja a la experimental en el hecho de que se pretende manipular una o varias variables concretas, con la diferencia de que no se posee un control total sobre todas las variables, como por ejemplo aspectos vinculados al tipo de muestra que se presenta al experimento.

Investigación No Experimental.

Este tipo de investigación se basa fundamentalmente en la observación. En ellas las diferentes variables que forman parte de una situación o suceso determinados no son controladas.

Investigación de Método Deductivo.

Este tipo de investigación se basa en el estudio de la realidad y la búsqueda de verificación o falsación de unas premisas básicas a comprobar. A partir de la ley general se considera que ocurrirá en una situación particular.

Investigación de Método Inductivo.

La investigación llevada a cabo según el método inductivo se basa en la obtención de conclusiones a partir de la observación de hechos. La observación y análisis permiten extraer conclusiones más o menos verdaderas, pero no permite establecer generalizaciones o predicciones.

Tipo de Investigación

Los tipos de investigación asociados al trabajo son:

- ✓ Descriptiva
- ✓ Explicativa
- ✓ Correlacional

Mario Tamayo & Tamayo (2003) definen en su libro Proceso de Investigación Científica, la investigación descriptiva; “comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente”. (Pág. 35)

Posterior a esto se empleó una metodología descriptiva , ya que se describieron características fundamentales en el (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces por medio de una encuesta aplicada al cliente que está percibiendo el servicio brindado en base a esto se crearon estrategias para generar valor en los clientes.

Morales (2012) expresa que: la investigación explicativa se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas (investigación postfacto), como de los efectos (investigación experimental), mediante la prueba de hipótesis. Sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos.

Se empleó la metodología explicativa en el (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces porque existe un incremento de falencias en la atención al cliente que causa una mala atención en el servicio.

Sellriz (2012) define que: la investigación exploratoria es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimiento.

En esta tipología de investigación será analizada tanto por su naturaleza, como por su finalidad, alcance temporal, amplitud, carácter, y por el tipo de fuentes utilizadas en la realización de la misma. La finalidad y el propósito de esta investigación es causar un efecto en el (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinges que reforme y a la vez transforme un fenómeno, por lo que se denomina a esta investigación como aplicada.

Población y Muestra

Población: Es un conjunto de sujeto o grupo de personas u organizaciones de una especie particular, que viven en una área geográfica o espacio, y cuyo número se determina en la se va a realizar la investigación. Sirve para aplicar las técnicas de investigación normalmente está gobernado por las leyes de la probabilidad.

Mi población son los colaboradores del área de Rentas del (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinges.

Cuadro N° 1

CANTIDAD	ESTRATO	POBLACIÓN
1	Directivos	3
2	Abogados	5
3	Representantes de Obras Municipales	14
4	Supervisores	4

	TOTAL	26
--	--------------	----

Muestra: Es la unidad de análisis o subconjunto representativo y suficiente la población que será una encuesta, que se llevaran a cabo dependiendo del problema, el método y de la finalidad de la investigación. Es una técnica de relación de datos que nos permite investigar a través de una fracción de la población todo el conglomerado, teniendo en cuenta que las partes son iguales al todo.

Cuadro N° 2

CANTIDAD	ESTRATOS	MUESTRA
1	Abogados	5
2	Representantes de Obras Municipales	9
3	Supervisores	2
	TOTAL	16

Técnicas e Instrumentos de la investigación.

Observación.

Es la capacitación de los medios circulantes por medio de la vista, formando imágenes de los caracteres más importantes e inician una conceptualización subjetiva. Mirar con atención y recato, que constituye una de las técnicas más conocidas por los investigadores a través de los tiempos.

La Entrevista.

Es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto.

Este método es más eficaz que el cuestionario, ya que permite tener una información más completa; por cuanto el investigador puede explicar el propósito del estudio y especificar claramente la información que necesita.

La Encuesta.

Conjunto de preguntas tipificadas dirigida a una muestra representativa, para averiguar estados de opinión o viceversas cuestiones de hecho, para esta técnica se utiliza un cuestionario debidamente estructurado el cual se recopilan los datos que se requieren investigar.

Las encuestas aplicadas en el presente proyecto fueron preguntas cerradas y de selección múltiple dirigida a los colaboradores y representantes legales, así se logró el resultado deseado para respectivo análisis y ejecución del proyecto.

Focus Group.

Un focus group, tal como se lo denomina en inglés o grupo focal es un tipo de técnica de estudio empleada en las ciencias sociales y en trabajos comerciales que permite conocer y estudiar las opiniones y actitudes de un público determinado. Su metodología de trabajo consiste en la reunión de un grupo de entre seis y doce personas, más un moderador que será

el encargado de hacer las preguntas y dirigir el encuentro. Para que el trabajo del focus group sea eficaz.

Cuestionario.

Es un instrumento de investigación, se utiliza de un modo preferente, es una forma organizada y práctica de hacer preguntas y respuestas, es un sistema adaptable a cualquier campo que busca una opinión generalizada de un tema en específico. El cuestionario es una herramienta genérica, también llamamos cuestionario al resumen de preguntas y respuestas como guía práctica para estudiar.

El fichaje.

Es una técnica auxiliar de todas las demás técnicas empleada en investigación científica; consiste en registrar los datos que se van obteniendo en los instrumentos llamados fichas, las cuales, debidamente elaboradas y ordenadas contienen la mayor parte de la información que se recopila en una investigación por lo cual constituye un valioso auxiliar en esa tarea, ahorra mucha tiempo y dinero.

El test.

Es una técnica derivada de la entrevista y la encuesta tiene como objeto lograr información sobre rasgos definidos de la personalidad, la conducta o determinados comportamientos y características individuales o colectivas de la persona (inteligencia, interés, actitudes, aptitudes, rendimiento, memoria, manipulación, etc.). A través de preguntas, actividades, manipulaciones, etc., que son observadas y evaluadas por el investigador.

Recolección de la información.

Para la correcta ejecución de la presente propuesta, se ha llevado a cabo la recolección de la información, la cual ha sido obtenida, por medio de unas encuestas personales a cada uno de los colaboradores del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces buscando así información real del grado de participación que tiene cada uno de ellos, en el proceso laboral.

Criterio para elaborar la propuesta.

Basados en los conocimientos de los factores que intervienen en la atención al cliente, se realizara la propuesta de Mejora para el servicio que brinda el (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces en el Área de Rentas durante el año 2017, la misma que buscara ser base, para el mejoramiento del sistema laboral.

Al finalizar con este proyecto, se espera que los resultaos sean favorables, que la propuesta de Mejora, pueda ser tomada por los demás colaboradores, convirtiéndose así en un logro.

Pasos para elaborar la propuesta.

Para elaborar la propuesta y finalizarla con éxito se ha llevado una estructura de paso a seguir.

- ✓ Seleccionar los temas de investigación
- ✓ Recolección de información bibliográfica
- ✓ Planteamiento del problema
- ✓ Elaborar el marco teórico
- ✓ Preparar documentos para la recolección de datos
- ✓ Análisis e interpretación de los resultados
- ✓ Elaboración de la propuesta.

CAPÍTULO IV

Análisis e interpretación de resultados.

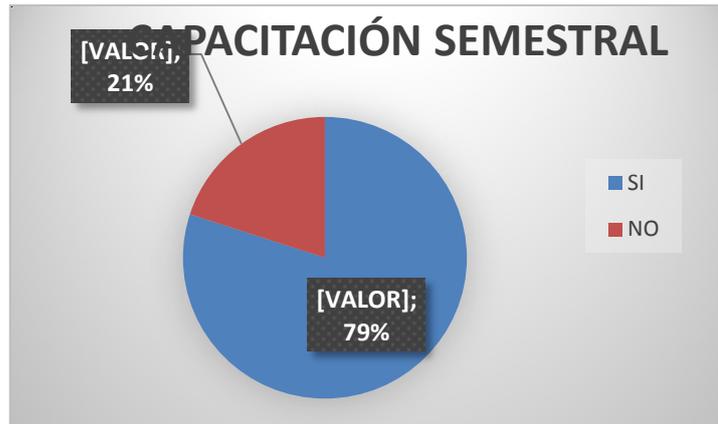
El objetivo considerado para la encuesta del (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces, es el de obtener datos de los colaboradores sobre una propuesta de mejora para la atención del cliente.

1. ¿El colaborador si es capacitado de manera semestral en la atención al cliente servirá para un mejor rendimiento laboral?

Cuadro N°3

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	79%
No	2	21%
Total	10	100%

Gráfico N° 1



Análisis

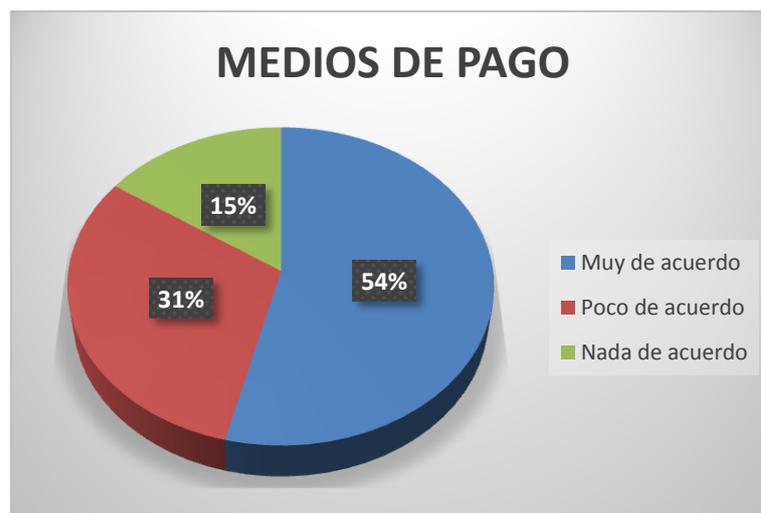
Se puede apreciar en el gráfico con el 79% si, que los colaboradores si son capacitados de manera semestral en la atención al cliente servirá para un mejor rendimiento laboral.

2. ¿Qué tan conveniente son los medios de pago de nuestro servicio?

Cuadro N° 4

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	7	54%
Poco de acuerdo	4	31%
Nada de acuerdo	2	15%
Total	13	100%

Gráfico N° 2



Análisis

Se puede observar que los colaboradores están muy de acuerdo con un 54% sí, que los medios de pago son convenientes esto ayudara mucho a los clientes a no tener quejas hacia el (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces.

3. ¿Que considera usted para elevar el proceso de mejoramiento en los departamentos del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces.?

Cuadro N°5

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Motivación	9	30%
Incentivos	12	48%
Bonificaciones	8	22%
Total	29	100%

Gráfico N°3



Análisis

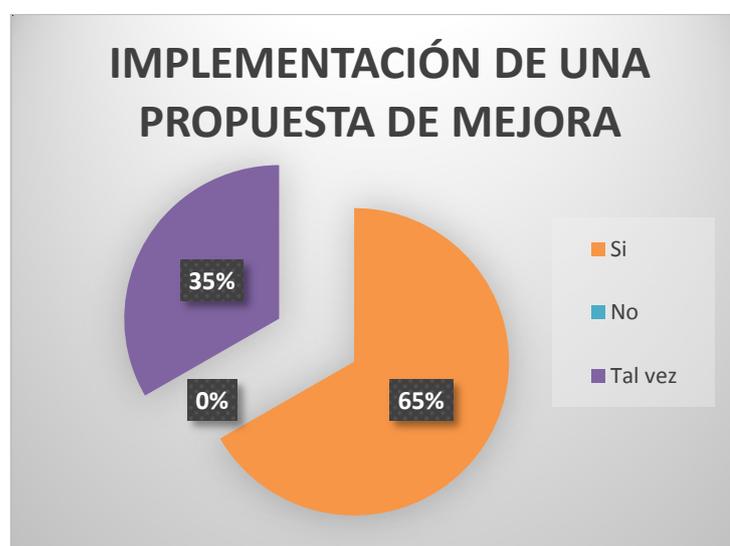
En esta pregunta se puede apreciar criterios muy diferentes, cada colaborador manifestó que para elevar los procesos se necesita un mejoramiento continuo y sus respuestas fueron; porcentaje mayor es 48% incentivos, el 30% motivación y el 22% bonificaciones.

4. ¿Cree usted indispensable la implementación de una propuesta de mejora?

Cuadro N° 6

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	65%
No	0	0%
Tal vez	5	35%
Total	15	100%

Gráfico N°4



Análisis

Se puede observar que los colaboradores si creen necesario una propuesta de mejora para la atención al cliente con un porcentaje de 65% si, ya que esto ayudaría mucho a elevar sus ingresos al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces.

5. ¿Son necesarias las técnicas de motivación en los colaboradores de cada área?

Cuadro N°7

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	75%
No	0	0%
Tal vez	8	25%
Total	20	100%

Gráfico N° 5



Análisis

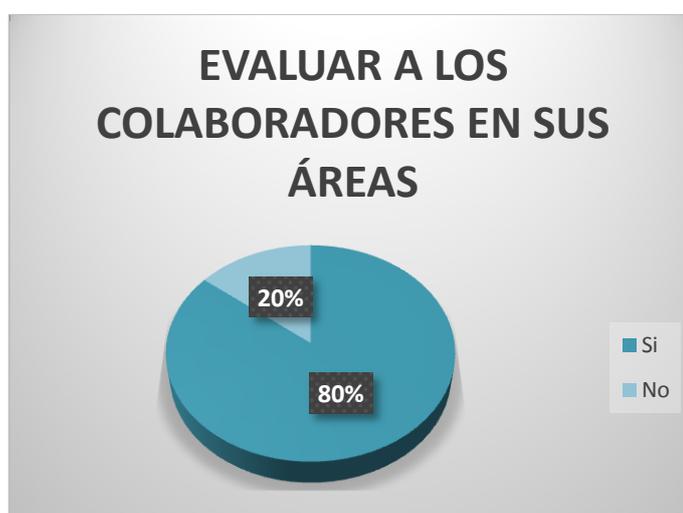
En la pregunta se puede notar que los colaboradores si necesitan técnicas de motivación en cada área con un 75% si, esto ayudara a la organización con un mayor rendimiento laboral.

6. ¿Está usted de acuerdo en que a los colaboradores en las diferentes áreas, se los deba evaluar?

Cuadro N° 8

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	80%
No	2	20%
Total	14	100%

Gráfico N°6



Análisis

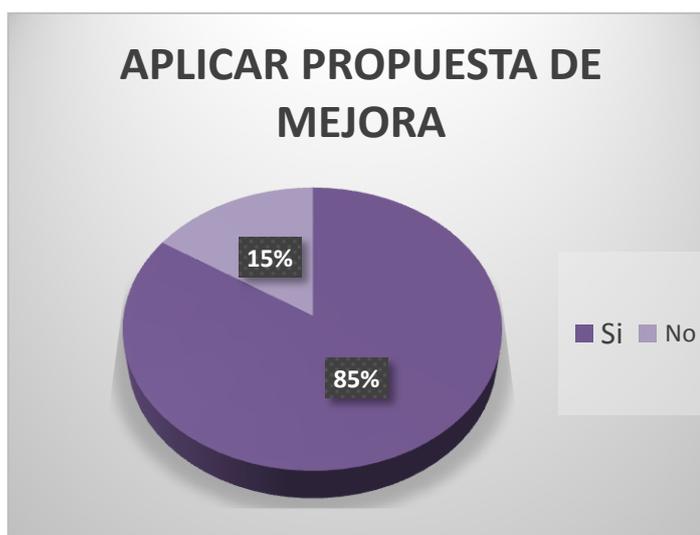
El gráfico muestra que los colaboradores dicen si con un 80%, se manifestó que la evaluación en sus áreas ayudara a tener un mayor control creando un entorno en él se pueda satisfacer sus objetivos deseados aportando su energía y esfuerzo.

7. ¿Está usted de acuerdo que se debe aplicar una propuesta de mejora para los departamentos del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces.?

Cuadro N° 9

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	85%
No	3	15%
Total	19	100%

Gráfico N°7



Análisis

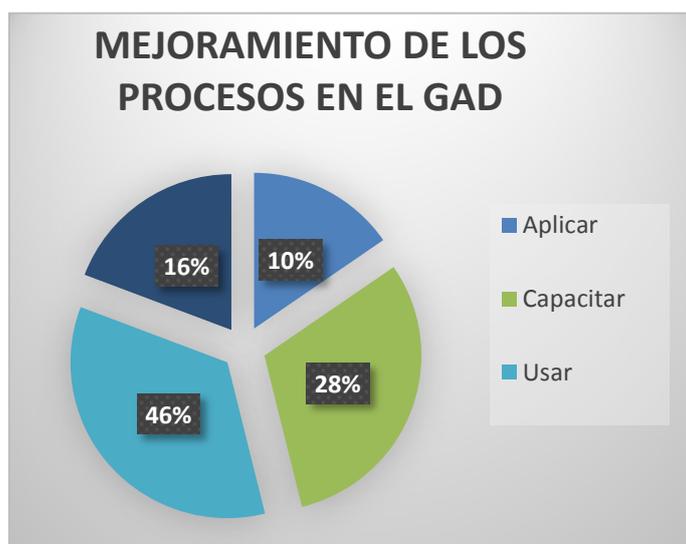
Los colaboradores si están de acuerdo con un 85% que se debe aplicar una propuesta de mejora para los departamentos del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinges ya que ayudará para ofrecer una guía útil y práctica I cambio.

8. ¿Qué más considera usted que se pueda cambiar para elevar el mejoramiento de los procesos dentro del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinges.

Cuadro N° 10

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Aplicar la administración por procesos, no por funciones.	6	10%
Capacitar al personal para mejorar la competitividad.	9	28%
Usar la comunicación de forma estratégica.	7	46%
Transparencia en la gestión.	5	16%
Total	27	100%

Gráfico



N°8

Análisis

Los colaboradores consideraron que usar la comunicación de forma estratégica con un 46% si, para un mejoramiento en los procesos de GAD permitiendo focalizar mejores estrategias a futuro.

9.¿ Está usted de acuerdo en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces se debe implementar mejoras en el sistema de atención al cliente para las diferentes áreas.

Cuadro N° 11

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	14	70%

Muy de acuerdo	4	18%
En desacuerdo	2	12%
Total	20	100%

Gráfico N°9



Análisis

Los colaboradores están de acuerdo con un 70% sí, que se debe implementar mejoras en la atención al cliente para mejorar los procesos de cada área.

10. ¿Qué implementaría usted para mejorar el servicio que brinda el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces.?

Cuadro N° 12

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Retroalimentación de cada proceso.	6	24%
Proceso original bien definido y documentado.	7	28%

Forma tangible de realizar las mediciones de los resultados de cada proceso.	12	48%
Total	25	100%

Gráfico N°10



Análisis

Los colaboradores implementarían una forma tangible de realizar las mediciones de los resultados de cada proceso con un 48% si, con la finalidad de una mayor gestión que medirá mayores resultados.

Discusión de resultados.

El presente proyecto investigativo se hizo factible gracias al apoyo brindado por los participantes del (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces el Alcalde y sus colaboradores que nos brindaron la información necesaria para poder obtener resultados en el proceso.

La siguiente discusión de resultados, la hemos logrado luego de los resultados obtenidos en la investigación.

Con relación a la encuesta a los trabajadores.

Los colaboradores que fueron encuestados, recibieron un formulario de diez preguntas, las mismas que tenían diferentes variantes.

Las preguntas trataron sobre la propuesta de mejora en el área de rentas sobre la atención al cliente, en esta encuesta se pudo observar que si hay colaboradores a los que se les dificulta la atención al cliente. También mostraron los colaboradores que sería bueno implementar una propuesta de mejora, ya que esto ayudaría a los colaboradores a mejorar su sistema laboral.

Propuesta.

Título de la propuesta.

Plan de mejoras en la atención del cliente del (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces.

Metodología 5W+2H

Rentas



Que?
(What?)
Que sucede?
Que estamos haciendo?



Cuanto?
(How Much?)
Cantidad?
Perdidas?
Costos?

Estratégico
Cuantificar
Impacto
Justificación
Priorizar



Como?
(How?)
Como sucede?
Aleatorio? O sigue un patrón?
Como se diferencia del estado normal?



Nivel Operativo ir a la fuente



Cuando?
(When?)
Cuando sucede?
En qué momento del día?
En qué momento del proceso?



Donde?
(Where?)
Donde se está viendo el problema?
Producto? / Proceso?



Quien?
(Who?)
A quien le sucede?
A todos?



Por qué?
(Why?)
Causas

Plan de acciones

Oportunidad de mejora: Incremento de capacitación en la atención al cliente
Meta: Elevar la cantidad de colaboradores capacitados para un mejor rendimiento laboral
Responsable: Dirección de Planificación y Gestión Estratégica

¿Qué?	¿Quién?	¿Cómo?	¿Por qué?	¿Dónde?	¿Cuándo?	¿Cuánto?
Proponer un plan de propuestas con amplia participación por parte de los colaboradores.	Comisión de planificación y presupuesto. (Departamento de Recursos Humanos)	Elaborar una estrategia de capacitación.	Necesidad de facilitar un mejor servicio en la atención al cliente para los colaboradores.	Departamento de Recursos Humanos	Diciembre 2017	900 7 meses

Oportunidad de mejora: Creación de una página Web del servicio
Meta: Mejorar la gestión y la eficaz con un programa de motivación en las diferentes áreas del GAD de los recursos financieros.
Responsable: Dirección Financiera y Desarrollo Comunitario

¿Qué?	¿Quién?	¿Cómo?	¿Por qué?	¿Dónde?	¿Cuándo?	¿Cuánto?
Realizar un plan de formación específico para el personal, especialmente en temas de nuevas tecnologías.	Dirección de Servicios Públicos. (Dirección Financiera)	Incorporar y adaptar las aplicaciones informáticas a nuestras necesidades.	Para lograr un mejor servicio que facilite el trabajo.	Dirección de Gestión Social	Enero 2018	500 6 meses

Oportunidad de mejora: Establecer un sistema de evaluación y reconocimiento del desempeño de las funciones
Meta: Mejorar la atención al cliente desarrollando canales de relación y comunicación
Responsable: Coordinación General

¿Qué?	¿Quién?	¿Cómo?	¿Por qué?	¿Dónde?	¿Cuándo?	¿Cuánto?
Realizar seguimientos adecuados en las diferentes áreas de trabajo.	Dirección de Desarrollo y Ordenamiento (Coordinación General)	Establecer compromisos de calidad con los clientes. Incrementar la cantidad de colaboradores motivados. .Carta de Servicios	Potenciar el mejoramiento continuo en las diferentes áreas con calidad.	Coordinación General	Marzo 2018	500 5 meses

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- ✓ La motivación es el impulso y el esfuerzo para satisfacer un deseo o meta, es decir resulta indispensable hacer uso de esta práctica en cada jornada laboral, en los colaboradores del (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces.
- ✓ Para solucionar el problema se diseñara y se aplicara un plan de mejoras.
- ✓ El proyecto está destinado para ser aplicado en los colaboradores de la organización.
- ✓ Al aplicar el plan de mejoras el proceso de la atención al cliente será excelente y el desempeño laboral mejorará.
- ✓ Los colaboradores conciben la motivación como una etapa del proceso de enseñanza y como tal, no es permanente, ocupa un tiempo limitado.
- ✓ La organización debe implementar estrategias para mejorar en el servicio logrando una mayor aportación en diferentes áreas.

Recomendaciones

- ✓ Se debe motivar a los colaboradores de la organización del (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces no solo al inicio, sino también en todo momento del proceso laboral.
- ✓ Aplicar el plan de mejoras con técnicas innovadoras de motivación en todas las actividades que se realicen, para mejorar en el servicio que se brinda.
- ✓ Fomentar la motivación al colaborador a través de aplicación de las estrategias del plan de mejora activas.
- ✓ Un acercamiento es una oportunidad para impresionar. La lealtad y compromiso puede cultivarse con una buena atención, incluso si el cliente se acerca para una queja.

ANEXOS

**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL
CANTÓN VINCES (GAD)**



Encuesta

El objetivo considerado para la encuesta del (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces, es el de obtener datos de los colaboradores sobre una propuesta de mejora para la atención del cliente.

1. ¿El colaborador si es capacitado de manera semestral en la atención al cliente servirá para un mejor rendimiento laboral?

Si

No

2. ¿Qué tan conveniente son los medios de pago de nuestro servicio?

Muy conveniente

Poco conveniente

Nada conveniente

3. ¿Que considera usted para elevar el proceso de mejoramiento en los departamentos del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces.

Motivación

Incentivos

Bonificaciones

4. ¿Cree usted indispensable la implementación de una propuesta de mejora?

Si

No

Tal vez

5. ¿Son necesarias las técnicas de motivación en los colaboradores de cada área?

6. ¿Está usted de acuerdo en que a los colaboradores en las diferentes áreas, se los deba evaluar?

Si

No

7. ¿Está usted de acuerdo que se debe aplicar una propuesta de mejora para los departamentos del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinges.?

Si

No

8. ¿Qué más considera usted que se pueda cambiar para elevar el mejoramiento de los procesos dentro del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinges.

9.¿ Está usted de acuerdo en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinges se debe implementar mejoras en el sistema de atención al cliente para las diferentes áreas.

De acuerdo

Muy de acuerdo

En desacuerdo

10. ¿Qué implementaría usted para mejorar el servicio que brinda el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces.?

13. Bibliografía

- Chris Denove , & James D. Powe. (2 de febrero de 2006). *satisfaccion*. Bogota: Portfolio.
- Valaire A. Zeithaml , & Mary Jo Bitner. (2002). Marketing de Servicios. Un enfoque de integración del cliente a la empresa. Mexico: Mc Graw Hill. Obtenido de http://fondoeditorial.uneg.edu.ve/strategos/numeros/s07/s07_art06.pdf
- Baubeta, A. I. (2006). *Fidelización del Cliente*. España: Ideaspropias editorial. Obtenido de <https://books.google.es/books?id=8nj-kruWt1gC&pg=PT9&dq=que+es+cliente&hl=es&sa=X&ved=0ahUK Ewjuud759sDWAhWISCYKHau8Dk8Q6AEIKTAB#v=onepage&q=que%20es%20cliente&f=false>
- Blanchard, K., & Bowles, S. (2005). *Clientes incondicionales*. Bogota Colombia: Norma.
- Couso, R. P. (2005). *Servicio al cliente ; La comunicacion y la calidad del servicio en la atencion del cliente* (1 edicion ed.). Esapaña . Printed in Spain: Ideaspropias editorial S.L. Obtenido de https://books.google.es/books?id=3hovRPM1Di0C&printsec=frontcover&dq=servicio+al+cliente&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi_jqTniObVAhUTziYKHZX-AqoQ6AEIKTAB#v=onepage&q=servicio%20al%20cliente&f=false
- Dutka, A. (16 de marzo de 2010). <http://www.granica.com>. Obtenido de <http://www.granica.com>: https://books.google.es/books?id=yC97p-PUhyoC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Etzel, H. (2014). *Gerencia de Servicio* (TERCERA EDICION ed.). Bogota: Ecoe ediciones.

Fernando, G. (2008). *Hiper satisfaccion del cliente*. Mexico: Panorama editorial S.A de C.V. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=f0th8fk8lgsC&oi=fnd&pg=PA9&dq=clasificacion+de+los+clientes&ots=pAQzNkrdAm&sig=7QQ2c9LOjixYjwRRCtnIRKE-7Gw#v=onepage&q=clasificacion%20de%20los%20clientes&f=false>

Figuroa. (2009). *Quien se llevo a mi cliente*. España.

Mario Tamayo, & Tamayo. (2003). *Proceso de Investigacion cientifica* (cuarta edicion ed.). Mexico: Limosa Noriega Editores. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/12235974/Tamayo-y-Tamayo-Mario-El-Proceso-de-la-Investigacion-Cientifica>

Morales, F. (19 de septiembre de 2012). *Conozca tres tipos de investigacion*. Obtenido de <http://www.creadess.org/index.php/informate/de-interes/temas-de-interes/17300-conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratoria-y-explicativa>

Pastrana, M. P. (2004). *Comunicacion y atencion al cliente*. Madrid: Editex.

Perez Fdez de Velasco, J. A. (2005). *Gestion de la calidad empresarial*. Madrid: Esic editorial. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=2ibhVMNE_EgC&oi=fnd&pg=PA2&dq=libros+de+atencion+al+cliente&ots=4dSyDJpqvn&sig=IOgNTqyK-aTJQQkQ9vu4EAkfsYI#v=onepage&q=libros%20de%20atencion%20al%20cliente&f=false

Salvador, L. A. (2017). *Servicio atencion al cliente administracion*. Bogota.

Sellriz. (19 de Septiembre de 2012). *Conozca tres tipos de investigacion*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web>

&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwj7q4GN6ebVAhVI2SYKHZi6COkQFgg5MAM&url=http%3A%2F%2Fwww.creadess.org%2Findex.php%2Finformate%2Fde-interes%2Ftemas-de-interes%2F17300-conozca-3-tipos-de-investigaci

Serna, G. H. (2006). *Servicio en la atención al cliente*. España.

Vivas, M. G. (2010). *Satisfacción de los clientes*. Buenos Aires Argentina.

Walker, & Stanton. (25 de octubre de 2006). *Calidad en el servicio al cliente*. Obtenido de www.editorialvertice.com:
https://books.google.es/books?id=M5yGtQ5m4yAC&printsec=frontcover&dq=servicio+al+cliente&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi_jqTniObVAhUTziYKHZX-AqoQ6AEIJTAA#v=onepage&q=servicio%20al%20cliente&f=false

Chris Denove , & James D. Powe. (2 de febrero de 2006). *satisfacción*. Bogota: Portfolio.

Blanchard, K., & Bowles, S. (2005). *Cientes incondicionales*. Bogota Colombia: Norma.

Couso, R. P. (2005). *Servicio al cliente ; La comunicación y la calidad del servicio en la atención del cliente* (1 edición ed.). España . Printed in Spain: Ideaspropias editorial S.L. Obtenido de
https://books.google.es/books?id=3hovRPM1Di0C&printsec=frontcover&dq=servicio+al+cliente&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi_jqTniObVAhUTziYKHZX-AqoQ6AEIKTAB#v=onepage&q=servicio%20al%20cliente&f=false

Dutka, A. (16 de marzo de 2010). <http://www.granica.com>. Obtenido de <http://www.granica.com>: https://books.google.es/books?id=yC97p-PUhyoC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Etzel, H. (2014). *Gerencia de Servicio* (TERCERA EDICION ed.). Bogota: Ecoe ediciones.

Figuroa. (2009). *Quien se llevo a mi cliente*. España.

Mario Tamayo, & Tamayo. (2003). *Proceso de Investigacion cientifica* (cuarta edicion ed.). Mexico: Limosa Noriega Editores. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/12235974/Tamayo-y-Tamayo-Mario-El-Proceso-de-la-Investigacion-Cientifica>

Morales, F. (19 de septiembre de 2012). *Conozca tres tipos de investigacion*. Obtenido de <http://www.creadess.org/index.php/informate/de-interes/temas-de-interes/17300-conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratoria-y-explicativa>

Pastrana, M. P. (2004). *Comunicacion y atencion al cliente*. Madrid: Editex.

Perez Fdez de Velasco, J. A. (2005). *Gestion de la calidad empresarial*. Madrid: Esic editorial. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=2ibhVMNE_EgC&oi=fnd&pg=PA2&dq=libros+de+atencion+al+cliente&ots=4dSyDJpqn&sig=IOgNTqyK-aTJQQkQ9vu4EAkfsYI#v=onepage&q=libros%20de%20atencion%20al%20cliente&f=false

Salvador, L. A. (2017). *Servicio atencion al cliente administracion*. Bogota.

Sellriz. (19 de Septiembre de 2012). *Conozca tres tipos de investigacion*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwj7q4GN6ebVAhVI2SYKHzi6COkQFgg5MAM&url=http%3A%2F%2Fwww.creadess.org%2Findex.php%2Finformate%2Fde-interes%2Ftemas-de-interes%2F17300-conozca-3-tipos-de-investigaci>

Serna, G. H. (2006). *Servicio en la atención al cliente*. España.

Vivas, M. G. (2010). *Satisfacción de los clientes*. Buenos Aires Argentina.

Walker, & Stanton. (25 de octubre de 2006). *Calidad en el servicio al cliente*. Obtenido de www.editorialvertice.com:

https://books.google.es/books?id=M5yGtQ5m4yAC&printsec=frontcover&dq=servicio+al+cliente&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi_jqTniObVAhUTziYKHZX-

[AqoQ6AEIJTAA#v=onepage&q=servicio%20al%20cliente&f=false](https://books.google.es/books?id=M5yGtQ5m4yAC&printsec=frontcover&dq=servicio+al+cliente&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi_jqTniObVAhUTziYKHZX-AqoQ6AEIJTAA#v=onepage&q=servicio%20al%20cliente&f=false)

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

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

CERTIFICO:

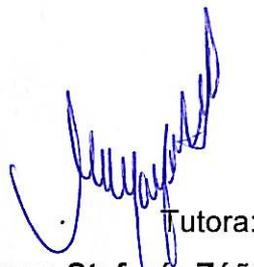
Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: "Propuesta de mejora para el servicio que brinda el (GAD) gobierno autónomo descentralizado del cantón Vinces en el área de rentas, durante el periodo 2017" y problema de investigación: ¿Cómo incide el servicio que brinda el (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces en el Área de Rentas, durante el periodo 2017?, presentado por Karla Yuleidy Zárate Yela como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA 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.

Karla Zárate Y.
Egresada:

Zárate Yela Karla Yuleidy


Tutora:

Ph. D. Mireya Stefania Zúñiga Delgado

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo ,Karla Yuleidy Zárate Yela en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación Propuesta de mejora para el servicio que brinda el (GAD) Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Vinces en el Área de Rentas, durante el periodo 2017, de la modalidad de presencial 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/autorizamos 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.

Zárate Yela Karla Yuleidy

Nombre y Apellidos del Autor

Karla Zárate Y.

Firma

No. de cedula: 1207096304



Nota: La presente cláusula de autorización, con el correspondiente reconocimiento de firma se adjuntará al original del trabajo de titulación como una página preliminar más.

REPÚBLICA DEL ECUADOR
 DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL,
 IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

CÉDULA DE CIUDADANÍA
 APELLIDOS Y NOMBRES
ZARATE YELA KARLA YULEIDY
 LUGAR DE NACIMIENTO
LOS RIOS VINCES
 FECHA DE NACIMIENTO **1997-05-23**
 NACIONALIDAD **ECUATORIANA**
 SEXO **F**
 ESTADO CIVIL **SOLTERO**

Nº **120709630-4**





INSTRUCCIÓN **BACHILLERATO** PROFESIÓN / OCUPACIÓN **ESTUDIANTE** V4443V4442

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE **ZARATE GUERRERO PEDRO MANUEL**

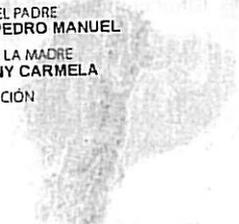
APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE **YELA VALENCIA FANNY CARMELA**

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN **BABAHOYO 2015-12-14**

FECHA DE EXPIRACIÓN **2025-12-14**

Karla Zarate Y.

IMP. 15 10 342 10




000648207

DIRECTOR GENERAL

FIGURA DEL CEDULADO

CERTIFICADO DE VOTACIÓN
 ELECCIONES GENERALES 2017
 2 DE ABRIL 2017

077 JUNTA No. **077 - 074** NUMERO **1207096304** CÉDULA

ZARATE YELA KARLA YULEIDY
 APELLIDOS Y NOMBRES

LOS RIOS PROVINCIA **VINCES** CANTÓN **VINCES** PARROQUIA

CIRCUNSCRIPCIÓN: **ZONA 1**





ECUADOR ELIGE CON TRANSPARENCIA

ELECCIONES 2017
 GARANTIZAMOS TU DECISIÓN

CIUDADANA (O):

ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED SUFRAGÓ EN LAS ELECCIONES GENERALES 2017

ESTE CERTIFICADO SIRVE PARA TODOS LOS TRÁMITES PÚBLICOS Y PRIVADOS

Karla Zarate
 F) PRESIDENTA DE LA JRV

IMP. IGM MJ



CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Karla Zarate Y.

Número único de identificación: 1207096304

Nombres del ciudadano: ZARATE YELA KARLA YULEIDY

Condición del cedulado: CIUDADANO

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

Fecha de nacimiento: 23 DE MAYO DE 1997

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: ZARATE GUERRERO PEDRO MANUEL

Nombres de la madre: YELA VALENCIA FANNY CARMELA

Fecha de expedición: 14 DE DICIEMBRE DE 2015

Información certificada a la fecha: 11 DE DICIEMBRE DE 2017

Emisor: LIZETH CAROLINA SANCHEZ BAZANTES - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 11 - GUAYAS - GUAYAQUIL



N° de certificado: 174-076-86195



174-076-86195

Ing. Jorge Troya Fuertes
Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación
Documento firmado electrónicamente





Factura: 001-005-000006861



20170901011D02592

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20170901011D02592

Ante mí, NOTARIO(A) GONZALO XAVIER RODAS GARCÉS de la NOTARÍA DÉCIMA PRIMERA , comparece(n) KARLA YULEIDY ZARATE YELA portador(a) de CÉDULA 1207096304 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en VINCES, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de PETICIONARIO(A); quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede CLÁUSULA 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. GUAYAQUIL, a 11 DE DICIEMBRE DEL 2017, (14:50).

Karla Zárate Y.

KARLA YULEIDY ZARATE YELA
CÉDULA: 1207096304

NOTARIO(A) GONZALO XAVIER RODAS GARCÉS
NOTARÍA DÉCIMA PRIMERA DEL CANTÓN GUAYAQUIL



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 Alzate

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT

Luis Alzate

Firma

