



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**PROPUESTA DE UN SISTEMA DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA
INSTITUCION PÚBLICA DEL REGISTRO CIVIL
DE LA AGENCIA SUR EN GUAYAQUIL**

Autor: Pazmiño Hurtado Julio Alberto

Tutor: Ing.Com. Marlo Antonio López Perero Mba.

Guayaquil, Ecuador

2021



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**PROPUESTA DE UN SISTEMA DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA
INSTITUCIÓN PÚBLICA DEL REGISTRO CIVIL
DE LA AGENCIA SUR EN GUAYAQUIL**

Autor: Pazmiño Hurtado Julio Alberto

Tutor: Ing.Com. Marlo Antonio López Perero Mba.

Guayaquil, Ecuador

2021

DEDICATORIA

A mi madre por haberme forjado como persona que soy en la actualidad a mi esposa por ser la persona que me dio fortaleza para concluir mis estudios a mis hijas que son la parte más esencial que tengo en la vida.

Pazmiño Hurtado Julio Alberto

AGRADECIMIENTO

Agradezco al Instituto Superior Universitario Bolivariano de Tecnología por la formación académica brindada y permitirme formar como un profesional a los tutores por compartir sus conocimientos los cuales hoy los aplico en el ámbito laboral.

Pazmiño Hurtado Julio Alberto



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMRESARIALES Y SISTEMAS

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

TEMA:

**“Propuesta de un sistema de atención al cliente para la Institución
Pública del Registro Civil de la Agencia sur ubicada en Guayaquil”**

Autor: Pazmiño Hurtado Julio Alberto

Tutora: Ing. Com. Marlo Antonio López Mba.

Resumen

El interés por realizar estudios de usuarios data de las primeras décadas del siglo pasado, es hasta las dos últimas décadas que ha crecido el interés por estudiar la satisfacción de usuarios. Sin embargo, no se ha enfatizado que el sentido ontológico de nuestra disciplina es precisamente cubrir las expectativas que las comunidades de usuarios tienen. El objetivo de este trabajo es establecer la importancia que tienen los estudios de satisfacción dentro de las actividades de servicio público. Se abordan diversos temas: el sentido de los sistemas de servicios y de los estudios de la información; antecedentes y definición de satisfacción de usuarios; tendencias metodológicas, aplicación de la técnica de marco lógico, mediante la aplicación del método emperico, la observación directa se elaboró un árbol de problemas y objetivos con la aplicación de la técnica marco lógico, para identificar causas y efectos en búsqueda de solucionar el problema objeto de estudio.

Satisfacción

Del servicio

Ingresos



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA
FACULTAD DE CIENCIAS EMRESARIALES Y SISTEMAS**

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

TEMA:

**“Propuesta de un sistema de atención al cliente para la Institución
Pública del Registro Civil de la Agencia sur ubicada en Guayaquil”**

Autor: Pazmiño Hurtado Julio Alberto

Tutora: Ing. Com. Marlo Antonio López Mba.

Abstract

The interest in conducting user studies dates back to the first decades of the last century, it is up to the last two decades that the interest in studying user satisfaction has grown. However, it has not been emphasized that the ontological meaning of our discipline is precisely to meet the expectations that user communities have. The objective of this work is to establish the importance of satisfaction studies within public service activities. A number of topics are addressed: the meaning of service systems and information studies; background and definition of user satisfaction; methodological trends, application of the logical framework technique, through the application of the empirical method, direct observation was developed a tree of problems and objectives with the application of the logical framework technique, to identify causes and effects in search of solving the problem under study.

Satisfacción

From Service

Income

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:	Páginas:
CARATULA.....	i
TEMA	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	v
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN	vi
DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS.....	vii
CEDULA DE IDENTIDAD.....	viii
CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD.....	ix
CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT.....	x
Resumen.....	xi
Abstract.....	xii
ÍNDICE GENERAL.....	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xv
ÍNDICE DE TABLAS	xvi

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
Ubicación del problema en un contexto	1

Situación Conflicto	4
Delimitación del problema	6
Formulación del Problema	6
Evaluación del problema	6
Variable de la Investigación	7
Objetivo de la Investigación	7
Objetivos Específicos	7
Justificación e Importancia	7

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

Antecedentes Históricos	9
Antecedentes Referenciales	19
Fundamentación Legal	22
DEFINICIONES CONCEPTUALES	29

CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO

Datos de la empresa	32
Misión	35
Visión	35
Diseño de la Investigación	39
Población	42
Muestra	42
Tipos de Muestra	42
Métodos Teóricos	43
Técnicas e Instrumentos	44

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	49
ENTREVISTA.....	69
PROPUESTA	71
PLAN DE MEJORAS	71
Conclusiones	74
Recomendaciones.....	74

ÍNDICE DE FIGURAS

Títulos:	Páginas:
Figura 1 Organigrama Institucional	35
Figura 2 Género	51
Figura 3 Rango.....	52
Figura 4 Descripción del Servicio	53
Figura 5 Infraestructura	53
Figura 6 Cliente	55
Figura 7 Trámite	56
Figura 8 Tiempo	57
Figura 9 Calidad	58
Figura 10 Visita	59
Figura 11 Canales	60
Figura 12 Variación del Servicio	61
Figura 13 Clientes Internos (Género)	62
Figura 14 Edad.....	64
Figura 15 Procesos Internos.....	64

Figura 16 Función.....	65
Figura 17 Equipos	67
Figura 18 Alta Rotación	68
Figura 19 Satisfacción al Cliente	69

ÍNDICE DE TABLAS

Títulos:	Páginas:
Tabla 1 Personal de la agencia Sur.....	37
Tabla 2 Tipos de Investigación	41
Tabla 3 Universo	42
Tabla 4 Muestral	43
Tabla 5 Procedimiento	44
Tabla 6 Género	50
Tabla 7 Rango.....	51
Tabla 8 Descripción del Servicio	52
Tabla 9 Infraestructura	53
Tabla 10 Cliente	55
Tabla 11 Trámite	55
Tabla 12 Tiempo	56
Tabla 13 Calidad	57
Tabla 14 Visita	58
Tabla 15 Canales	60
Tabla 16 Variación del Servicio	61

Tabla 17 Clientes Internos (Género)	62
Tabla 18 Edad.....	63
Tabla 19 Procesos Internos.....	64
Tabla 20 Función	65
Tabla 21 Equipos	66
Tabla 22 Alta Rotación	67
Tabla 23 Satisfacción al Cliente	68

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto

Los términos sistemas de atención al cliente y sistemas administrativos se usan por lo general para describir las partes de una empresa (o de su sistema de información) que se dedican a la relación directa con el cliente y a la administración adecuada de la empresa, respectivamente.

Los sistemas de atención al cliente (a veces también llamados primera línea) se refieren a la parte frontal de la empresa, visible para los clientes y en contacto directo con ellos, por ejemplo, los equipos de marketing, de soporte al usuario o de servicio posventa.

A su vez, los sistemas administrativos hacen referencia a todas las partes del sistema de información a las que el usuario final no tiene acceso. Por lo tanto, el término abarca todos los procesos internos de la empresa (producción, logística, almacenamiento, ventas, contabilidad, gestión de recursos humanos, etc.).

En realidad, los sistemas administrativos y de atención al cliente no están completamente separados ya que los equipos a cargo de la relación con el cliente deben tener un mínimo de información sobre el proceso de producción del producto o de suministro del servicio de la empresa. A su vez, los sectores que se dedican al diseño de productos deben mantenerse informados sobre los problemas o necesidades a los que se enfrentan los

usuarios para volver a introducirse a un círculo de mejoramiento continuo. (Ceballos, 2013)

El servicio al cliente, actualmente es de gran importancia debido a la dirección que el mercado ha dado a la comercialización de los servicios y la trascendencia que dicho servicio tiene como elemento importante en la diferenciación de los negocios. En el mercado se encuentran en competencia todos los sectores económicos. Un factor que genera la diferencia es el servicio que se le brinde a los clientes, el cual, si es adecuadamente establecido y desarrollado se constituye en un elemento de competitividad, lo cual mejora el posicionamiento en el mercado de una organización. (Editorial, 2013)

En los momentos de crisis, como los actuales, es importante que las organizaciones garanticen la fidelidad y confianza de sus clientes, a través del ofrecimiento de mejores beneficios. Debido a todo ello, se consideró importante analizar los mecanismos que están empleando las empresas que buscan que el servicio al cliente sea su factor de diferencia, complementado con el conocimiento directo de la impresión que tiene el cliente respecto a dichas empresas. (Josh, 2006)

Todas estas perspectivas e inquietudes en torno a un tema de tanta actualidad y trascendencia para las empresas hoy, fue el tema central desarrollado en el trabajo de investigación titulado "Sistemas de servicio al cliente implementados en las empresas públicas, un análisis de su eficiencia en el logro de la satisfacción del cliente. En el cual se presentan los aspectos relevantes del servicio al cliente, teorías sobre su correcta gestión, la importancia de la calidad del servicio, lo cual sirve como base para comprender los sistemas que actualmente se utilizan para atender con excelencia a sus clientes. (Diago, 2021)

Un usuario es la persona o grupo de personas que tiene una necesidad de información y que utiliza o utilizará recursos o servicios de información para cubrirla, dicho así pareciera que es muy claro el objetivo de los profesionales de la información: planear, diseñar y proveer recursos y servicios de información. Hasta aquí estaremos realizando nuestra actividad, sin embargo, ¿nuestra actividad profesional representa nuestra esencia como disciplina?

La respuesta es que sólo representa una parte, el hacer de nuestra profesión, falta precisar la esencia, el ser de nuestra actividad, es decir, el sentido de nuestro hacer. Para llegar a él es menester precisar que no sólo haremos, nuestro hacer debe cubrir las expectativas y necesidades de ese sujeto que necesita, utiliza o utilizará la información, concretamente tendremos que satisfacer cabalmente sus necesidades. En su sentido más primigenio, satisfacer significa complacer un deseo, y por derivación satisfacción se entiende como la acción de satisfacer una necesidad o un deseo, el sentido de estos dos términos determina que nuestra esencia u ontología es complacer las necesidades de nuestros usuarios. (Castilo & Fernandez, 2015)

Los servicios públicos se han visto dañados en su concepto e imagen por muchos años, en los cuales no se tenía conciencia que los funcionarios públicos se deben a sus usuarios, aspectos que comenzó con el auge de las privatizaciones y las aperturas de mercados.

Las Instituciones públicas, que es el sujeto principal de esta investigación, no está exenta a esos cambios y es de hecho común escuchar algunas quejas de ciudadanos, usuarios de los servicios públicos; tales como: Falta de rapidez y orientación de los tramites que realizan, horarios pocos accesibles, instalaciones no adecuadas, insuficiente personal de atención al

usuario trato de discriminación entre las personas. (Aleman, Alonso, & Garcia, 2011)

Por lo tanto, es necesario investigar los aspectos relevantes de la atención al cliente actual, los servicios públicos de Instituciones europeas tienen que ser eficientes y proponer alternativas que procuren mejoras.

El Consejo Latinoamericano y del Caribe del Registro Civil, Identidad y Estadísticas Vitales (CLARCIEV) se crea en el 2005 como un organismo que agrupa a instituciones de registro civil de cada uno de los países de América Latina y el Caribe con el objetivo de brindar un espacio para el intercambio de experiencias en registro e identificación, y promover el apoyo entre las instituciones registrales para su fortalecimiento. (Clarciev, 2005)

El CLARCIEV cuenta con 21 países que América Latina y el Caribe los siguientes objetivos:

- Promover
- Promocionar
- Fomentar

Situación Conflicto.

El Registro Civil como Institución Pública del Ecuador quien nos resguarda la identidad de todos los ciudadanos y presta servicios de identificación a las con entidad que fue creada hace muchos años tiene la obligación de dar servicios de calidad y calidez como toda Institución Pública no debe brindar.

En los últimos tres años se observa una inasistencia de usuarios a las instalaciones del registro civil del sector sur de la ciudad de Guayaquil, a pesar de constar con amplias y modernas instalaciones, la concurrencia de prestadores de los diferentes servicios que oferta esta institución.

Aplicando la técnica de marco lógico, mediante la observación directa se desarrolló un árbol de problemas para identificar causas y efectos y un árbol de objetivos para buscar posibles soluciones los mismos se encuentran en anexos.

En el entorno se observa una alta tasa por la inadecuada estructura del sistema de atención al cliente lo que provoca insatisfacción del usuario en la institución pública del registro civil de la agencia sur ubicada en el Cantón Guayaquil, provincia del Guayas, en el año 2020. La reducida confianza de la comunidad, la alta deserción y entrega de información a destiempo es provocado por la limitada capacitación del personal, por el desinterés del personal y por el limitado aprovisionamiento de recursos económicos, además se presta atención a la alta deserción de personal que conlleva a la desconfianza en el asesoramiento por el desconocimiento de los procesos a cumplir esto es generado por el inadecuado proceso de selección, dado el desconocimiento de los procesos de contratación por la reducida profesionalización del personal.

Por último la reducción en la frecuencia de asistencia a usuarios dada la pérdida de la imagen institucional y la escasa difusión de nuevos servicios esto es provocado por el nulo mejoramiento del desempeño por el alto cambio del personal directivo y el desconocimiento de políticas económicas, todo lo antes indicado conduce al problema objeto de estudio inadecuada de estructura del sistema de atención al cliente, provoca insatisfacción del usuario de la Institución Pública del Registro Civil de la Agencia sur ubicada en el cantón Guayaquil, provincia del Guayas, en el año 2020

Causas

Limitada capacitación del personal

Inadecuado proceso de selección

Reducido monitoreo del desempeño

Efectos

Entrega de información a destiempo

Atta. deserción del personal

Nulo mejoramiento del desempeño,

Inadecuada estructura del sistema de atención al cliente, provoca insatisfacción del usuario de la Institución Pública del Registro Civil de la Agencia sur ubicada en el cantón Guayaquil, provincia del Guayas, en el año 2020

Delimitación del problema

Campo: Administrativo

Área: Atención al cliente

Aspecto: Satisfacción al usuario

Tema: Propuesta de un sistema de atención al cliente para la Institución Pública del Registro Civil de la Agencia sur en Guayaquil.

Formulación del Problema

¿Cómo estructurar un sistema de atención al cliente para la satisfacción del usuario de la Institución Pública del Registro Civil de la Agencia sur ubicada en el cantón Guayaquil, provincia del Guayas, en el año 2020?

Evaluación del problema.

Delimitado. - Inadecuada estructura del sistema de atención al cliente, provoca insatisfacción del usuario de la Institución Pública del Registro Civil de la Agencia sur ubicada en el cantón Guayaquil, provincia del Guayas, en el año 2020.

Claro. – Como se observa el pateamiento del problema es claro por qué sus variables independiente y dependiente se identifican claramente, tiene su espacio geográfico identificado, así como también su delimitación temporal

Evidente. – El problema es evidente ya que constantemente los usuarios desisten de culminar sus trámites y emiten erróneos criterios de la institución

Variable de la Investigación

Variable independiente: Sistema de atención al cliente

Variable dependiente: Satisfacción al usuario

Objetivo de la Investigación:

Objetivo General

Desarrollar un sistema de atención al cliente para la satisfacción del usuario de la Institución Pública de Registro Civil de la Agencia sur ubicada en el cantón Guayaquil.

Objetivos Específicos

- Revisar las teorías que fundamentan a la administración y los sistemas de atención al cliente que se relacionan con la satisfacción del usuario de las Instituciones Públicas.
- Realizar el diagnóstico de la situación actual del sistema de atención al cliente que se aplica en la Institución Pública del Registro Civil de la Agencia sur ubicada en el cantón Guayaquil.
- Diseñar el sistema de atención al cliente que permita la satisfacción del usuario de la Institución Pública del Registro Civil de la Agencia sur ubicada en el cantón Guayaquil.

Justificación e Importancia

Se considera importante analizar ambos tipos de clientes ya que los clientes internos en la medida en que ofrezcan un buen servicio dentro de la empresa, estos ofrecerán un buen servicio fuera de ella. Pues los clientes internos tratarán a los clientes externos de la misma manera como ellos fueron tratados y a su vez los clientes externos al tener un trato personalizado y de excelencia se sentirán deleitados e ingresarán sus negocios a la empresa lo que provocará un incremento en las ventas. (Blanco, 2008)

La necesidad de realizar una revisión de los niveles de satisfacción que tienen los usuarios internos y externos con respecto a la calidad del servicio que prestan las diferentes áreas aplicando un instrumento que mida la distancia entre sus expectativas y percepciones, permitirá que se desarrolle políticas de formación, comunicación y retroalimentación capaces de crear un clima laboral positivo que podrá ser comprobable mediante la satisfacción de sus asesores productores de la entidad pública (Palomo, 2014)

Del mismo modo podrá servir como punto de partida para su autoevaluación respectiva y tomar las medidas correctivas necesarias para que sean orientados hacia la mejora continua, se puede llegar a la consecución de las metas fijadas por la empresa.

Se aportará conocimientos para que los directivos opten por invertir en el crecimiento de su personal mediante la capacitación, permitiendo mejorar la calidad de servicio y enfocarse en los clientes externos, se promoverá a través de la creación de planes de acción incentivar la fidelidad y el aumento de su producción en la empresa.

Entre los beneficios relevantes se puede mencionar que se harán propuestas de mejora para optimizar los procesos, mejorar el ambiente laboral bajo el cual se desarrollan sus empleados, incrementar el porcentaje de ventas y con esto existirá un crecimiento económico en la organización.

Además, el tema de estudio aportará como referente para otras empresas que requieran realizar un análisis de calidad de servicio interno para la mejora de sus procesos y externos para la satisfacción de sus asegurados

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes Históricos

Servicio al cliente, es una filosofía de trabajo orientada a buscar la satisfacción de los clientes o consumidores, bajo el lema “el cliente siempre tiene la razón. La filosofía de servicio al cliente busca orientar los esfuerzos de la organización a la satisfacción de las necesidades de consumidores y usuarios, manteniendo una comunicación cercana y directa, así como una imagen de servicio calidad y postventa. El servicio de atención al cliente no debe limitarse a un buen trato mientras se realiza una venta, sino que trasciende e involucra actividades y operaciones antes y después de la prestación del servicio o venta del bien. (Brown, 2012)

Un buen servicio al cliente implica esfuerzos de investigación de mercados y mercadotecnia para prever las tendencias del cliente y alinear las actividades al cumplimiento de esos requerimientos, mercadear los productos y servicios en total sintonía con las necesidades del consumidor y mantener un trato siempre cercano. 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 satisficiera una necesidad. Karl Albrecht habló en los años ochenta de la “Revolución del Servicio”, del despertar del cliente concientizado de sus derechos. (Diago F. F., 2012)

Se da el desarrollo de la educación, cultura, seguridad. En la sociedad aparecen formas de satisfacción de las necesidades de educación, protección, seguridad, cultura, como fundamento de la interrelación del servicio. Estructuras de calidad y servicio. Bases para la construcción de las celdas de trabajo. Uso del control escrito y testimonial “la responsabilidad no

puede ser transferida” encontrado en el código Hammurabi. (Tate & Josh, 2006)

Edad Media (477 – 1453): Desde la caída del Imperio romano de Occidente (siglo V) hasta la caída del Imperio romano de Oriente. Nuevos esquemas de productividad y tecnología. Desarrollo del sector de la educación. Desarrollo del cliente a partir de la comercialización. Surgimiento de las ferias de intercambio de productos en los cruces de camino. Aparición del sector del hotelería con prestación de servicios de alimentos. Mejoramiento en la prestación de servicio terrestre al establecer alternativas y rutas para las regiones apartadas. Desarrollo de sector transporte, en especial el marítimo y terrestre.

Edad Moderna (1454 – 1789): Se toma como hitos que marcan su comienzo la Imprenta, la toma de Constantinopla por los turcos o el descubrimiento de América; como final, la Revolución francesa, la Independencia de los Estados Unidos de América.

La década de los setenta incluyó a los aparatos electrónicos en la filosofía del servicio al cliente, especialmente el uso de escáner y sistemas de códigos de barras para estandarización de los procesos de producción, despacho y trazabilidad en mejora de la logística y los tiempos de respuesta a los clientes. Agencias como el Instituto de Calidad de Servicio, han proporcionado capacitación en el servicio al cliente desde 1972, desarrollando seminarios, libros, videos y otras publicaciones orientadas a la capacitación y divulgación de las mejores prácticas en el ámbito.

A finales de los ochenta, la proliferación del Internet, permitió la sofisticación de los dispositivos de seguimiento y comunicación en línea, así como las encuestas en sitios web, las cuales, también ganaron popularidad.

Durante la década de los noventa, las compañías se enfocaron más en retribuir a sus clientes, llevando a cabo promociones por su lealtad. Aerolíneas, hoteles, empresas financieras, de seguros, tiendas por departamentos y otras cadenas de servicios, crearon sus sistemas de fidelización, en un afán por ganar mercado bajo la filosofía de atención al cliente, cercanía y calidad en servicio duradera en el tiempo. Puntos de bonificación en las tarjetas de crédito, sistemas de descuentos, ofertas de dinero en efectivo, millas de viajero frecuente, fueron sólo algunas de las de las promociones implementadas por las empresas para incrementar las ventas bajo el lema de calidad de servicio al cliente. (Cottle, 2011)

En la primera década de este siglo, un Internet cada vez más robusto y masificado, proporcionó la plataforma para dar mayor seguimiento y mejores oportunidades para que las compañías para optimizar su servicio al cliente. Con los avances tecnológicos tanto clientes como empresas tienen amplias y variadas oportunidades de estar comunicados entre sí. En los actuales tiempos es obligatorio para las empresas disponer de canales directos de comunicación e intercambio para un servicio al cliente inmediato y asertivo. Chat, correo electrónico, atención telefónica las 24 horas del día, sitios web, redes sociales, blogs, encuestas en línea y dispositivos de medición continua y en tiempo real de la satisfacción del cliente son tácticas que toda empresa debe implementar si desea competitividad y crecimiento.

Por años, el popular adagio "El cliente siempre tiene la razón" ha dominado los mercados minoristas. Desde la década de los noventa, una nueva tendencia se ha venido consolidando, que coloca al cliente y sus necesidades como el centro de todas las decisiones de negocios. Se trata de la filosofía del servicio al cliente. La Organización Internacional de Normalización (ISO, por sus siglas en inglés) se formó en Ginebra, Suiza, en 1946 fijó estándares para el servicio al cliente. La primera reunión en Londres, ese mismo año atrajo a un total de 65 asistentes institucionales y corporativos de 25 países.

Un cliente satisfecho es un cliente feliz, es aquel que volverá por nuestros productos y servicios una y otra vez, aquel que divulgará entre sus amigos y contactos una imagen positiva de tu empresa, ¡es publicidad gratis y de las más efectivas. Estudios que soportan los programas de fidelización basados en el servicio al cliente, reconocen que es más barato mantener un cliente que captarlo. Según una publicación realizada por Forbes en febrero de 2013, mantener a un cliente existente cuesta 7 veces menos que adquirir uno nuevo. Conocer las expectativas, gustos y tendencias de nuestros clientes, es decir, saber lo que el cliente opina, piensa o quiere; es fundamental para lograr su satisfacción y con ello permanencia y seguridad de nuestro negocio, es un pilar fundamental de la filosofía del servicio al cliente. (Fornell, 2008)

La evolución del servicio al cliente ha tenido grandes cambios a lo largo de las últimas décadas, ya que esta evolución depende de los avances tecnológicos que nos facilitan o cambian la manera de comunicarnos.

Castilo & Fernandez, (2015) 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 individualización y amabilidad.

Por otra parte, el teléfono tuvo el dominio de este servicio en un comienzo, medio de comunicación que hizo más fácil y rápida la manera de comunicarnos, acortando distancias y aumenta la satisfacción. Luego, logo, la Internet y su medio de comunicación, el correo electrónico, nos permitió expresar por escrito todo inconveniente o procesos, con la Certeza que obtendremos una respuesta; edemas, nos permitió registrar la mesa de comunicación. (Mariño, 2003)

Con el apogeo que tuvo la Internet, a principios de los 2000, muchos clientes esperaban contar con una carta de presentación de la organización para exhibir los productos y servicios en lo que conocemos como “página web”. Este nuevo medio recortó tiempo de búsqueda de los usuarios para obtener los productos necesarios, las preguntas frecuentes se vuelven más específicas y orientadas a su producto o servicio, reduciendo el ciclo de contacto y relación con cada cliente. Con la necesidad de obtener una respuesta instantánea, a esta evolución del servicio al cliente se sumó “el chat en línea”, con el objetivo de resolver dudas lo más rápido y eficientemente posible para retener clientes y aumentar la satisfacción del usuario con el servicio prestado. (Editorial C. , 2019)

Le sigue la importancia de los “móviles”, dispositivos que se vuelven cada vez más significativos, por la personalización, trayendo nuevas maneras de comunicación entre usuario y organización, ya que es más fácil y rápido. La última etapa, hasta ahora, en la evolución del servicio al cliente son “los medios sociales”, donde encontramos clientes activos que preguntan y

exigen un mejor servicio. Esta nueva etapa ha “obligado” a todas las organizaciones a adoptar varios canales sociales y a esforzarse para evitar un “voz a voz” negativo. A continuación, le compartimos una infografía de servicio al cliente en medios sociales. (Awad, 2006)

Con el inicio del siglo XIX, el General Eloy Alfaro presento un proyecto de ley ante el Congreso Nacional tendiente a regular el Registro de matrimonio civiles, nacimientos y defunciones. El mismo fue aceptado, dando lugar a la expedición de la primera Ley de Registro Civil, publicada en el Registro Oficial N° 1252 del 29 de octubre del mismo año.

En todas las Instituciones se habla de atención al cliente y las Importancia que tiene ofrecer un buen servicio para eso se debe plantear una estrategia adecuada que nos pueda generar un servicio de alta calidad creando buenas relaciones humanas, tanto dentro de la empresa como con los clientes

Si bien la satisfacción del cliente está en boca de todos los vendedores, no siempre ha sido objeto de atención. Para entender de qué se trata esta opinión, volvamos a la Revolución Industrial (1820-1840). Antes de la Revolución Industrial, los bienes eran provistos por pequeñas empresas. Los costos de producción fueron superiores a los de las producciones en masa (enciclopedias). Como resultado, los consumidores pagarían un alto precio por los productos, haciendo que estos últimos sean asequibles para una minoría. Con la introducción de la producción en masa y las economías de escala, los precios son más asequibles, dirigida a una audiencia más grande (con situaciones de ingresos más bajos). Entre los pioneros de esta revolución se encuentra el más famoso de ellos, Henry Ford, que hizo accesible el Ford Model T a los mejores de América. (Blanco P. A., 2013)

Hacer felices a los clientes parece ser lógico, pero, como muestra la historia, no siempre ha sido objeto de atención. Las empresas ahora han entendido que el éxito de su negocio está fuertemente relacionado con el grado de satisfacción de sus clientes. Clientes felices significan clientes leales y

negocios en crecimiento. Si bien la importancia de la opinión de los clientes es innegable, ¿qué estrategias deberían implementarse para garantizar su producto y servicio a las expectativas de sus clientes?

Antes de abordar cómo debemos evaluar y analizar la satisfacción del cliente, comencemos con una breve definición del concepto en cuestión. La satisfacción del cliente se puede definir como el sentimiento o la actitud del cliente hacia un producto, una empresa o un servicio prestado por una empresa. La satisfacción aparece cuando las necesidades o expectativas del cliente se han cumplido y es clave para la fidelización de clientes. Este cumplimiento puede basarse en factores tangibles (por ejemplo: calidad de un producto, retraso en la entrega) o factores intangibles (por ejemplo: el comportamiento de su personal hacia el cliente). (Peiro, Jose, & Martinez Tur, 2011)

En ese momento, y hasta la década de los 80, las empresas centraron sus esfuerzos en optimizar la producción y la distribución. El tema clave: producir el mejor producto con el menor costo. Pero en los años 80, las mentalidades empezaron a cambiar. Las empresas podían producir los mismos productos que sus competidores, al mismo precio o incluso más baratos. La famosa USP (Unique Selling Proposition), que define la ventaja competitiva de un producto en comparación con otros, se dio la vuelta. La oferta de productos y servicios quedó poco clara. Y los clientes entraron en una niebla espesa: ¿cómo elegir el mejor producto, con la mejor relación calidad-precio? Difícil de decir.

Las empresas no tuvieron más remedio que satisfacer las necesidades de sus clientes para generar ideas para su producto o servicio. Comenzaron a hacer cuestionarios en papel destinados a medir información sobre la satisfacción de sus clientes. Gracias al avance de las nuevas tecnologías y al uso generalizado de Internet, la investigación de satisfacción del cliente basado en la web se abrió camino en el mercado empresarial. Las encuestas

de satisfacción del cliente se podrían realizar a una escala mayor, la recopilación de datos es más rápida y eficiente que antes.

Pero, por cierto, ¿dónde se almacenaron todos estos datos? ¿Y cómo se analizaron? Está vinculado, como tu habrás entendido, a la llegada de las soluciones de gestión de Relación Cliente, o software CRM. La definición de CRM está completamente centrada en el cliente: permite encuestas de satisfacción del cliente, recopilación de datos y fácil análisis mediante herramientas de inteligencia de negocios (BI). Hoy en día, el papel de los estudios de satisfacción del cliente es esencial. Ellos representan el 7% del mercado mundial de investigación, lo que la convierte en la categoría más grande, según Visión Critic (artículo en inglés).

Sobre la base de la historia del CRM y del enfoque centrado en el cliente, se puede concluir que la satisfacción del cliente se ha utilizado para redefinir su USP, para destacar entre la multitud y superar a tus competidores. ¿Pero quién dijo que la opinión de tus clientes sería rentable?

La investigación de Paul Williams y Earl Naumann ha demostrado que existe una correlación entre la satisfacción del cliente y el desempeño financiero de una empresa. Incluso dicen: “Hay fuertes vínculos entre la satisfacción del cliente, la lealtad y el volumen de negocios “.

Ahora que hemos visto la importancia de un enfoque centrado en el cliente, ¿cómo podemos estar seguros de que los clientes están contentos? Existe una gran cantidad de herramientas para medir la satisfacción del cliente. Sin embargo, según McKinsey, la satisfacción del cliente viene, en una palabra: consistencia. Por lo tanto, para ofrecer esta consistencia, debes tener en cuenta estos elementos tan pronto como defina su estrategia de Relación Cliente.

Entre las métricas para medir la satisfacción del cliente, hay una que se destaca; es el Net Promoter Score (NPS). Mide el nivel de prescripción de tus clientes: ¿son promotores o detractores de tu marca, tus productos? Este puntaje se puede medir en cada etapa del viaje del cliente: visita de la web, acceso a las preguntas frecuentes, recepción de un presupuesto, contacto con el servicio al cliente. En cada etapa, el cliente experimenta diferentes emociones que influyen en su percepción de la experiencia que está viviendo, y por tanto su satisfacción. también explica que medir la satisfacción del cliente en el camino de compra es un 30% más efectivo que medir la satisfacción. (Dominguez & Munoz, 2010)

Concretamente, recoja la opinión de tus clientes en cada etapa para tener una visión global de su nivel de satisfacción. Pregunta a tus clientes que acaban de comprar en tu sitio lo que pensaron sobre la organización del sitio, los métodos de pago propuestos. Luego, cuando recibieron su paquete, pregúnteles si los tiempos de entrega tienen se han respetado, si el producto cumple con sus expectativas ... Finalmente, si llaman a su servicio postventa, pregúnteles si el problema se resolvió o si necesitan ayuda para otra cosa. Por lo tanto, habrás identificado el todo el viaje del cliente.

Cada compañía debe determinar su USP y la USP de cada uno de sus productos. Esta es una gran ayuda para tener éxito en salir de la masa de competidores. Y, por supuesto, hágales saber acerca de tus clientes y prospectos. No hace falta decir que, para generar la satisfacción del cliente, debes cumplir tus promesas. Por ejemplo, Qatar Airways ha construido su imagen de marca ofreciendo una experiencia de lujo a sus clientes en todo momento. Este es un gran éxito hoy porque la aerolínea cumple sus promesas al ofrecer servicios de calidad a todos los viajeros. Por lo tanto, incluso alguien que nunca ha volado con Qatar Airways sabe que la compañía ofrece una relación privilegiada y Premium con el cliente.

Si deseas escuchar lo que el cliente tiene que decirte (y lo recomendamos encarecidamente), prepárate para transformar tus procesos y tu organización interna. De hecho, los clientes nunca tienen miedo de decirte la verdad, de decirte lo que realmente piensan de ti. El cliente es el rey, y él lo sabe bien. Así que cuando hagan comentarios, prepárate para el cambio. Porque, si no cambias nada, decepcionarás a tus clientes que se tomaron el tiempo para dar su opinión. Por lo tanto, es hora de poner en práctica una política de gestión del cambio. (Blanco, 2013)

Si bien el enfoque en el cliente está ahora en el corazón de todas las estrategias comerciales, no siempre fue así. La mejor comprensión de las expectativas de los consumidores permite a las empresas definir su ventaja competitiva para sobresalir. El desarrollo de herramientas de CRM apoya a las empresas en la gestión de las relaciones con los clientes y les permite llevar a cabo encuestas de satisfacción del cliente a gran escala. Para que todo funcione y para que el consumidor tenga una experiencia positiva, las marcas deben garantizar la coherencia de todas sus acciones a lo largo del viaje del cliente. (Canela, 2003)

El servicio de atención al cliente, o simplemente servicio al cliente, es el que ofrece una empresa para relacionarse con sus clientes. Es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece la empresa con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. Se trata de una herramienta de mercadeo que puede ser muy eficaz en una organización si esta responde a ciertas políticas institucionales. (Maciá & Gosende, 2013)

En el servicio de atención al cliente podemos encontrar lo que es la fidelización de los clientes, la cual consiste en hacer que el cliente se vuelva habitual, para lograr esto se aplican una serie de estrategias y técnicas de marketing. Para que los clientes se vuelvan habituales debemos ofrecer un buen producto y tener una buena calidad de servicio, para esto hay que

aplicar unos componentes: confiabilidad, accesibilidad, seguridad, y empatía. Si se logran estos componentes, es muy seguro que el cliente se vuelva habitual y la empresa obtenga beneficios.

El servicio al cliente no sólo atiende las expectativas del comprador, pues igualmente el cliente interno, dentro de la cadena cliente-proveedor interna, requiere de un servicio que permita sincronizar la gestión del cliente que está dentro de una organización con el que está afuera. Dicho de otra forma: si quieres mejorar el servicio al cliente externo, primero debes mejorar el servicio al interno, pues este soporta los procesos que permiten al comprador lograr la satisfacción con el bien o servicio adquirido.

Para lograr lo anterior, toda organización precisa capacitar a todo su equipo humano, a fin de desarrollar las competencias necesarias para dotarlos de los conocimientos (Forum, 2012)

Antecedentes Referenciales

Vera, Reyes Erika Lorena, (2017) Estudio para el fortalecimiento de la prestación del servicio a los usuarios del registro civil del Cantón Milagro. Memoria para optar por el Título de Ingeniera Comercial. Facultad de Ciencias Administrativas. Universidad de Guayaquil, Ecuador.

La presente investigación analiza los factores que afectan la baja calidad de los servicios en el registro civil del cantón Milagro se pudo evidenciar que el servicio que brindaban en los módulos, no era el correcto para esto requiere un plan en el que se pueda mejorar el servicio de manera eficaz y eficiente hacia el usuario.

El propósito de esta investigación es fortalecer el servicio en el Registro Civil, debido a la importancia que tiene la atención del mismo; por lo tanto, los resultados obtenidos a través de esta investigación permitirán gestionar sus actividades con mayor eficiencia, mejorar las políticas y plantear las

estrategias referentes al servicio que la institución ofrece, pilares fundamentales para lograr los objetivos y metas contribuyéndolo de esta manera, al logro efectivo de la calidad de atención al usuario.

Canela, (2003) Optimización de los recursos institucionales del registro civil para su autosostenibilidad económica. Memoria para optar al Título de Magister en Auditoria y Finanzas. Dirección General de Posgrados. Universidad Tecnológica Equinoccial. Ecuador

La Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación es un órgano del Estado Ecuatoriano, cuya misión se fundamenta en uno de los requerimientos básicos de toda sociedad, la identificación de sus ciudadanos.

En efecto, todo grupo humano tiende rápidamente a individualizar a cada uno de sus miembros, sus características y generar información que permita asegurar pertenencia. Esto se observa desde la antigüedad, donde el proceso de identificación de los ciudadanos se ha considerado una tarea necesaria, encomendada directamente por los gobernantes.

La actividad de identificación de las personas y ciudadanos es un rol ineludible del Estado, y normalmente se acomete mediante organismos únicos, que detentan el monopolio de la identificación de los individuos en una sociedad.

La razón de esta estructuración única y monopólica del rol de identificación ciudadana, radica en que se hace necesario tener un solo origen de los datos, de modo de evitar duplicidades, suplantaciones y otras prácticas de perjuicio penal para los ciudadanos, que son las que precisamente se quiere controlar con los procesos de registro de hechos y actos.

Vélez, Cañarte Sandy Angelica (2015) "Investigación sobre la coincidencia e inscripción tardía en adultos mayores de la división de la Isla Trinitaria, parroquia Ximena del cantón Guayaquil, para desarrollar una campaña comunicacional, de concienciación en los adultos mayores". Remembranza para optar el título de Licenciatura en Comunicación social, Facultad de Comunicación Social, Universidad de Guayaquil, Ecuador.

El actual trabajo de titulación: "Indagación sobre la identidad e inscripción tardía en adultos mayores del sector de la Isla Trinitaria, parroquia Ximena del cantón Guayaquil, para desarrollar una campaña comunicacional, de concienciación en los adultos mayores". El contemporáneo trabajo pretende analizar la problemática que en este momento brota por la falta de identidad en los adultos mayores del sector de la Isla Trinitaria; está cimentado en el hecho de crear conciencia en los habitantes del sector, pertenecientes al cantón Guayaquil, los propios que se encuentran ubicados en la parroquia Ximena, donde existe inconvenientes por falta de identidad en los adultos mayores.

Por sus particularidades es documental. Se partió de investigaciones recopiladas en las fuentes bibliográficas distinguidas para determinar las graves consecuencias que ocasiona la no identidad en adultos mayores, para lo cual se aplicó los subsiguientes métodos: no experimental, descriptivo de campo. Aplicados temporalmente se especifican como un estudio transversal, por cuanto se analizaron datos dirigidos al estudio en el presente trabajo.

La complacencia o un sistema de atención al cliente es importante y se mide la dependencia que existe entre el cliente interno y externo determinando los principales problemas y sugerir posibles soluciones reformar y mejorar las relaciones con los consumidores con las instituciones. Se debe ejecutar un estudio tanto del cliente Interno como externo para establecer la satisfacción del cliente los parámetros analizados son: puestos de trabajo, ambiente de

trabajo, comunicación y coordinación, capacitación, motivación y reconocimiento.

La investigación de este sistema de atención al cliente determina cuales son las causas que influyen en la satisfacción del cliente externo la respuesta en la atención calidad y calidez. Gavilanes y Ortiz (2009)

Fundamentación Legal

Las actividades productivas que desarrollan las instituciones públicas y privadas en la República del Ecuador están enmarcadas en lo que se establece en la constitución o carta magna del estado vigente (2008) plan nacional de Desarrollo y demás leyes pertinentes.

En la unidad quinta habla sobre los derechos a la educación, según los Art. 26 y 27 del buen vivir: Art. 26.- La educación es un derecho de los individuos a lo largo de su vida y un deber necesario e inexcusable del Estado. Establece un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el asunto educativo. (Semplades, 2008)

Según la nueva carta magna que entro en vigencia 2008 en su apartado 26 nos muestra, que es un derecho y deber inevitable de las personas la formación, esta hará prevalecer la igualdad e inclusión para el buen vivir de las personas, es por esto que el gobierno realiza concursos para otorgar becas en el exterior a los mejores estudiantes de los colegios. Este derecho y deber se debe aprovechar, ya que están dando oportunidades a todos los jóvenes, porque la universidad del estado es gratuita y el estado lo garantiza. (Semplades, 2008)

Art. 27.- La educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respeto a los derechos humanos, al medio ambiente sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez; impulsará la equidad de género, la justicia, la solidaridad y la paz; estimulará el sentido crítico, el arte y la cultura física, la iniciativa individual y comunitaria, y el desarrollo de competencias y capacidades para crear y trabajar. La educación es indispensable para el conocimiento, el ejercicio de los derechos y la construcción de un país soberano, y constituye un eje estratégico para el desarrollo nacional. (Semplades, 2008)

La Constitución garantizará el desarrollo de los derechos humanos, impulsando la igualdad de género, la ejecución de los derechos educativos que son para el ser humano irrenunciables. La educación que es un pilar fundamental para el desarrollo de las capacidades competitivas para el estímulo de ser un profesional de calidad.

Art. 28.- La educación responderá al interés público y no estará al servicio de intereses individuales y corporativos. Se garantizará el acceso universal, permanencia, movilidad y egreso sin discriminación alguna y la obligatoriedad en el nivel inicial, básico y bachillerato o su equivalente. Es derecho de toda persona y comunidad interactuar entre culturas y participar en una sociedad que aprende. El Estado promoverá el diálogo intercultural en sus múltiples dimensiones. El aprendizaje se desarrollará de forma escolarizada y no escolarizada. La educación pública será universal y laica en todos sus niveles, y gratuita hasta el tercer nivel de educación. (Semplades, 2008)

La educación siempre formará parte de cualquier tipo de emprendimiento, ya que es la base para que cualquier ser humano pueda lograr establecer el camino más óptimo para el desarrollo, por ende, no solo será una prioridad

gubernamental sino debe de ser un compromiso de cada persona que acceda a ella sin discriminación alguna.

Capítulo tercero

Art. 35.- Los individuos adultos mayores, niñas, niños y adolescentes, mujeres embarazadas, personas con imposibilidad, personas privadas de libertad y quienes padezcan de enfermedades catastróficas o de alta complicación, recibirán cuidado prioritario y especializado en los espacios público y privado. La misma atención prioritaria recibirán las personas en situación de riesgo, las víctimas de violencia familiar y sexual, maltrato infantil, calamidades naturales o antropogénicos. El Estado prestará específica protección a las personas en condición de doble debilidad. (Semplades, 2008)

La carta magna en el art. 35 concernientes a los derechos y atención prioritaria responderá los derechos de las personas vulnerables a su vez deberán recibir atención prioritaria en instituciones públicas o privadas.

Art. 36.- Las personas adultas mayores cogerán atención prioritaria y especialista en los ámbitos público y privado, en especial en los campos de inclusión social y económica, y amparo contra la violencia. Se considerarán personas adultas mayores aquellos individuos que hayan cumplido los sesenta y cinco años de edad. (Semplades, 2008)

En el artículo 36 deja claro que el cuidado es prioritario para los adultos mayores y se considera persona de tercera edad a las que tienen 65 años.

Art. 37.- El Estado responderá a las personas adultas mayores los siguientes Derechos 6. Exoneración del pago por costos notariales y registrales, de acuerdo con la ley.

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas: El derecho a la identificación personal y colectiva, que incluye tener nombre y apellido, debidamente registrados y libremente escogidos; y conservar, desarrollar y

fortalecer las características materiales e inmateriales de la identidad, tales como la nacionalidad, la naturaleza familiar, las manifestaciones espirituales, culturales, religiosas, lingüísticas, políticas y sociales.

En el año 2013 la DIGERCIC formula un boletín llamado “113 años de Historia” en el cual nos facilitan a conocer que la ley de Registro Civil se reforma y la modernización que se dió: Boletín - Quito, octubre 24 de 2013.

La trayectoria General de Registro Civil, Identificación y Cedulación cumple este 29 de octubre 113 años de vida corporativa. El General Eloy Alfaro Delgado, por entonces Presidente Constitucional de la República, esbozó al Congreso Nacional del período un Proyecto de Ley de Registro Civil. La propuesta fue aprobada y divulgada en el Registro Oficial No. 1252 el 29 de octubre de 1900. (Regisro, 2013)

Con el paso de la época la institución fue creciendo y ocupando nuevas competencias. Sin embargo, el mando poco técnico de la Institución significó una paralización y la entrega de servicios deficientes a los ciudadanos.

En 1975 se dio paso al proceso electrónico de datos y en 1976 se reforma la Ley Constitutiva de Registro Civil. Para el 2004 el Consejo Nacional de Modernización, CONAM, comienza un nuevo intento de reforma y modernización que no logra su objetivo. Es con la dirección del Presidente de la República, Rafael Correa Delgado, que el Registro Civil cobra un indiscutible y vigoroso impulso. El 9 de mayo del 2008 se expresó en emergencia a la institución a fin de superar la crisis, garantizar el derecho a la identidad de los ecuatorianos y dar paso a su renovación. (Regisro, 2013)

En el boletín nos presentan que la institución con el pasar de los años ha podido dar un mejor servicio a la ciudadanía, sin dejar de lado los protervos ratos que han tenido con el pasar de los años, en este momento es una

institución moderna y está tratando de dar lo mejor de sí teniendo ejes estratégicos.

De acuerdo a la ley de Registro Civil, Identificación y Cedulación tiene clara las funciones que realiza a continuación se cita.

Art. 1.- Funciones de la Dirección General.

Modificado por el Art. 14 de la Ley 125, R.O. 479, 26-IV-1983).- La Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación trabajará, como dependencia del Ministerio de Gobierno, en la capital de la república. Conciene a esta Dirección la celebración de matrimonios, la leyenda de los hechos y actos relativos al estado Civil de las personas residentes en el territorio de la república y de los ecuatorianos residentes en el exterior, y su identificación y cedulación. Tiene por propósito específico organizar dichas inscripciones, otorgar las cédulas de identidad y de identidad y ciudadanía. (Dirección, 1983)

Art. 2.- Del Director General. - La Trayectoria General de Registro Civil, Identificación y Cedulación estará representada administrativamente por el Director General. El Director General poseerá competitividad nacional y le corresponderá establecer, ejecutar, vigilar y, en general, administrar todos los asuntos referentes a la Dirección de Registro Civil, Identificación y Cedulación, así como las demás atribuciones y obligaciones señalados en la ley. Será de libre nombramiento y remoción del Ministerio de Gobierno.

Registro Civil y los derechos

El derecho de reconocer un nacimiento es la prueba del hecho y si bien la indagación contenida puede variar según los países, es básico que un acta de nacimiento incluya varios antecedentes como: fecha, lugar, sexo, nombre

y apellido del nacido y de sus padres y el nombre y apellido del registrador actuante. Con ello se prueba edad, nacionalidad y pertenencia a una familia. Cada legislación nacional establece obligaciones, deberes y derechos de todos los habitantes y el Registro Civil es un medio documental de prueba. Por ejemplo, quien no alcanza la mayoría de edad (18 años, en muchos países) no puede salir del país sin un “permiso de menor” y tampoco puede participar en las elecciones nacionales de acuerdo a las leyes actuales que se hallan en vigencia. (Semplades, 2008)

Art. 35.- Las personas mayores, niñas, niños y adolescentes, mujeres embarazadas, personas con incapacidad, personas privadas de libertad y quienes adolezcan padecimientos catastróficas o de alta complejidad, recibirán cuidado prioritario y especializado en los ámbitos públicos y privados. La misma atención prioritaria recibirán las personas en situación de riesgo, las víctimas de violencia doméstica y sexual, maltrato infantil, desastres naturales o antropogénicos. El Estado prestara especial protección a las personas en condición de doble vulnerabilidad.

Art. 38.- El Estado establecerá políticas públicas y programas de atención a las personas adultas mayores, que tendrán en cuenta las diferencias específicas entre áreas urbanas y rurales, las inequidades de género, la etnea, la cultura y las diferencias propias de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades; asimismo fomentara el mayor grado posible de autonomía personal y participación en la definición y ejecución de estas políticas (Semplades, 2008).

Conceptualización de variables

Sistema de atención al cliente. El término sistema de atención al cliente se puede entender como un proceso o como un software. En el primer caso es el proceso que permite que el cliente sea atendido con base en determinados estándares en cualquier canal. Además, es la primera línea de contacto

directo entre cliente y empresa y su objetivo es generar una mejora continua. En el segundo caso, un sistema de atención al cliente es un software en el cual se puede interactuar con los consumidores en los distintos canales de servicio que maneje su empresa para tratar sus consultas, dudas, comentarios y quejas. En el pasado la atención al cliente era de manera personal o telefónica, pero con el paso de los años la tecnología se hizo más presente en nuestras vidas y, prácticamente, es imposible huir de ella. Hoy en día el 86% de los consumidores prefieren pagar un poco más por los productos adquiridos, pero tener una mejor atención y experiencia. (Dueñas, 2015)

Pero para adaptarnos a los cambios generacionales se hace necesario tener un sistema que nos permita tener todos los datos al alcance de la mano e interactuar fácilmente en los canales de preferencia de nuestros usuarios; ya sea por medio de las redes sociales, chat, correo electrónico o página web. Además, nos da la ventaja de contar con un sistema de tickets en el que podremos centralizar todos los incidentes procedentes de los diferentes canales de atención. Así, podremos priorizar y acompañar sus demandas de manera transparente y organizada. (Fontan, 2013)

Satisfacción al usuario. El concepto "satisfacción del usuario" adquiere un notable relieve en el ámbito de la biblioteconomía en los años 80, tal como lo refleja la literatura profesional. Habitualmente aparece unido a otros dos términos que han entrado con una fuerza similar: la calidad y la evaluación. Desde entonces, estos conceptos se han ido adaptando poco a poco a la realidad bibliotecaria, tal como había ocurrido con anterioridad en otras organizaciones de servicios como, por ejemplo, hospitales, bancos, universidades y también en instancias gubernativas, como los ministerios. Los tres elementos se presentan consecutivamente, es decir, se efectúa la evaluación para poder aplicar la calidad y conseguir con ello la satisfacción del usuario. (Fontan, 2013)

La satisfacción del usuario con respecto al funcionamiento y a los atributos de un sistema de información está directamente relacionada con el uso del sistema. Algunos autores sugieren que existe un nivel de satisfacción, por debajo del cual los usuarios dejan de utilizar un sistema de información y buscan fuentes alternativas. Al contrario, también puede afirmarse que el nivel de uso de un sistema de información es un indicativo de la satisfacción de los usuarios con ese sistema, sobre todo, cuando principalmente su uso es opcional y no obligatorio, como es el caso de la biblioteca. (Aristizábal, 2014)

En el contexto de los sistemas de información, se entiende por satisfacción de usuarios la medida en la que estos creen que el sistema de información cumple con sus requisitos informativos. La satisfacción es un resultado que el sistema desea alcanzar, y busca que dependa tanto del servicio prestado, como de los valores y expectativas del propio usuario, además de contemplarse otros factores, tales como el tiempo invertido, el dinero, si fuera el caso, el esfuerzo o sacrificio. El usuario determina diferentes niveles de satisfacción, a partir de la combinación de dos aspectos mencionados, prestación del servicio y sacrificio. (Cardenas & Farfan, 2015)

DEFINICIONES CONCEPTUALES

Sistema: En sentido amplio, un sistema es un conjunto de componentes que interrelacionan entre si para lograr un objetivo común. (Koontz, 2008)

Atención: Es tomar propiedad de la mente, de una forma clara y vivida, de uno de los que aparecen ser desiguales objetos o líneas de pensamientos que suceden de forma simultánea. Su atributo son la localización y la concentración de la conciencia. (Koontz, 2008)

Cliente: Es toda persona física o jurídica que compra un producto o recibe un servicio y que mantiene una relación comercial con la empresa. (Caudel, 2018)

Satisfacción: Es un sentido básico implica el sentimiento de bienestar y placer por obtener lo que se desea y espera de un producto o servicio. (García, 2020)

Comunicación social: Es un campo de estudios multidisciplinarios que investigan la información y la expresión, los medios de propagación masivos y las industrias culturales. Sus conceptos teóricos provienen primordialmente de la sociología, seguidos del periodismo y la ética. Desde una perspectiva sabia, se entiende la Comunicación Social como la disciplina que estudia las relaciones entre los cambios sociales y los cambios comunicativos.

Registro: Instrumento donde se relacionan ciertos acontecimientos o cosas; principalmente aquellos que deben constar permanentemente de forma pública. Registro donde se hacen consignar por autoridades competentes los nacimientos, matrimonios, defunciones y demás hechos relativos al estado Civil de las personas.

Registro Civil: El Registro Civil es un grupo administrativo o servicio público, encargado de dejar constancia de los hechos o actos relativos al estado Civil de las personas naturales, así como otros que las leyes le encomienden. En el Registro Civil se inscriben los nacimientos, la procedencia, el nombre y apellido de las personas, los fallecimientos reales o presuntos, los matrimonios. Así mismo, puede incumbir, según el país, el Registro de las guardas, la patria potestad, las emancipaciones, las nacionalizaciones y el Registro de expertos.

Nacimiento: Separación del ser humano que vive desprendido del vientre materno, que después de dicha separación respira o da otra vida.

Identidad: Del latín identitas, la identificación es el conjunto de los rasgos propios de un individuo o de una colectividad. Estos rasgos caracterizan al sujeto o a la colectividad frente a los demás.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Datos de la empresa

En el proceso de construcción de nuestra identidad, el Registro Civil fue hijo temprano de la revolución de Alfaro. Su existencia se remonta a un tiempo que no solo significó en nuestro país un cambio de siglo, sino un cambio de época: el año 1.900. Uno de los mayores empeños de aquella revolución que lideró el general Eloy Alfaro, fue la separación de la Iglesia y del Estado. Con la creación del Registro Civil, la administración alfarista logró –por fin– establecer la modernidad en el Ecuador; es decir, definir la autonomía y la autoridad del Estado en la esfera de lo público.

La creación del Registro Civil fue un hecho decisivo. En adelante, la existencia del Estado no puede concebirse ya bajo ninguna dependencia; sin embargo, desde el primer momento surgieron todo tipo de obstáculos para el adecuado funcionamiento del Registro Civil. La penuria de recursos y la desidia, fueron la causa principal de las permanentes deficiencias del Registro Civil, de su imparable deterioro a vista y paciencia de los poderes públicos, de la partidocracia, con el desdén de quienes incluso trataron de privatizar todo y liquidar al Estado. Con el tiempo llegó el día en que la sola mención de su nombre era sinónimo de corrupción y menosprecio a la ciudadanía. Una institución que menosprecia a quienes debería servir con la mayor eficiencia se menosprecia en realidad a sí misma.

La obtención del documento básico que acredita la ciudadanía y la existencia misma de las personas naturales ante la ley, en lugar de ser un acto revestido de la mayor dignidad, se convirtió en un asunto menor con el cual se podía traficar en la forma más ligera e informal. Las oficinas del Registro Civil se

convirtieron en un triste mercadillo de intermediación y maltrato a la dignidad humana.

No se trata solamente del mejoramiento de un servicio. No se trata solamente de poner a disposición del público un local nuevo, unas instalaciones modernas, un sistema computarizado para el registro indeleble de la identidad de los ciudadanos, de sus cambios de estado civil, del registro de nacimientos, defunciones, de expedición de la cédula de identidad más moderna y segura, con un microchip incluido, con tecnología de punta a nivel mundial. Se trata, amigos y amigas, de una transformación que presupone un cambio radical en el ejercicio del poder. Le llegó la hora final a ese poder clandestino que medraba a la sombra del Estado y permitía el tráfico de identidades. Lo público puede y tiene que ser de la mejor calidad; lo público tiene que revestirse de la máxima dignidad, del mayor decoro.

El 31 de octubre de 2007, el presidente de la República, economista Rafael Correa Delgado, informa el Estado de Emergencia de Registro Civil, mediante la promulgación del Decreto 706, suprimido por el Congreso Nacional y puesto reiteradamente en vigencia, con Decreto 818, de 21 de diciembre de 2007, en el que se expone prioritario el Proyecto de Modernización del Sistema Nacional de Registro Civil, Identificación y Cedulación, el valor asignado es de \$91.123.615 con lo que se procura invertir en tres aspectos primordiales: Infraestructura ya que es inaplazable mejorar las instalaciones físicas en todo el país, emisión de cédulas inteligentes que contarán con 30 niveles de seguridad para evitar la adulteración y certificará seguridad y confiabilidad del instrumento y atención al talento humano respecto a la selección, contratación y capacitación para mejorar el nivel competitivo de los servidores del Registro Civil. (DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL, ENERO 2008)

En los postremos años el Registro Civil ha solidificado una imagen de atención ágil y oportuna. El servicio de cedulación, inscripción de nacimiento, matrimonio y defunción, así como la entrega de partidas de Nacimiento son

los más solicitados por el usuario dentro de un amplio abanico de productos y servicios, que hoy alcanzan a 21 y que en un futuro próximo se podrían ampliar. (REGISTRO CIVIL, 2013)

Actualmente el Registro Civil es la institución que suministra el servicio de las inscripciones tardías en Guayaquil, aunque por lo general los usuarios abandonan el proceso de una inscripción tardía para una persona mayor de 65 años de la misma y también sobre el costo real del servicio que se brinda por desconocimiento. La Revolución Ciudadana significa eso precisamente: el nuevo Ecuador, la nueva política orientada a recuperar la plena dignidad del ser humano, que es la razón de ser de todos los esfuerzos del Estado; y el Estado procura, ante todo, el bien común. Estas nuevas instalaciones del Registro Civil permitirán brindar al público un servicio de calidad según la demanda de los usuarios de nuestro Guayaquil; esto significa que estamos sentando las bases para la conversión del Estado al servicio de unos pocos privilegiados, Una institución que menosprecia a quienes debería servir con la mayor eficiencia se menosprecia en realidad a sí misma.

La obtención del documento básico que acredita la ciudadanía y la existencia misma de las personas naturales ante la ley, en lugar de ser un acto revestido de la mayor dignidad, se convirtió en un asunto menor con el cual se podía traficar en la forma más ligera e informal. Las oficinas del Registro Civil se convirtieron en un triste mercadillo de intermediación y maltrato a la dignidad humana. Quiero ser enfático: el servicio público no solo puede ser bueno, sino que debe ser bueno; y no solo bueno sino excelente. Y la ciudadanía tiene que ser tratada con respeto, porque ese es justamente el punto de partida: el pleno reconocimiento de la dignidad de las personas.

Cambiar una entidad como el Registro Civil era una misión imposible; sin embargo, aquí están las pruebas fehacientes de que los cambios son posibles, que podemos y debemos seguir adelante con esta revolución ciudadana que nada ni nadie la puede detener.

Estimado Paulo –Rodríguez- recibe mis más cálidas felicitaciones por el trabajo que está realizando el Registro Civil en todo el país. Tu gestión y la mística que has logrado imprimir en los funcionarios y compañeros de trabajo es el fiel reflejo del empeño del gobierno de la revolución ciudadana en tratar a cada ciudadano-sin excepción- como se merece.

Es nuestra obligación atender a todas las necesidades de todos. Con calidad y calidez. Con eficiencia y eficacia; y el Registro Civil lo está logrando. Reciban guayaquileñas y guayaquileños estas hermosas instalaciones con sus eficientes servicios como un homenaje a su historia de lucha y valentía, como un reconocimiento a la gesta libertarian.

Misión

Atender oportuna, cordial y eficientemente a la ciudadanía que demanda sus servicios, privilegiando a los sectores más vulnerables de la sociedad, el ideal del bien común y el amor por un Guayaquil independiente.

Visión

Ser la institución del gobierno local que, dentro del país, lidere el proceso de modernización del Registro Civil, Identificación y Cedulación, haciendo efectivo el interés general de los ciudadanos mediante la prestación de un servicio público honesto, responsable y eficiente, que garantice su identidad como derecho fundamental y que consolide a Guayaquil, por sus hechos, como matriz ejemplar de las autonomías en el Ecuador.

Valores

Integridad. Es el comportamiento recto e intachable que debe tener todos los funcionarios de la Corporación.

Honestidad. Todos los funcionarios de la Corporación deben ser honestos, basándose en sus principios, comunicando siempre la verdad, más allá de sus intereses, buscando en todo momento el bien común.

Responsabilidad. Todos los servidores de la Corporación Registro Civil de Guayaquil incorporan este valor como parte cotidiana de sus funciones teniendo la voluntad individual y colectiva de rendir cuentas sobre cada uno de los actos, asumiendo responsablemente sus actuaciones.

Equidad. La equidad está vinculada estrechamente con la justicia, por lo que todos los servidores de la Corporación deben dar, ya sea a sus compañeros como a los usuarios en general, lo que corresponde según sus necesidades, méritos o capacidades sin preferencia alguna.

Rectitud. El comportamiento de los funcionarios debe ser con igualdad, severidad y firmeza, con actuaciones correctas y transparentes que busquen el bien público.

Principios

Objetividad. La objetividad representa ante todo imparcialidad y actuación sin prejuicios en todos los asuntos que corresponden a las funciones a cumplir en la Corporación.

Respeto. Los funcionarios de la Corporación deben respetarse a sí mismos y el trabajo de los demás, por las normas y conductas personales y sociales que impone la naturaleza humana, aceptando las diferencias que tenemos con otros.

Independencia. Los servidores de la Corporación Registro Civil de Guayaquil tendrán absoluta independencia mental y de criterio con respecto a la prestación de los servicios en general, sin verse afectada por intereses políticos o personales.

Solidaridad. Todos los funcionarios de la Corporación deben ser solidarios lo que implica la colaboración, trabajo en equipo y servir a los demás para alcanzar un fin común que lleve a la realización de las metas y los objetivos.

Tabla 1 Personal de la agencia Sur

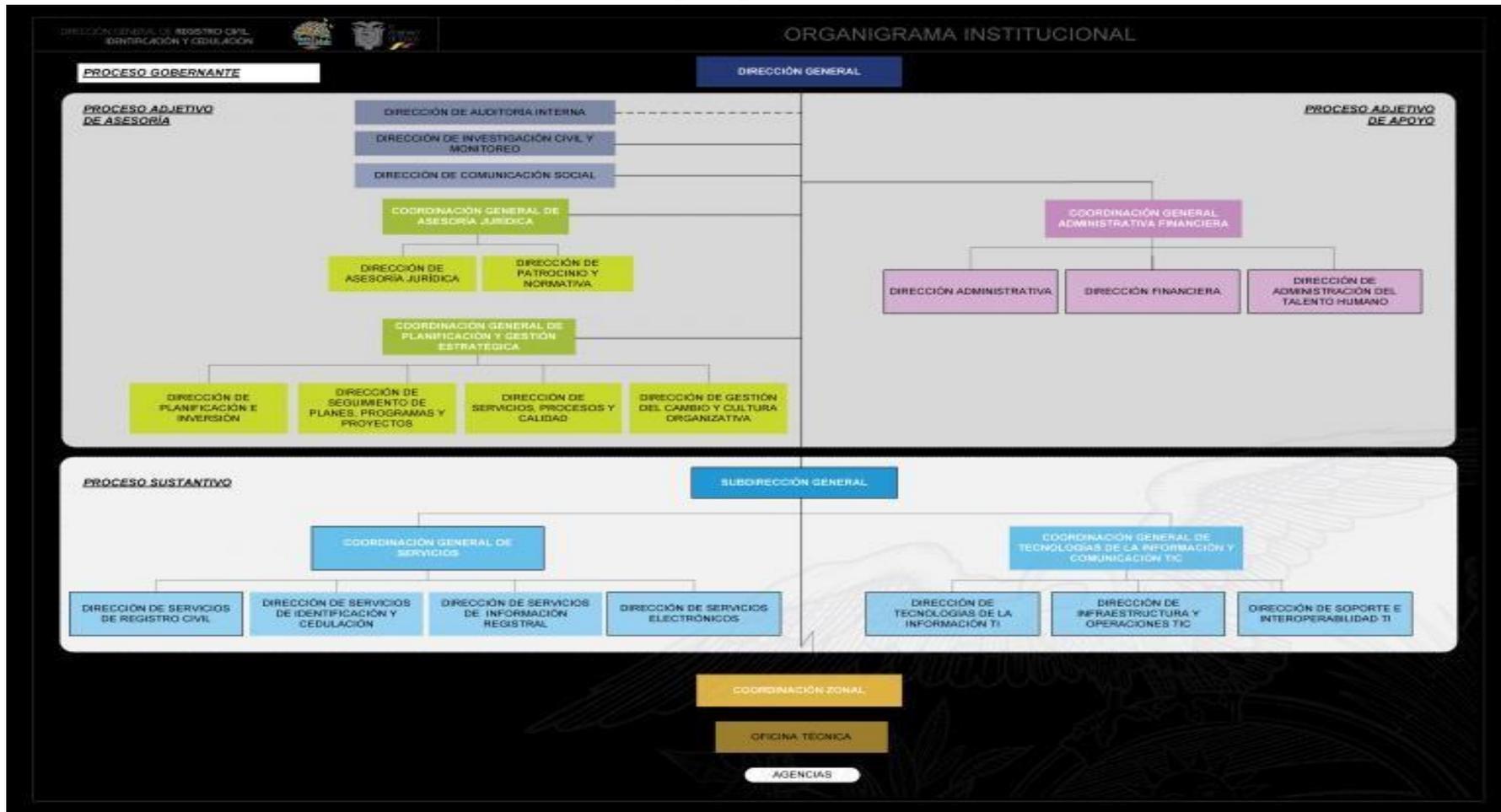
Elementos	Cantidad
Jefe de Agencia	1
Recursos Humanos	3
Departamento Financiero	2
Supervisor de Procesos	1
Departamento de Producción	3
Información	2
Módulos de atención	33
total	45

Autor: Pazmiño J. (2020)

Servicios que oferta

- Identificación y Cedulación
- Certificados y Copias Íntegras
- Inscripción de Nacimientos
- Celebración e Inscripción de Matrimonio
- Celebración e Inscripción de Unión de Hecho
- Inscripción de Defunción
- Registro de Género

Grafico 1 Organigrama institucional



Fuente: SNI. Sistema Nacional de información

Diagnóstico del problema de investigación

Las autoridades del registro civil de la ciudad de la ciudad de Guayaquil, agencia sur han identificado tres complicaciones fundamentales que la DIGERCIC debe solucionar para cumplir los objetivos señalados en el plan nacional de desarrollo de la ciudad. En primer lugar, permanece una limitada capacitación del personal, un inadecuado proceso de selección de personal y n reducido monitoreo del desempeño de los colaboradores, todas estas causas originan los efectos detallados en el problema de investigación, lo que provoca insatisfacción del usuario de la Institución Pública del Registro Civil de la Agencia sur ubicada en el cantón Guayaquil, provincia del Guayas, en el año 2020, lo cual causa molestia entre sus usuarios. Esto ha sido un componente importante de exclusión social del ciudadano dentro del Ecuador.

La nueva carta magna de la República del Ecuador, en su artículo 261, ratifica la competitividad exclusiva del Estado Central en el registro de personas naturales. Asimismo, El plan nacional de desarrollo, enuncia la promoción del desarrollo humano integral, en el que se circunscriben los ejercicios fundamentales de la persona, y en el que se encuentra el derecho a la identidad como un aspecto indispensable y necesario.

En segundo lugar, desde el año del 2006, se identificó, en un memoria realizada por la DIGERCIC, que las delegaciones del Registro Civil en Ecuador compartían el inconveniente: la ineficiencia como un inconveniente importante para que el registro civil pudiera desempeñar sus ocupaciones correctamente; antes de que se diera la reestructuración administrativa del Registro Civil del 2007, la tecnología utilizada era vetusta, las oficinas sufrían de un visible abandono por parte del gobierno y los recursos humanos disponibles no contaban con la suficiente preparación, ni capacitación, para la modernización institucional. Como complicación adicional, los funcionarios del Registro Civil ejecutaban actos de corrupción debido a que había

contacto directo con efectivo en las oficinas, los principales retos de la DIGERCIC han sido principalmente:

- La separación de una estrategia de capacitación para el personal, quien contaba con una baja preparación para posesionarse de las funciones administrativas, y especializadas, necesarias para un Registro Civil moderno y eficiente.
- Incorrecto proceso de selección contratación de personal
- Un marco legal antiguo para atender los desafíos actuales del registro.
- Ausencia de los dispositivos de auditoría de vanguardia, lo que dejaba a la entidad expuesta a episodios de corrupción y de malos manejos administrativos.
- Restringido control de desempeño de los colaboradores

Cabe enfatizar que instituciones multilaterales como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), y la propia OEA, han confirmado el dictamen del DIGERCIC, sobre la escenario del subregistro y de los problemas y retos que actualmente enfrenta la institución en su faceta de modernización.

Ante lo mencionado el investigador toma la decisión de analizar las diferentes eventualidades que se presentaban por tal motive propone la aplicación de un sistema de atención al cliente que elimine la insatisfacción del mismo y permita recuperar la confianza del usuario

Diseño de la Investigación

El diseño de investigación constituye el plan general del investigador para obtener respuestas a sus interrogantes o comprobar la hipótesis de investigación. El diseño de investigación estipula la estructura fundamental y especifica la naturaleza global de la intervención. El diseño también debe especificar los pasos que habrán de tomarse para controlar las variables extrañas y señala cuándo, en relación con otros acontecimientos, se van a recabar los datos y debe precisar el ambiente en que se realizará el estudio. Esto quiere decir que el investigador debe decir dónde habrán de llevarse a cabo las intervenciones y la recolección de datos, esta puede ser en un ambiente natural (como el hogar o el centro laboral de los sujetos) o en un ambiente de laboratorio (con todas las variables controladas)

Clasificación de los estudios de investigación

Diseños experimentales. En ellos el investigador desea comprobar los efectos de una intervención específica, en este caso el investigador tiene un papel activo, pues lleva a cabo una intervención.

Diseños no experimentales. En ellos el investigador observa los fenómenos tal y como ocurren naturalmente, sin intervenir en su desarrollo.

Estudios cuantitativos. El diseño de investigación constituye el plan general del investigador para obtener respuestas a sus interrogantes o comprobar la hipótesis de investigación. El diseño de investigación estipula la estructura fundamental y especifica la naturaleza global de la intervención. El diseño también debe especificar los pasos que habrán de tomarse para controlar las variables extrañas y señala cuándo, en relación con otros acontecimientos, se van a recabar los datos y debe precisar el ambiente en que se realizará el estudio.

Esto quiere decir que el investigador debe decir dónde habrán de llevarse a cabo las intervenciones y la recolección de datos, esta puede ser en un ambiente natural (como el hogar o el centro laboral de los sujetos) o en un ambiente de laboratorio (con todas las variables controladas)

Para la presente investigación se aplica el método cuali-cuanti por que aplicaremos encuestas y entrevistas en la recopilación de información.

- **Investigación de Campo**

Se aplica para sacar datos e información directa de la realidad por medio de entrevistas o encuestas.

- **Investigación Bibliografía**

Es la revisión de materiales esto abarca observación, interpretación, reflexión y análisis de lo que se está investigando

- **Investigación Documental**

Es aquella que se realiza a través de libros, revistas, periódicos, anuarios, registros.

Tabla 2 Tipos de Investigación

Explicativo	Exploratoria	Descriptivo	Correlacional
Su utilidad se concentra en explicar porque acontece un fenómeno y en qué situaciones se manifiesta, o porque se corresponden dos o más variables Hernández (2006 pág. 108)	Consiste en indagar acerca de un fenómeno poco conocido, sobre el cual hay poca información o no se han realizado investigaciones anteriores con el fin de explorar la situación Hurtado (2012 pág.)	Permiten detallar situaciones o eventos, es decir como es y cómo se manifiesta determinado fenómeno y busca especificar propiedades importantes de personas. Sampieri (1998, pág. 60)	En este tipo de estudio asume como intención evaluar la correspondencia que exista entre dos o más percepciones, categorías o variables (Hernández, et al (2003) pág. 121

Autor: Pazmiño J. (2020)

Investigación Descriptiva

Se interesa en describir, no está interesado en explicar

Investigación Correlacional

Indicada para establecer relaciones estadísticas entre características o fenómenos, pero no conduce directamente a establecer relaciones de causas

Población: Es decir, se utilizará un conjunto de personas con características comunes que serán objetos de estudio (Arias, 2006 pág. 81). En este proyecto son las personas que de una u otra manera están presentes como usuarios del servicio del Registro Civil del sector Sur de la ciudad de Guayaquil.

Población Finita: Es aquella cuyos componentes en su totalidad son identificables por el investigador menores de 100. 000(Arias, 2006 pág. 81)

Población Infinita: Es aquella cuyos individuos es imposible tener un registro determinable mayores de 100.000 (Arias, 2006 pág. 81)

Tabla 3 Universo

Elementos	Cantidad
Jefe de Agencia	1
Recursos Humanos	3
Departamento Financiero	2
Supervisor de Procesos	1
Departamento de Producción	3
Información	2
Módulos de atención	33
total	45

Autor: Pazmiño J. (2020)

Muestra: La muestra “es el grupo de individuos que se toma de población, para asimilar un fenómeno estadístico” Tamayo M (1997 pág. 8).

Para este proyecto la muestra fue considerada de manera intencional, probabilística a todos los usuarios que se presentaron un solo día del mes de diciembre del año 2019

Tipos de Muestra

- Muestreo aleatorio simple

- Muestreo estratificado
- Muestreo Intencionado
- Muestreo Mixto
- Muestreo tipo

Para el levantamiento de la información primaria se diseñó una encuesta para los usuarios, una encuesta para los colaboradores o empleados y una entrevista a experto, utilizando el método de muestreo no estratificado y bajo el criterio del investigador se estima que la encuesta se hará a 405 usuarios que asistieron el día 30 de octubre a las instalaciones del registro civil a requerir los siguientes servicios que oferta la institución.

Para los clientes internos también se diseñó una encuesta para los colaboradores de las diferentes áreas que totalizan en 43 colaboradores y una entrevista a un experto en instituciones públicas:

Levantamiento de información 1	Encuesta a usuarios
Levantamiento de información 2	Encuesta a empleados
Levantamiento de información 3	Entrevista a experto

Tabla 4 Muestral

Usuarios	405	Encuesta
Clientes internos	43	Encuesta
Experto	3	Entrevistas

Autor: Pazmiño J. (2020)

Métodos Teóricos

- Análisis:

Consiste en la separación de las partes de esas realidades hasta llegar a conocer sus elementos fundamentales y las relaciones que existen entre ellos.

- **Síntesis:**

Se refiere a la composición de un todo por reunión de sus partes o elementos

- **Inducción – deducción:**

Se maneja con los hechos particulares, coexistiendo deductivo en un sentido, de lo general a lo particular, e inductivo en sentido contrario, de lo particular a lo general.

Técnicas e Instrumentos

Tabla 5 Procedimiento

Técnicas	Instrumentos
Encuestas Entrevistas	Cuestionario Formulario

Autor: Pazmiño J. (2020)

Diseño de encuesta para usuarios

ENCUESTA A USUARIOS

La presente encuesta tiene como objetivo obtener información acerca del nivel de percepción del servicio proporcionado por los servidores públicos que prestan servicio en el Registro Civil de la zona sur de la provincia

1. ¿A qué género pertenece?

Masculino

Femenino

2. ¿Entre que rango esta su edad?

De 16 a 26

De 27 a 37

De 38 a 48

De 49 a 59

De 60 a 70

De 71 a 81

- 3. ¿Cuál de estas palabras utilizaría para describir el servicio del Registro Civil? ¿Seleccione todas las que aplique?**

Confiable

De alta calidad

Útil

Lento

Engorroso

- 4. ¿Le brinda la infraestructura las instalaciones necesarias para satisfacer sus necesidades?**

Extremadamente bien

Muy bien

Algo bien

No tan bien

Nada bien

- 5. ¿El espacio de atención al cliente se encuentra ordenado, limpio y de buen aspecto?**

Extremadamente bien

Muy bien

Algo bien

No tan bien

Nada bien

- 6. ¿El trámite solicitado fue direccionado de una forma clara precisa?**

Extremadamente bien

Muy bien

Algo bien

No tan bien

Nada bien

7. ¿El tiempo transcurrido para atender su requerimiento cree usted que fue el adecuado?

Extremadamente bien

Muy bien

Algo bien

No tan bien

Nada bien

8. ¿El servidor público lo atendió con calidad y calidez humana en su visita a las instalaciones?

Extremadamente bien

Muy bien

Algo bien

No tan bien

Nada bien

9. ¿Logró terminar su trámite en una sola visita?

Extremadamente bien

Muy bien

Algo bien

No tan bien

Nada bien

10. ¿Los canales de comunicación creen que son lo mas adecuados?

Extremadamente bien

Muy bien

Algo bien

No tan bien

Nada bien

11. ¿Usted cree que ha sufrido alguna variación el servicio?

Si era mejor hace unos años

Si era mejor hasta el año pasado

No nunca fue bueno

No fue bueno

ENCUESTA A LOS CLIENTE INTERNOS

La presente encuesta tiene como objetivo obtener información acerca del nivel de percepción del servicio proporcionado por los servidores públicos que prestan servicio en el Registro Civil de la zona sur de la provincia

1. Genero

Masculino

Femenino

2. Edad

De 18 a 28

De 51 a 61

De 29 a 39

De 62 a 72

De 40 a 50

3. ¿Tiene usted claro los procesos internos que realiza la Institución Publica del Registro Civil de la Agencia Sur ubicada en el cantón Guayaquil al servicio a la comunidad?

Extremadamente bien

Muy bien

Algo bien

No tan bien

Nada bien

4. ¿Tiene usted claro los procesos internos que realiza la Institución Publica del Registro Civil de la Agencia Sur ubicada en el cantón Guayaquil al servicio a la comunidad?

Extremadamente bien

Muy bien

Algo bien

No tan bien

Nada bien

5. ¿Cuenta con los equipos necesarios para realizar sus funcione y estos le colaboran para brindar un mejor servicio??

Extremadamente bien

Muy bien

Algo bien

No tan bien

Nada bien

6. ¿Considera usted que la alta rotación de personal afecta directamente a la atención del servicio a la comunidad?

Extremadamente de acuerdo

Muy de acuerdo

Algo de acuerdo

No tan de acuerdo

Nada de acuerdo

7. ¿Considera usted qué el nivel de satisfacción del cliente se reduce progresivamente?

Extremadamente de acuerdo

Muy de acuerdo

Algo de acuerdo

No tan de acuerdo

Nada de acuerdo

ENTREVISTA A EXPERTO

Objetivo: Conocer sobre el estado de la técnica que permite elevar la calidad de servicios los clientes con el fin de mejorar los servicios.

- 1. ¿Con qué experiencia usted cuenta sobre la atención al cliente?**
- 2. ¿Cuáles errores según su opinión son más concurrentes en el proceso de atención al cliente?**
- 3. ¿Cómo logramos cambiar la percepción de cliente cuando este ha sufrido una mala atención?**
- 4. ¿Podría sugerir un modelo de atención al cliente que se pueda implantar en el registro civil**
- 5. ¿Cómo ve usted el manejo de la atención al cliente en el registro Civil de la agencia sur de Guayaquil?**

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

El presente trabajo interpretará los hallazgos que resulten de la interpretación de los resultados de la toma de información con respecto a la aplicación del instrumento de la encuesta, así mismo analizará e interpretará los resultados que se obtuvieron de la entrevista.

Objetivo de la encuesta:

Realizar el diagnóstico de la situación actual del sistema de atención al cliente que se aplica en la Institución Pública del Registro Civil de la Agencia sur ubicada en el cantón Guayaquil.

Objetivos específicos

Recopilar la información demográfica, etnográfica a través de las preguntas planteadas que nos permitirá obtener con ello la máxima información sobre la percepción del consumidor hacia la institución Pública del Registro Civil de la Agencia sur ubicada en el cantón Guayaquil.

Identificar la percepción de la calidad del servicio al cliente mediante la aplicación de la encuesta.

Evaluar la calidad de los servicios con el fin de proponer mejoras

INFORMACIÓN DE LA ENCUESTA

Para la realización de las encuestas se tomó en consideración los siguientes parámetros:

Cliente

Registro Civil

Lugar:
Ciudad

agencia sur
Guayaquil

ENCUESTA A USUARIOS

Objetivos de la encuesta: La presente encuesta tiene como objetivo obtener información acerca del nivel de percepción del servicio proporcionado por los servidores públicos que prestan servicio en el Registro Civil de la zona sur de la provincia

1. ¿A qué género pertenece?

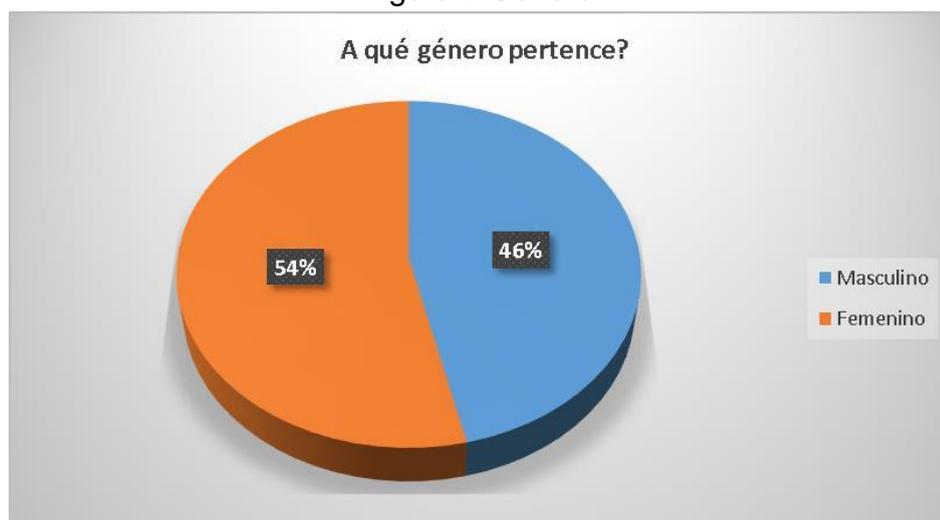
De acuerdo a las encuestas realizadas tenemos que ser encuestado al 52% a mujeres y el 48% a hombres presentes en un día normal que asistieron a las instalaciones para tramitar un servicio o trámite. Esto lo podemos observar en la tabla a continuación

Tabla 6 Género

Detalle	Cantidad	%
Masculino	195	48%
Femenino	210	52%
Total	405	100%

Fuente: Pazmiño (2020)

Figura 2 Género



Fuente: Pazmiño (2020)

2. ¿A qué rango de edad pertenece?

Según los datos obtenidos por medio del levantamiento de información de la encuesta tenemos que el 28% corresponde al rango de 27 a 37 años, el 27% con el rango de 16 a 26 años, el 15% con el rango de 49 a 59 años que son los tres primeros puestos es decir los tres más importantes.

Tabla 7 Rango

Detalle	Cantidad	%
De 16 a 26	110	27%
De 27 a 37	113	28%
De 38 a 48	47	12%
De 49 a 59	60	15%
De 60 a 70	45	11%
De 71 a 81	30	7%
Total	405	100%

Fuente: Pazmiño (2020)

Figura 3 Rango



Fuente: Pazmiño (2020)

3. ¿Cuál de estas palabras utilizaría para describir el servicio del Registro Civil? ¿Seleccione todas las que aplique?

Tabla 8 Descripción del Servicio

Detalle	Cantidad	%
Confiable	125	31%
De alta calidad	83	20%
Útil	90	22%
Lento	55	14%
Engorroso	52	13%
Total	405	100%

Fuente: Pazmiño (2020)

Figura 4 Descripción del Servicio



Fuente: Pazmiño (2020)

4. ¿Brinda la infraestructura del Registro Civil las instalaciones necesarias para satisfacer sus necesidades?

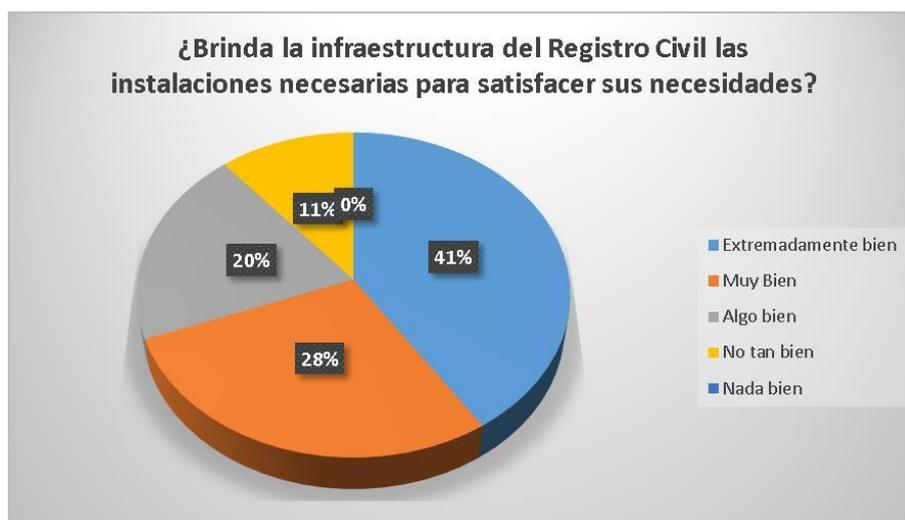
Con respecto a la pregunta cuatro tenemos que el 41% califica a las instalaciones como extremadamente bien, el 28% lo califica como muy bien, y el 20% algo bien, 11% no tan bien. Estos porcentajes se pueden observar en la tabla siguiente.

Tabla 9 Infraestructura

Detalle	Cantidad	%
Extremadamente bien	165	41%
Muy Bien	115	28%
Algo bien	80	20%
No tan bien	45	11%
Nada bien	0	0%
Total	405	100%

Fuente: Pazmiño (2020)

Figura 5 Infraestructura



Fuente: Pazmiño (2020)

5. ¿El espacio de atención al cliente se encuentra ordenado, limpio y da buen aspecto?

El 46% opina en esta pregunta que el espacio está extremadamente bien, el 28% indica que es muy bien, el 12% nos dice que está algo bien, del 11% no tan bien y el 2% nada bien. La tabla a continuación contiene los datos observados.

Tabla 10 Cliente

Detalle	Cantidad	%
Extremadamente bien	185	46%
Muy Bien	115	28%
Algo bien	50	12%
No tan bien	45	11%
Nada bien	10	2%
Total	405	100%

Fuente: Pazmiño (2020)

Figura 6 Cliente



Fuente: Pazmiño (2020)

6. ¿El trámite solicitado fue direccionado de una forma clara precisa?

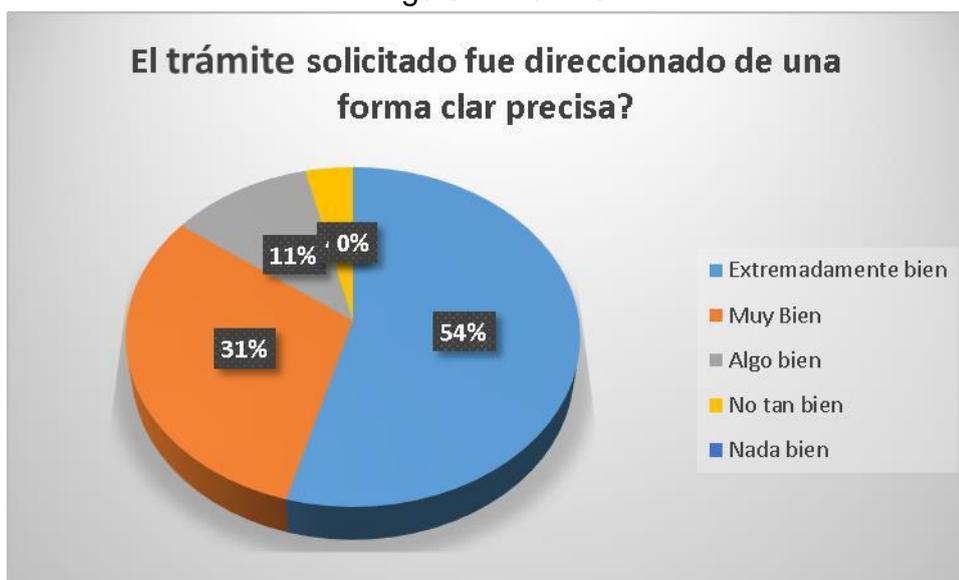
El 54% de los datos obtenidos en este levantamiento indica que fue direccionado extremadamente bien, el 31% muy bien, el 11% algo bien, toda esta información se encuentra en la tabla que se encuentra a continuación.

Tabla 11 Trámite

Detalle	Cantidad	%
Extremadamente bien	220	54%
Muy Bien	125	31%
Algo bien	45	11%
No tan bien	15	4%
Nada bien	0	0%
Total	405	100%

Fuente: Pazmiño (2020)

Figura 7 Trámite



Fuente: Pazmiño (2020)

7. ¿El tiempo transcurrido para atender su requerimiento cree usted que fue el adecuado?

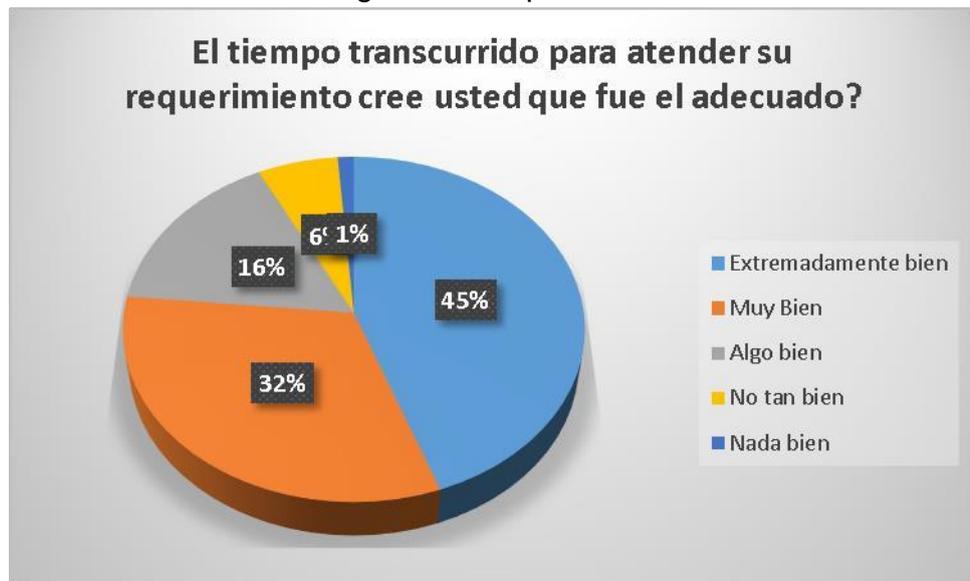
El 44% de los requerimientos solicitados estiman que fueron atendidos extremadamente bien, el 32% lo consideran muy bien y el 16% algo bien y están considerando en la encuesta según la tabla siguiente.

Tabla 12 Tiempo

Detalle	Cantidad	%
Extremadamente bien	180	44%
Muy Bien	130	32%
Algo bien	65	16%
No tan bien	25	6%
Nada bien	5	1%
Total	405	100%

Fuente: Pazmiño (2020)

Figura 8 Tiempo



Fuente: Pazmiño (2020)

8. ¿El servidor público lo atendió con calidad y calidez humana en su visita a las instalaciones?

En esta pregunta que, si ha sentido que, si al usuario se lo atiende con calidad y calidez humana, sale a relucir que el 40% de los encuestados indica su atención fue extremadamente bien, ahora el 36% indica que muy bien, 17% algo bien, el 6% no tan bien. Esto se puede observar en la tabla y grafica siguiente.

Tabla 13 Calidad

Detalle	Cantidad	%
Extremadamente bien	160	40%
Muy Bien	145	36%
Algo bien	70	17%
No tan bien	25	6%
Nada bien	5	1%
Total	405	100%

Fuente: Pazmiño (2020)

Figura 9 Calidad



Fuente: Pazmiño (2020)

¿Logró terminar su trámite en una sola visita?

En esta encuesta que, si el cliente ha terminado con todos sus trámites al solo necesitar de visitar el local una ocasión, contamos con estos resultados: El 70% de los encuestados indica su atención fue extremadamente bien, mientras que el 16% indica que muy bien, 3% algo bien, el 4% no tan bien y el 7% para nada bien. Esto se puede observar en la tabla y figura siguiente.

Tabla 14 Visita

Detalle	Cantidad	%
Extremadamente bien	282	70%
Muy Bien	65	16%
Algo Bien	13	3%
No tan bien	17	4%
Nada bien	28	7%
Total	405	100%

Fuente: Pazmiño (2020)

Figura 10 Visita



Fuente: Pazmiño (2020)

9. ¿Los canales de comunicación creen que son lo más adecuados?

En esta encuesta en la que se le pregunta al cliente que, si los canales de comunicación son los más adecuados para él, contamos con los consecuentes resultados: El 36% afirma en extremadamente bien, mientras que el 32% muy bien, el 15% algo bien, el 12% no tan bien y el 5% nada bien, los resultados se pueden apreciar en la siguiente tabla.

Tabla 15 Canales

Fuente: Pazmiño (2020)

Figura 11 Canales



Elaborado por: Autor

10. ¿Usted cree que ha sufrido alguna variación el servicio?

En esta encuesta en la que se pregunta al cliente si ha sufrido alguna variación al servicio, contamos con que el 69% de clientes afirma que el servicio era mejor hace unos años, el 13% afirma que era mejor hasta el año pasado, el 12% afirma que nunca fue bueno mientras que un 6% afirma que no fue bueno para nada. Los resultados se pueden notar en la siguiente tabla.

Tabla 16 Variación del Servicio

Detalle	Cantidad	%
Si era mejor hace unos años	280	69%
Si era mejor hasta el año pasado	53	13%
No nunca fue bueno	24	6%
No fue bueno	48	12%
Total	405	100%

Fuente: Pazmiño (2020)

Figura 12 Variación del Servicio



Fuente: Pazmiño (2020)

Conclusiones

- Se observó que las respuestas provienen en mayor porcentaje de mujeres que de hombres y que el porcentaje mayor con respecto al grupo etario corresponde al grupo de 27 a 37 años estos usuarios están de acuerdo que los servicios son confiables y útil.

- Las infraestructuras consideran que esta extremadamente bien y consideran que la limpieza y buen estado aun me mantiene.
- Los tramites los direccionan correctamente, y su tiempo de respuesta es extremadamente bien.
- La atención con calidad y calidez humana se evidencia por parte de los funcionarios es así que los usuarios califican mayoritariamente extremadamente bien.
- Con respecto a la efectividad los usuarios manifiestan que se sienten extremadamente bien.
- En cuanto a la percepción del servicio o variación del servicio el sentir del usuario es si era mejora hace unos años atrás.

ENCUESTA A LOS CLIENTE INTERNOS

La presente encuesta tiene como objetivo obtener información acerca del nivel de percepción del servicio proporcionado por los servidores públicos que prestan servicio en el Registro Civil de la zona sur de la provincia

8. Genero

De los encuestados el 53% fueron mujeres y el 47% fueron hombres como observamos en la tabla No.

Tabla 17 Clientes Internos (Género)

Detalle	Cantidad	%
Masculino	20	47%
Femenino	23	53%
Total	43	100%

Fuente: Pazmiño (2020)

Figura 13 Clientes Internos (Género)



Fuente: Pazmiño (2020)

9. ¿A qué rango de edad pertenece?

En esta encuesta en la cual se le pregunta al cliente su rango de edad, contamos con que un 49% son del rango de 18 a 28 años, mientras que el 26% es de 29 a 39 años, el 19% de 40 a 50 años, y el 7% de 51 a 62 años, los resultados se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 18 Edad

A qué rango de edad pertenece?		
Detalle	Cantidad	%
De 18 a 28 años	21	49%
De 29 a 39 años	11	26%
De 40 a 50 años	8	19%
De 51 a 61 años	3	7%
Total	43	100%

Fuente: Pazmiño (2020)

Figura 14 Edad



Fuente: Pazmiño (2020)

10. ¿Tiene usted claro los procesos internos que realiza la Institución Pública del Registro Civil de la Agencia Sur ubicada en el cantón Guayaquil al servicio a la comunidad?

En esta encuesta en la que se le pregunta al cliente si reconoce los procesos que realiza la Institución Pública del Registro Civil de la Agencia del Sur se reconoce que el 58% afirma que extremadamente bien, mientras que el 12% algo bien, el 5% no tan bien y el 2% para nada bien. Los resultados se presentan en la siguiente tabla.

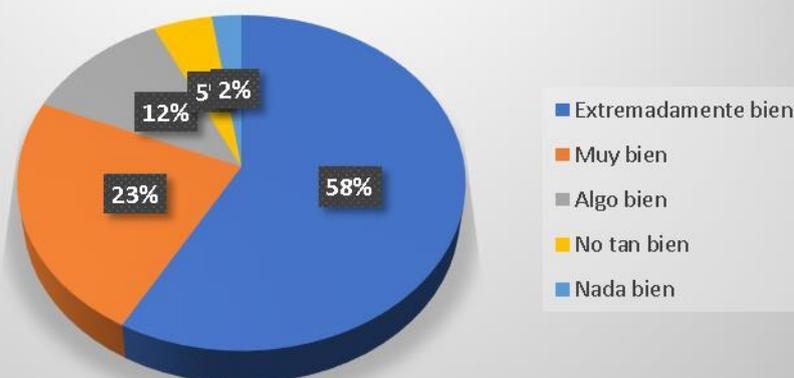
Tabla 19 Procesos Internos

Detalle	Cantidad	%
Extremadamente bien	25	58
Muy bien	10	12
Algo bien	5	5
No tan bien		
Nada bien		
Todo		

Fuente: Pazmiño (2020)

Figura 15 Procesos Internos

¿Tiene usted claro los procesos internos que brinda el Registro Civil de la Agencia Sur ubicada en el cantón Guayaquil al servicio de la comunidad?



Fuente: Pazmiño (2020)

11. ¿Las capacitaciones por parte del Registro Civil, han aportado a la función que usted realiza?

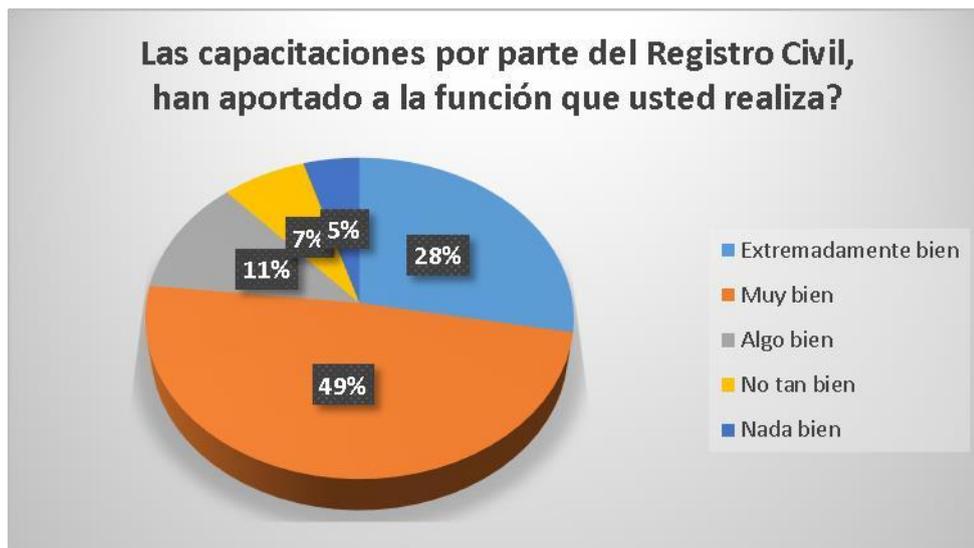
En esta encuesta en la que se cuestiona al cliente si las capacitaciones de parte del Registro Civil le han aportado a sus funciones, el 49% afirma que muy bien, el 28% afirma que extremadamente bien, mientras que el 12% algo bien, el 7% no tan bien y el 5% nada bien, los resultados se aprecian en esta tabla.

Tabla 20 Función

Detalle	Cantidad	%
Extremadam	12	28%
Muy bien	21	49%
Algo bien	5	12%
No tan bien	3	7%
Nada bien	2	5%
Total	43	100%

Fuente: Pazmiño (2020)

Figura 16 Función



Fuente: Pazmiño (2020)

12. ¿Cuenta con los equipos necesarios para realizar sus funciones y estos le colaboran para brindar un mejor servicio?

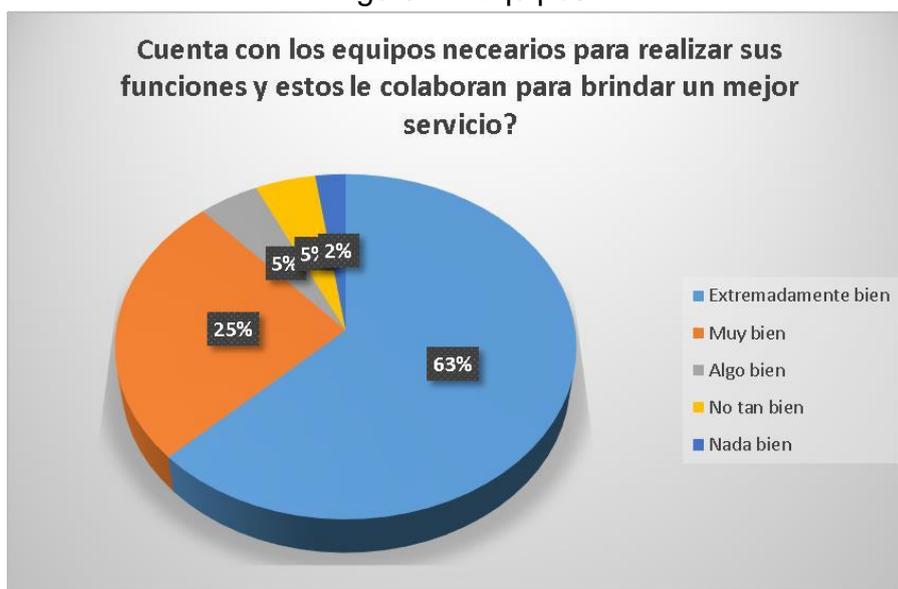
En esta encuesta en la que se le pregunta al empleado que, si cuenta con los equipos necesarios para realizar sus funciones y que le colaboran para aportar un mejor servicio, contamos con que el 63% afirma que extremadamente bien, mientras que el 26% que muy bien, el 5% que algo bien y el 5% que no tan bien. Los resultados están en la siguiente tabla.

Tabla 21 Equipos

Detalle	Cantidad	%
Extremadamente bien	27	63%
Muy bien	11	26%
Algo bien	2	5%
No tan bien	2	5%
Nada bien	1	2%
Total	43	100%

Fuente: Pazmiño (2020)

Figura 17 Equipos



Fuente: Pazmiño (2020)

13. ¿Considera usted que la alta rotación de personal afecta directamente a la atención del servicio al usuario?

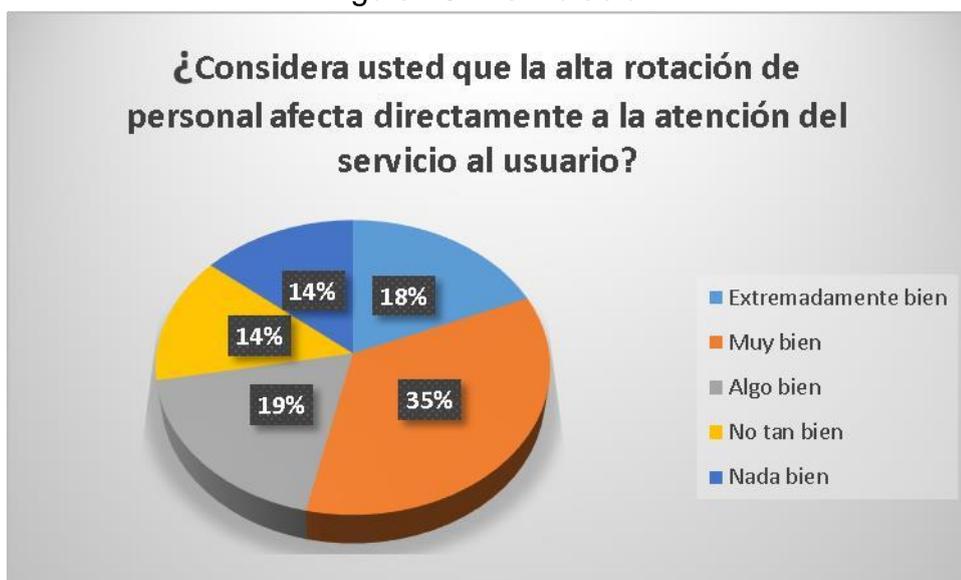
En esta encuesta se le cuestiona al empleado que, si considera que la alta rotación de personal afecta directamente a la atención del servicio al usuario, contamos con que el 35% afirma que muy bien, el 19% extremadamente bien, el 19% algo bien, el 14% no tan bien, y el 14% nada bien. Los resultados se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 22 Alta Rotación

Detalle	Cantidad	%
Extremadamente bien	8	19%
Muy bien	15	35%
Algo bien	8	19%
No tan bien	6	14%
Nada bien	6	14%
Total	43	100%

Fuente: Pazmiño (2020)

Figura 18 Alta Rotación



Fuente: Pazmiño (2020)

14. ¿Considera usted qué el nivel de satisfacción del cliente se reduce progresivamente en él?

En esta encuesta en la que se le cuestiona al empleado si considera que el nivel de satisfacción del cliente se reduce progresivamente en el contamos con que un 35% afirma que muy bien, el 19% extremadamente bien, un 19% que algo bien, el 14% que no tan bien y un 14% que para nada bien. Los resultados están en la siguiente tabla

Tabla 23 Satisfacción al Cliente

Detalle	Cantidad	%
Extremadamente bien	8	19%
Muy bien	15	35%
Algo bien	8	19%
No tan bien	6	14%
Nada bien	6	14%
Total	43	100%

Fuente: Pazmiño (2020)

Figura 19 Satisfacción al Cliente



Fuente: Pazmiño (2020)

Conclusión

En relación a la encuesta aplicada a los funcionarios tenemos que mayoritariamente lo conforman mujeres con un 53% entre el rango de edad de 18 a 28 años, en la siguiente pregunta nos indican que las funciones que realizan están plenamente informadas, y que entiende los procesos internos es decir que poseen pleno conocimiento del quehacer institucional.

Puede ser que las capacitaciones y entrenamiento han sido eficientes y efectivas porque el personal maneja el proceso interno, puede ser que este efecto se vaya diluyen con el pasar del tiempo sino se hace retroalimentación y si peor aún se han cortados cadenas (personas en el proceso)

ENTREVISTA A EXPERTO

Objetivo: Conocer sobre el estado de la técnica que permite elevar la calidad de servicios los clientes con el fin de mejorar los servicios.

1. ¿Con qué experiencia usted cuenta sobre la atención al cliente?

Soy profesional hace 20 años de los cuales 5 he trabajado en cargo que se han involucrado en la atención a clientes, tanto en el sector privado como en el sector público. He presentado propuestas sobre modelos administrativos que han generado un notable mejoramiento en el trato tanto de clientes internos como clientes externos.

2. ¿Cuáles errores según su opinión son más concurrentes en el proceso de atención al cliente?

En cada caso es diferentes; en el sector privado los errores son rápidamente corregidos, en cambio ese dinamismo no se encuentra en el sector público pues se necesita cambiar organigramas, funciones. Y al personal en muchos casos se los contrata por un tiempo estipulado y eso no se puede corregir de inmediato. El error más común es que en los cargos de atención al cliente se coloca a personas que detestan tratar con gente, que no tiene paciencia y que no tiene el servicio a la comunidad como primera misión.

3. ¿Cómo logramos cambiar la percepción del usuario cuando este ha sufrido una mala atención?

Es muy difícil, cuando la percepción del cliente toma forma, con verdadera dificultad se lograr borrar de la mente del usuario. Esto toma tiempo conseguir y depende de los próximos meses de utilizar el servicio o consumirlo para que el usuario cambio o distorsione su concepto. Por supuesto si la entidad trabaja en aquello.

4. ¿Podría sugerir un modelo de atención al cliente que se pueda implantar en el registro civil?

Para esta institución más que un modelo, se necesitaría desarrollar un programa de capacitación que permite a largo plazo contar con personas capacitadas y volantes (persona de reemplazo) que cubra espacios cuando los principales de cada cargo estén de vacaciones o de servicios, por ello,

andes de adoptar un modelo es necesario preparar a su personal y seleccionarlo de acuerdo a sus potencialidades para que empaten el funcionario su profesión, su personalidad y pueda presentarse al usuario una persona que agrade y sea el espejo de la institución.

5. ¿Cómo ve usted el manejo de la atención al cliente en el registro Civil de la agencia sur de Guayaquil?

Es una burbuja de jabón que se va diluyen con el tiempo sino se hace el seguimiento a los procesos internos y fortaleciéndolos se borrara lo realizado en los años anteriores, el despido de personas capacitadas permite la ruptura de este encadenamiento de los procesos y si se los reemplaza por personas nuevas estas no cuentan con la experticia y la memoria histórica que brinde seguridad en los procesos.

PROPUESTA

PLAN DE MEJORAS

La propuesta se define en términos de aspiraciones de mejoras en cuenta ala atención del cliente en este caso usuario, utilizando la capacitación como medio de mejora.

Solución	¿Que?	¿Por qué?	¿Donde?	¿Quién?	¿Cuándo?	¿Cómo?	¿Cuánto?
Capacitar sobre el manejo de una plataforma administrativa contable	Optimizar el uso del Software o base de datos que permita dar al usuario un servicio integral	Por qué necesita que el servicio sea completo y de velocidad	En las instalaciones del registro civil al sur de la ciudad	El director de agencia	2021	Mediante charlas virtuales de profesionales o expertos	N/A
Capacitar en procesos de selección contratación de personal	Capacitar al personal de talento humano en la sección contratación de personal idóneo	Por qué el recurso humano existe, pero no ha recibido una capacitación efectiva al respecto.	En las instalaciones del registro civil al sur de la ciudad	Expertos en el área	2º semestre del año 2021	Mediante charlas virtuales de profesionales o expertos	N/A
Reducir los espacios inadecuados del registro civil	Realizar una revisión sobre las áreas de acceso para los usuarios de las instalaciones	Porque es necesario comprobar que tiene el debido mantenimiento	En las instalaciones del Registro Civil tanto en la parte interna como la externa	Administrador del edificio	Mayo 3/2020	A través de un documento como check list que contenga en detalle las características	\$ 1.500
Incrementar la productividad en la línea de producción de los servicios ofertados por el Registro Civil	Identificar problemas en el esquema del proceso de la producción de los servicios	Porque es necesario bajar los tiempos en la atención al usuario, observar los tiempos muertos	En los módulos de atención al usuario	La administración y sistemas informáticos	Mayo 11/2020	Realizar un focus grupo con los empleados, operarios	N/A.

Afianzar el compromiso de los colaboradores	Planificar una serie de eventos motivacionales para afianzar los compromisos	Porque permitirá comprometer a cada uno de los colaboradores en cada una de sus misiones	En cada área	La gerencia de operaciones	Mayo 3 /2020	Realizar eventos para establecer mejoras en cada área y firmar un acta de compromiso individual	N/A.
Incrementar la mejora continua	Realizar focus group con funcionarios para determinar cómo agregamos valor a los servicios	Para tomar en consideración los aporte que nos pueden contribuir	En los puntos de servicio de nuestros clientes	La administración y sistemas informáticos	Mayo 20/2020	Invitando a varios grupos a conocer las instalaciones y aplicarles instrumentos para determinar las necesidades	\$200
TOTAL							\$1.700

Conclusiones

- Se revisó las teorías que contribuyeron a construir el marco teórico y las herramientas necesarias para elaborar los instrumentos de investigación
- Se realizó el diagnóstico de la situación actual a través de la aplicación de los instrumentos que logró contar con datos actualizados de las opiniones de los funcionarios.
- Se construyó un instrumento en donde se describió los pasos necesarios para mejorar la atención interna y externa.

Recomendaciones

- Se recomienda mantener personal que conozca todo el y los procesos que realizan el Registro Civil, pues la alta rotación y los despidos masivos, ocasionan un daño irreversible en el proceso de calidad de los servicios.
- La reducción de los tiempos es uno de los factores que agradan a los usuarios de los servicios y es un factor diferencial que beneficia la imagen de la institución.
- El mensaje, los canales son medios que aportan en la información del usuario y proporciona seguridad y confianza en los procesos, es necesario que realicen el seguimiento a los medios y redes sociales.

Bibliografía:

- Aleman, B. C., Alonso, S. J., & Garcia, S. M. (2011). *Servicios Sociales publicos* . Colombia : Tecnos.
- Aristizábal, H. (2014). *Metodologia ara la medicion de la satisfacon de os usuarios* . España : Editorial academica española.
- Awad, E. M. (2006). *Comercio electronico*. Colombia: Anaya multimedia.
- Blanco, P. A. (2013). *Atencion al cliente*. Colombia: FC editorial.
- Blanco, r. A. (2008). *Atencion al cliente*. España: Piramide .
- Brown, A. (2012). *Gestion de la atencion al cliente*. España: Diaz de Santos .
- Canela, L. J. (2003). *La gestion por la caldad total*. España: Ra-ma S. A. .
- Cardenas, J. O., & Farfan, P. J. (2015). *Gestion por procesos y la satisfaccion de los usuaaios* . España: Editorial Academica Española.
- Castilo, E. A., & Fernandez, T. M. (2015). *Protocolo y relaciones pubicas* . Colombia: Sintesis S.A.
- Ceballos, A. R. (2013). *Administración del servicio de atención al usuario*. España : Agapea.
- Clarciev, c. I. (2005). *EStadística vitales* . Quito: Nacional .
- Claudiel, P. (2018). *La investigacion* . Colmbia: Ediciones Salamandra.
- Cottle, D. (2011). *El servicio centrado en el cliente*. España: Santos .
- Diago, F. E. (2021). *Pincelazos del servicio al cliente*. España: POlitecnico Grancolombiano.
- Diago, F. F. (2012). *Pincelazos del servicio al cliente*. Colombia: Grancololombiano.
- Direccion, g. d. (1983). *Funciones de la direccion* . Guayaquil : Nacional .

- Dominguez, D. A., & Munoz, V. G. (2010). *Metricas del Marketing* .
Colomia : ESIC Editorial .
- Dueñas, N. d. (2015). *Sistemas de informacion y bases de datos de consumo*. España : IC editorial .
- Editorial, C. (2019). *Manual. Tecnicas de recepcion y comunicacion. Actividades Administratias en la relacion con el cliente*. España: Ed. CEP.
- Editorial, M. (2013). *La calidad en servicio al cliente*. España: Editorial Mad.
- Espinoza, R. (2015). *Marketing estrategico*. Mexico: Pearson .
- Fontan, B. J. (2013). *Sistemas de informacion y bases de consumos. Certificados de proesionalidad* . España : Certia editorial .
- Fornell, C. (2008). *El cliente Satisfecho* . España : Deusto.
- Forum, Q. (2012). *Metricas del sistema de gestion de la calidad TI9000*. España: AENOR Internacional.
- Garcia, P. E. (2020). *Empresa y Administracion (Edicion 2020)*. Colombia: Paraninfo.
- Josh, S. (2006). *El profesional del servicio al cliene*. España : Universitaria Ramon Areces.
- Koontz, H. (2008). *Administracion una erspectiva global y empresarial 13 ava. edicion* . Mexico: McGrawHil.
- Kotler & Keller. (2017). *Direccion de marketing*. México: Pearson.
- Maciá, D. F., & Gosende, G. J. (2013). *Marketing Online. estrategias para ganas cliente*. Mexico: Anaya multimedia.
- Mariño, E. P. (2003). *Las comunicaciones en a empresa: Normas, redes y servicios* . Colombia: Editorial y pblicaciones .
- Palomo, M. M. (2014). *Atencion al cliente* . España: Paraninfo .

Peiro, M. J., Jose, R. L., & Martinez Tur, V. (2011). *Calidad de servicio y satisfaccion del cliente*. Mexico: Sintesis.

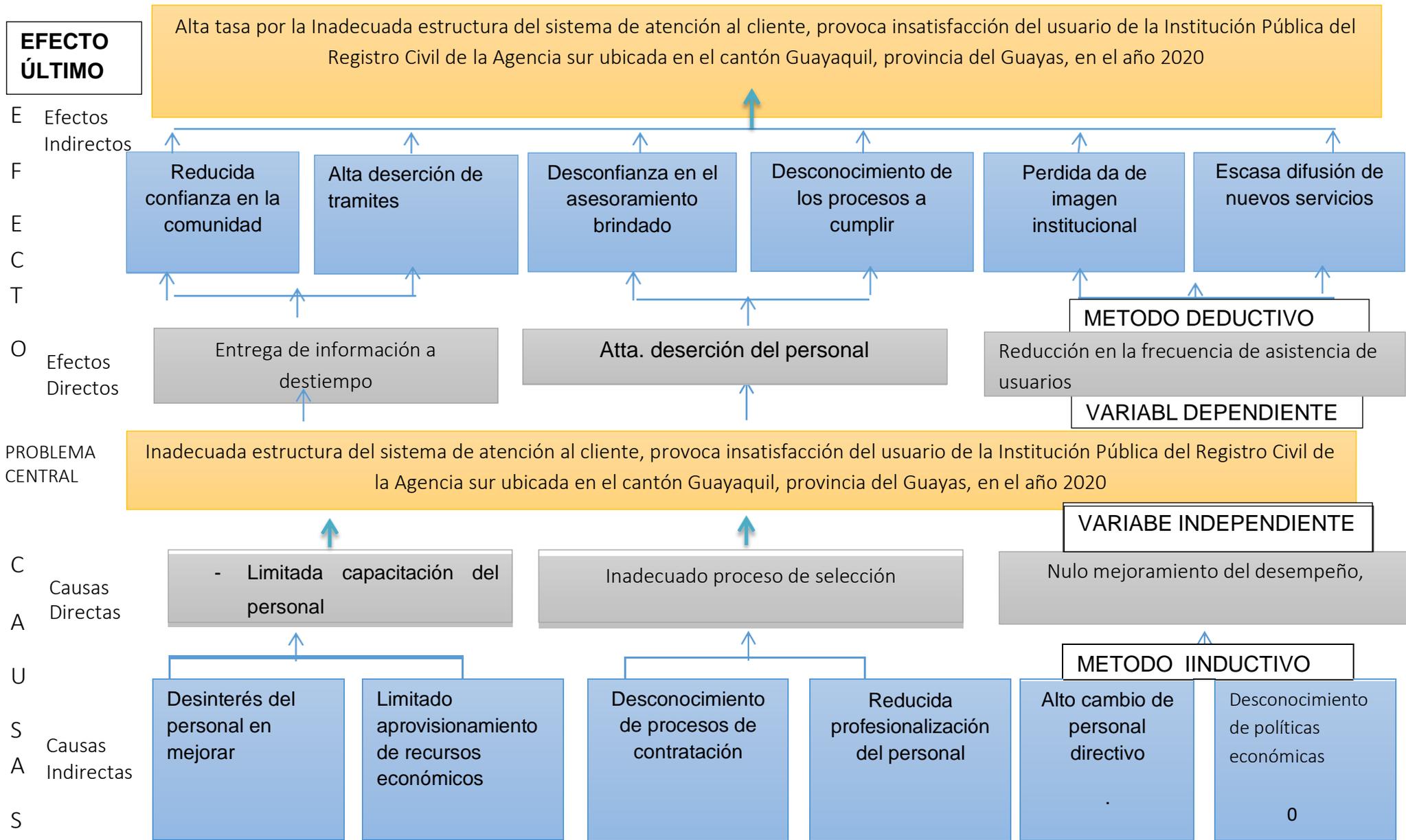
Regisro, c. (2013). *113 años de historia* . Guayaquil: Nacional .

Semplades, S. t. (2008). *Constitucion vigente 2008*. Quito : Nacional .

Tate, R., & Josh, S. (2006). *El profesional del servicio al cliente*. Colombia: Gancolombiano.

Anexos

ÁRBOL DE PROBLEMAS (-)



Misión

Prestamos servicios de registro civil e identificación de manera integral a través de canales físicos y electrónicos con calidad, seguridad, eficiencia y transparencia.

Visión

Al 2021 ser líderes en la prestación e innovación de servicios públicos, aportando significativamente al desarrollo del país, siendo un referente regional

Principios

Orientación al Usuario

Responsabilidad social

Mejora en la calidad de vida laboral

Uso eficiente de recursos

Valores

Honestidad

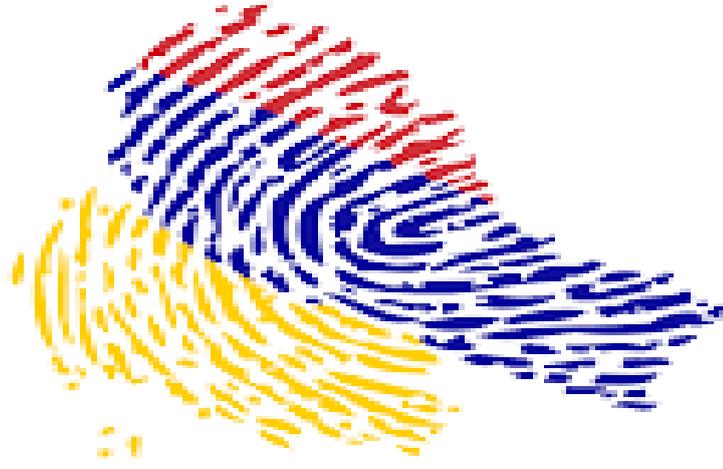
Respeto

Responsabilidad

Compromiso

Apertura al cambio

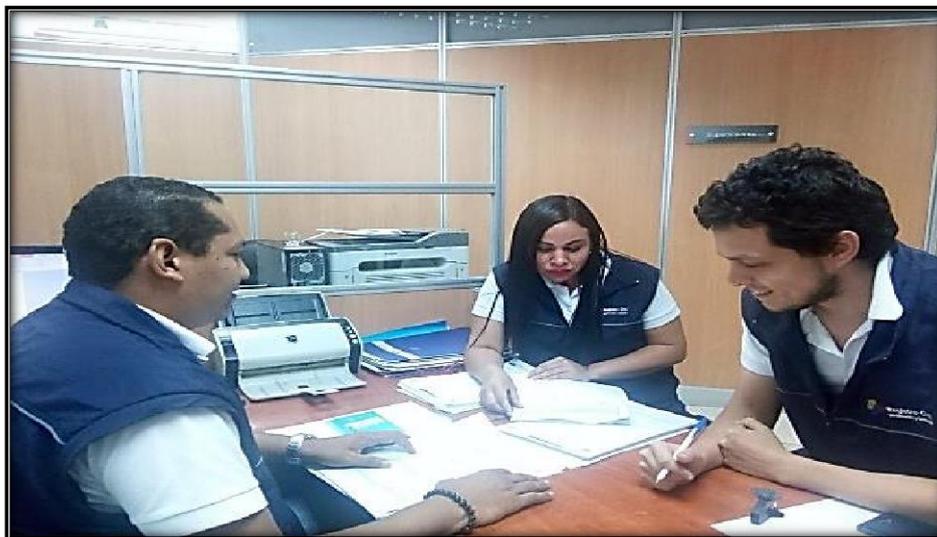
Logo



Registro Civil

Identificación y Cedulación

Fotos



Reunidos con los compañeros del Área de Rectificaciones.

ENCUESTA A USUARIOS

La presente encuesta tiene como objetivo obtener información acerca del nivel de percepción del servicio proporcionado por los servidores públicos que prestan servicio en el Registro Civil de la zona sur de la provincia

12. ¿A qué género pertenece?

Masculino

Femenino

13. ¿Entre que rango esta su edad?

De 16 a 26

De 27 a 37

De 38 a 48

De 49 a 59

De 60 a 70

De 71 a 81

14. ¿Cuál de estas palabras utilizaría para describir el servicio del Registro Civil? ¿Seleccione todas las que aplique?

Confiable

De alta calidad

Útil

Lento

Engorroso

15. ¿Le brinda la infraestructura las instalaciones necesarias para satisfacer sus necesidades?

Extremadamente bien

Muy bien

Algo bien

No tan bien

Nada bien

16. ¿El espacio de atención al cliente se encuentra ordenado, limpio y de buen aspecto?

- Extremadamente bien
- Muy bien
- Algo bien
- No tan bien
- Nada bien

17. ¿El tramite solicitado fue direccionado de una forma clara precisa?

- Extremadamente bien
- Muy bien
- Algo bien
- No tan bien
- Nada bien

18. ¿El tiempo transcurrido para atender su requerimiento cree usted que fue el adecuado?

- Extremadamente bien
- Muy bien
- Algo bien
- No tan bien
- Nada bien

19. ¿El servidor público lo atendió con calidad y calidez humana en su visita a las instalaciones?

- Extremadamente bien
- Muy bien
- Algo bien
- No tan bien
- Nada bien

20. ¿Logró terminar su trámite en una sola visita?

- Extremadamente bien

Muy bien
Algo bien
No tan bien
Nada bien

21. ¿Los canales de comunicación creen que son lo mas adecuados?

Extremadamente bien
Muy bien
Algo bien
No tan bien
Nada bien

22. ¿Usted cree que ha sufrido alguna variación el servicio?

Si era mejor hace unos años
Si era mejor hasta el año pasado
No nunca fue bueno
No fue bueno

ENCUESTA A LOS CLIENTE INTERNOS

La presente encuesta tiene como objetivo obtener información acerca del nivel de percepción del servicio proporcionado por los servidores públicos que prestan servicio en el Registro Civil de la zona sur de la provincia

6. Genero

Masculino

Femenino

7. Edad

De 18 a 28

De 51 a 61

De 29 a 39

De 62 a 72

De 40 a 50

8. ¿Tiene usted claro los procesos internos que realiza la Institución Publica del Registro Civil de la Agencia Sur ubicada en el cantón Guayaquil al servicio a la comunidad?

Extremadamente bien

Muy bien

Algo bien

No tan bien

Nada bien

9. ¿Tiene usted claro los procesos internos que realiza la Institución Publica del Registro Civil de la Agencia Sur ubicada en el cantón Guayaquil al servicio a la comunidad??

Extremadamente bien

Muy bien

Algo bien

No tan bien

Nada bien

10. ¿Cuenta con los equipos necesarios para realizar sus funcione y estos le colaboran para brindar un mejor servicio??

Extremadamente bien

Muy bien

Algo bien

No tan bien

Nada bien

11. ¿Considera usted que la alta rotación de personal afecta directamente a la atención del servicio a la comunidad?

Extremadamente de acuerdo

Muy de acuerdo

Algo de acuerdo

No tan de acuerdo

Nada de acuerdo

12. ¿Considera usted qué el nivel de satisfacción del cliente se reduce progresivamente?

Extremadamente de acuerdo

Muy de acuerdo

Algo de acuerdo

No tan de acuerdo

Nada de acuerdo

ENTREVISTA A EXPERTO

Objetivo: Conocer sobre el estado de la técnica que permite elevar la calidad de servicios los clientes con el fin de mejorar los servicios.

- 13. ¿Con qué experiencia usted cuenta sobre la atención al cliente?**
- 14. ¿Cuáles errores según su opinión son más concurrentes en el proceso de atención al cliente?**
- 15. ¿Cómo logramos cambiar la percepción de cliente cuando este ha sufrido una mala atención?**
- 16. ¿Podría sugerir un modelo de atención al cliente que se pueda implantar en el registro civil**
- 17. ¿Cómo ve usted el manejo de la atención al cliente en el registro Civil de la agencia sur de Guayaquil?**