



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS**

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:  
TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**Estrategia de servicio en los procesos administrativos del  
área de secretaria del gobierno autónomo descentralizado  
G.A.D del cantón Quinsaloma Provincia de los Ríos**

**Autor: Garofalo Zapata Edgar Javier**

**Tutor: Ing. Javier Jiménez Peralta, Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**2020**

## **DEDICATORIA**

En la vida nos encontramos muchas barreras, difíciles, pero no imposible de alcanzar; el presente proyecto está dirigido primeramente a Dios, ya que retomé mis estudios a los 17 años, y cumpla mi sueño de ser un profesional y poder servir a la sociedad competitiva. A mi querida madre por darme la vida a mi padre por inculcarme los mejores consejos para salir a delante, a mi querida esposa, a mis hijos, por inspírame día a día y conseguir la meta planteada, mis hermanos, familiares y amigos que de una u otra manera me ayudaron con su apoyo moral y psicológico para el logro de mi objetivo.

**Garofalo Zapata Edgar Javier**

## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento eterno a mi Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología. Después de años de esfuerzo, sacrificios dedicación alegrías y tristezas, a mis estimados maestros y maestras por los conocimientos compartidos, a mis compañeros por brindarme la confianza y amistad, los recordaré y los llevaré siempre en mi corazón. A mi recordado padre, que desde el cielo me ha dado sus bendiciones y sé que él está orgulloso de mi.

Gracias a la vida por este nuevo triunfo, y a cada una de las personas que confiaron y creyeron en mí.

**Garofalo Zapata Edgar Javier**



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS**

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:**

**TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**TEMA**

**Estrategia de servicio en los procesos administrativos del  
área de secretaria del gobierno autónomo descentralizado  
G.A.D del cantón Quinsaloma Provincia de los Ríos**

**Autor: Garofalo Zapata Edgar Javier**

**Tutor: Ing. Javier Jiménez Peralta, Mgs.**

**Resumen**

La presente investigación se basa en identificar las causas que generan un problema en el modelo de atención a los usuarios en el área de secretaria del G.A.D en el cantón de Quinsaloma. Por ende, se deberá incorporar procesos de servucción para dar herramientas de calidad que puedan cumplir los procesos cada colaborador del departamento de secretaria de manera eficiente para generar una satisfacción en los usuarios en cada tramite que se otorgue a los ciudadanos dentro de las oficinas del municipio.

**Palabras Claves: Servicio**

**CRM**

**Satisfacción al usuario**



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS**

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:**

**TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**TEMA**

**Estrategia de servicio en los procesos administrativos del  
área de secretaria del gobierno autónomo descentralizado  
G.A.D del cantón Quinsaloma Provincia de los Ríos**

**Autor: Garofalo Zapata Edgar Javier**

**Tutor: Ing. Javier Jiménez Peralta, Mgs.**

**Abstract**

The present investigation is based on identifying the causes that generate a problem in the model of attention to users in the secretary area of the G.A.D in the canton of Quinsaloma. Therefore, service processes should be incorporated to provide quality tools that each employee of the secretary department can fulfill efficiently to generate user satisfaction in each process that is granted to citizens within the municipal offices.

**Key Words: CRM    Service    User Satisfaction**

## INDÍCE GENERAL

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR .....	iv
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN .....	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT .....	vii
Resumen .....	viii
Abstract .....	ix
INDÍCE GENERAL .....	x
CAPÍTULO I .....	1
1. EL PROBLEMA .....	1
1.1. Planteamiento del Problema .....	1
1.2. Ubicación del Problema en un Contexto .....	2
1.3. Situación Conflicto .....	2
1.4. Formulación del Problema .....	3
1.5. Evaluación del Problema .....	4
1.6. Variables de la Investigación .....	5
1.7. Delimitación de Problema .....	5
1.8. Objetivos de Investigación .....	5
1.9. Justificación e Importancia .....	6
CAPITULO II .....	7
2. MARCO TEÓRICO .....	7

2.1. Antecedentes históricos.....	7
2.2. Antecedentes Referenciales .....	17
2.3. Fundamentación Legal .....	19
2.4. Variables de la investigación .....	20
2.5. Glosario de Términos .....	20
CAPITULO II.....	22
3. METODOLOGIA.....	22
3.1. Información de la Organización .....	22
3.1.1. Historia.....	22
3.1.2. Fecha, ley o resolución en que fue aprobada o constituida. ....	22
3.1.3. Código Orgánico De Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD) .....	23
3.1.4. Como gobierno autónomo descentralizado municipal .....	24
3.1.5. Misión .....	24
3.1.6. Visión .....	24
3.1.7. Organigrama .....	25
3.1.8. Descripción de los servicios del GAD de Quinsaloma .....	26
3.2. Diseño de Investigación.....	28
3.3. Población .....	29
3.4. Muestra.....	29
3.5. Técnicas de Investigación.....	31
3.6. Herramientas de Investigación.....	31
CAPITULO IV .....	32
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....	32

4.1. Análisis de Encuesta .....	32
4.2. Análisis de Entrevista a Profundidad – Cliente Interno.....	40
4.3. Plan de Mejora.....	42
4.4. Conclusiones .....	46
4.5. Recomendaciones .....	47
Bibliografía .....	48



## **INDICE DE TABLA**

Tabla 3. 1: Población .....	29
Tabla 4. 1: Genero .....	32
Tabla 4. 2: Nivel de Servicio.....	33
Tabla 4. 3: Dirección.....	34
Tabla 4. 4: Punto de Atención .....	35
Tabla 4. 5: Punto de Atención .....	36
Tabla 4. 6: Sistema de Turnos .....	37
Tabla 4. 7: Trámites en línea .....	38
Tabla 4. 8: Call Center.....	39

## INDICE DE FIGURA

Figura 2. 1: Aspectos del Servicio.....	8
Figura 2. 2: Proceso de comunicación .....	11
Figura 2. 3: Proceso de negocio .....	14
Figura 2. 4: Proceso de servicio y recursos.....	14
Figura 2. 5: Modelo Gronroos.....	15
Figura 2. 6: SERVQUAL .....	16
Figura 3. 1: Organigrama.....	25
Figura 4. 1: Genero .....	32
Figura 4. 2: Nivel de Servicio .....	33
Figura 4. 3: Dirección .....	34
Figura 4. 4: Punto de Atención .....	35
Figura 4. 5: Punto de Atención .....	36
Figura 4. 6: Sistema de Turnos .....	37
Figura 4. 7: Trámites en línea.....	38
Figura 4. 8: Call Center.....	39

## **CAPÍTULO I**

### **1. EL PROBLEMA**

#### **1.1. Planteamiento del Problema**

La calidad del servicio es una filosofía a nivel internacional que las empresas deben incorporar en sus programas empresariales para garantizar la sostenibilidad y relación con los clientes a largo plazo. Actualmente, existe una ardua batalla en el mercado por tener un excelente servicio al cliente en busca de retener a los usuarios, compradores y clientes en una empresa como parte de su modelo de negocio que se deberá entregar al mercado (López, 2013).

Es necesario que a nivel mundial y Latinoamérica se promuevan a los empresarios, directivos en promover una cultura de capacitación en temas de servicio al cliente para fortalecer su atención en su organización y lograr vínculos de relación sustentable con los clientes actuales para garantizar la venta de su producto de manera rentable. El servicio al cliente en las instituciones públicas del Ecuador se basa en una normativa legal sobre servicio de calidad y la cultura interna que se promueve en las instituciones públicas del Ecuador que está bajo la Ley Orgánica del Servicio Público en el acuerdo ministerial 0055 en donde se especifica la calidad de servicio que debe entregar cada funcionario público dentro de las administración central como parte del proceso de control que realiza cada administración pública (Ute, 2018).

Por tal razón es importante en estos tiempos aprovechar los avances tecnológicos han generado un cambio radical de como entregar el servicio al cliente o usuario para buscar su mayor satisfacción en la recepción del producto o servicios y así tener un acercamiento más directos con los usuarios y culturizarlos que tengan canales de comunicación más directos,

asertivos e inmediatos para otorgar una calidad en el servicio (Fernandez, 2018).

Las instituciones públicas y privadas se deben preocupar en invertir en métodos, herramientas y la utilización de estrategias de servicios que generen una motivación a los directivos en invertir en el capital humano, técnicos y tecnológicos que promover medios digitales y presenciales que sean efectivos para atender la demanda de servicio de los usuarios que se acerquen a solicitar información o requerimiento al Gobierno Autónomo Descentralizado G.A.D del cantón Quinsaloma.

### **1.2. Ubicación del Problema en un Contexto**

El Gobierno Autónomo Descentralizado G.A.D. del cantón Quinsaloma se encuentra situado Av. 3 de mayo y San Lorenzo en donde se realizaría el estudio investigativo sobre el modelo de atención al usuario que se otorga a los ciudadanos.

### **1.3. Situación Conflicto**

En el cantón Quinsaloma el G.A.D municipal cuenta con colaboradores que brindan el servicio al usuario en sus oficinas cantonales; pese a esto, no existe mejoras en el proceso de atención al usuario y mejorar los indicadores de atención en cada proceso de servicio que requiere el usuario a efectuarse en las oficinas.

El problema de investigación se suscita en cambiar el modelo de atención que deberá entrega las autoridades municipales y los colaboradores con herramientas más directas con el usuario en oficinas y canales de atención digitales como telefónica o internet

Tabla1: Entorno

Causas	Consecuencias
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quejas de usuario por procesos burocráticos de los funcionarios públicos.</li> <li>• Inexistencia de indicadores de satisfacción a los funcionarios públicos que efectúan un modelo de atención a los usuarios.</li> <li>• Ausencia de control en los procesos administrativos que se otorgan a los usuarios</li> <li>• Falta de cumplimiento de los indicadores de satisfacción.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausencia de control en el modelo de atención al usuario a los ciudadanos que realizan sus procesos en el Gobierno Autónomo Descentralizado G.A.D. del cantón Quinsaloma.</li> <li>• Ausencia de control en los procesos administrativos que se otorga a los usuarios.</li> <li>• Inadecuados procesos de servicios que se otorgan a los usuarios en el área de secretaria.</li> </ul>

Elaborado por: Garofalo (2020)

Lo antes detallado, corresponde al levantamiento de información que se efectuó en el problema de investigación que no se ejecuta en el modelo de atención al usuario que debe otorgar cada colaborador como parte de la política de calidad de servicio que está normado en la Ley Orgánica de servicio público.

#### 1.4. Formulación del Problema

¿Cómo influye la aplicación de estrategia de servicio, para mejorar la satisfacción del usuario en los procesos administrativos del área de secretaria del Gobierno Autónomo Descentralizado G.A.D. del cantón Quinsaloma, provincia de los Ríos en el año 2020?

## 1.5. Evaluación del Problema

Para el análisis de la evaluación del problema se consideró los siguientes aspectos a evaluar:

- **Delimitado:** La institución G.A.D Municipal de Quinsaloma ubicado en la provincia de Los Ríos debe mejorar el aspecto de atención al usuario de los trámites municipales que debe ejecutar cada ciudadano en las oficinas del municipio.
- **Claro:** La necesidad de mejorar el modelo de atención al usuario se enfoca para mejorar los procedimientos de servicio que se deberá generar al usuario por parte de los colaboradores.
- **Evidente:** Se identificó a través del análisis de información que el área de atención al ciudadano no presenta informes del nivel de satisfacción de los usuarios mensuales, trimestral y anuales de cómo se otorga la atención a los ciudadanos.
- **Concreto:** Las acciones y estrategias de servicio que se ejecute en el modelo de atención deben ser flexible y medible para mejorar el modelo de servir a los ciudadanos.
- **Relevante:** Las acciones de mejora en la atención de servicio que se ejecuten para beneficio de la ciudadanía deberá estar alineada en satisfacer las necesidades de los usuarios con una entrega de información clara y precisa a cada usuario que requiere el servicio.
- **Original:** La implementación de cambiar el modelo de atención en canales convencionales y no convencionales que se otorgue un servicio de calidad a los usuarios para garantizar la satisfacción en cada proceso de atención que deberá otorgar el G.A.D de Quinsaloma.

## **1.6. Variables de la Investigación**

- Variable independiente: Estrategia servicio
- Variables dependientes: Satisfacción al usuario

## **1.7. Delimitación de Problema**

- **Campo:** Administrativo
- **Área:** Estrategia de servicio
- **Aspectos:** Mejora la satisfacción del usuario
- **Contexto** Gobierno Autónomo Descentralizado G.A.D
- **Cantón:** Quinsaloma
- **Provincia:** Los Ríos
- **Periodo:** 2020

## **1.8. Objetivos de Investigación**

### **Objetivo General:**

Desarrollar estrategias de servicio para la satisfacción del usuario del área de secretaria en el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Quinsaloma, provincia de Los Ríos.

### **Objetivos Específicos:**

- Fundamentar los aspectos teóricos de la administración relacionado a estrategia de servicio y satisfacción al usuario.
- Diagnosticar el proceso metodológico de atención al usuario que se otorga en el área de secretaria del Gobierno Autónomo Descentralizado G.A.D. del cantón Quinsaloma.
- Diseñar estrategia de servicio en la mejora de los indicadores de satisfacción al usuario.

### **1.9. Justificación e Importancia**

El presente proyecto de investigación es para identificar los inconvenientes de servicio que existe en el área de secretaria en el modelo de atención que se otorga a los usuarios para ofrecer una calidad de servicios a los ciudadanos situados en el cantón Quinsaloma.

Un aspecto de conveniencia en el estudio serán los ciudadanos que obtendrá un mejor modelo de atención por parte de los colaboradores que se encuentra en el G.A.D del municipio de Quinsaloma como parte de los procesos de mejora que deben efectuar en los protocolos de atención.

De manera general, los cambios que se efectuarían en el modelo de atención y la creación de nuevos canales de atención generan una nueva cultura de atender las necesidades de los usuarios por nuevas herramientas en donde pueden adquirir una respuesta a su proceso de atención que busca en el G.A.D de Quinsaloma que será de beneficio para los ciudadanos radicados en el municipio. Los aspectos metodológicos y técnicos que se aplicarán en el estudio de campo serán necesarios para mejorar el problema o situación de atención que se otorgar a los usuarios por parte de los servicios público que deberá entregar un modelo de atención de calidad.

Un punto importante es cambiar la forma de atender a los ciudadanos con protocolos de servicios una calidad en los servicios que requieren en la institución. Es transcendental aplicar la metodología científica correcta en el modelo de servicio G.A.D municipal de Quinsaloma para obtener la satisfacción del usuario y sea el portador del cambio generado en el municipio.



## **CAPITULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes históricos**

Es importante especificar que los administradores o representantes que otorgan sus servicios a los clientes o usuarios no deben caricaturización de la concepción de la vida empresarial; la mejor forma es entregar un servicio que cumpla las expectativas de cada clientes o usuario en donde no se debe especializar en la actitud que tienen los colaboradores sino en como demostrar una calidad de atención a resolver los problemas reales de nuestros beneficiarios (Elegido, 2000).

La prestación de un servicio no es un sinónimo de lujo, es una vocación de atención que se deberá atender al mercado en donde se basa en un parámetro de calidad para mantener el nivel de excelencia en todo momento y en todo lugar. Hay que entender el servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera en el producto – servicio básico en donde la reputación será el principal factor para garantizar su fidelidad hacia una empresa (Publicaciones Vértice, 2008)

Las empresas proporcionaban muchos servicios que reflejaban una tradición e innovar sus procesos internos para garantizar una calidad en sus procesos de contacto con los clientes basándose en la relación a largo plazo. Los servicios tienen una representación a tres o cuatro partes del cual un consumidor no se tomaba como inmutable, esta no cambiaba para que se considere en el valor agregado, el mismo que tiene una representación con ventajas en donde convierte en valores bajo que se espera por el consumidor (Eric de la Parra & Maria Madero, 2003).

Las empresas deben tener una posición competitiva para dar cumplimiento en tres aspectos: en el servicio, en las relaciones y en el valor añadido

Figura 2. 1: Aspectos del Servicio

<b>Servicio</b>	Orientar la empresa <b>al cliente</b> como objetivo integral y prioritario dirigido a obtener su satisfacción y permanecer en el mercado.
<b>Relaciones</b>	Conseguir la fidelización de clientes.
<b>Valor añadido</b>	Nos diferenciará de nuestros competidores, generando una preferencia hacia nuestra empresa.

Percepción	Expectativa
Es el proceso mental por el que se selecciona, organiza e interpreta la información a fin de darle significado. Es la visión de la realidad que una persona tiene, que variará en función de sus circunstancias.	Es aquello que una persona cree que puede o debe ocurrir, y está condicionada por las referencias externas y las experiencias anteriores.

Autor: (Paz, 2005, pág. 3)

En este contexto, el servicio al cliente puede convertirse en una herramienta estratégica de marketing no solo para conseguir que los errores sean mínimos y se pierda el menor número de clientes posibles, sino para establecer un sistema de mejora continua en la empresa (Paz, 2005, pág. 3)

Hay que tener claro, que las empresas deben preocuparse de mejorar sus modelos de atención con herramientas de servicios más acorde al contexto tecnológicos que están sujetos los clientes o usuarios que buscan tener una respuesta inmediata a las acciones que componen elementos tangibles o intangibles.

Los productos o servicios tienen cuatro dimensiones en el modelo de servicio para generar un proceso de relación con cada cliente:

- Genérica: El producto genérico está formado por las características comunes y mínimas.
- Esperada: Añade a la dimensión genérica todos los servicios tradicionales que espera el cliente.
- Aumentada: Ésta añade a lo esperado una serie de ventajas que el cliente no espera, excede sus expectativas y, por tanto, puede proporcionar muchas satisfacciones.
- Potencial: Cuando los beneficios aumentados han perdido su poder de incrementar satisfacción, la empresa debe centrarse en el producto potencial, que incluye todas las cosas que podrían hacerse para atraer y mantener a los clientes que, en el futuro, se convertirán en producto aumentado (Paz, 2005, pág. 5).

Un punto clave y sustancial en los procesos de servicio al cliente es la comunicación que deberán permanecer en el mercado para que obtengan una gran importancia para que sean los precursores e influenciadores a otros segmentos de clientes potenciales que no conocen de la empresa y buscan obtener un producto o servicio que satisfaga sus necesidades de atención.

La estrategia de servicio es una forma de satisfacción, de conformidad con el requerimiento de los clientes, por la necesidad que conserva en cada uno de los mismos y por el cual se contrata; esto se logra por medio de procedimientos de compra, de evaluar los servicios que se entregan, para lograr una excelente experiencia que los clientes satisfacen en mismo que se lleva a cabo en mantener las diferencias de las alturas (Albrecht, 1992).

Para lograr el enfoque estratégico de relación con los consumidores y el mismo resulta con éxito, tiene una dimensión en las empresas a nivel global en las empresas, de tal forma que se realiza de la tecnología, de la calidad y de las culturas de las empresas grandes que se aliaban en las horas de liberar los datos.

De forma tradicional, eternamente existen problemas entre los que prestan servicios y el recibe el servicio lo que surge por una relación que tienen un contacto e incluso llega a una hostilidad y a resentirse con los clientes que se ofenden por no tener un buen trato lo que les otorga a los empleados de la empresa.

En la actualidad existe una relación entre el que suministra el servicio y el cliente llego a un punto crítico, lo que se origina con una cantidad de muchos debates con el gerente, y la profesión de una publicidad que es responsable de comunicación la imagen de la organización, en la cual tiene una identificación de los clientes que cada vez es crítico en relación del servicio que recibimos; los clientes, no es desear un servicio, pero sí que superen las expectativas y necesidades.

No existe diferencia de que los factores se ejercen por un impacto en el interés hacia el servicio, pero ninguno lo ha hecho como una elevada intensidad. Una gran parte de las empresas de servicios que llevan control de las estrategias de servicios en el área de los negocios tiene conocimiento de los clientes tanto internos como externos.

La estrategia de servicio es el instrumento de las ventas, es también la ventaja de competir a largo plazo. De tal forma muy seguido, que le permite lograr a una empresa que opera en la economía de los servicios en las empresas que suministran en la estrategia de servicios.

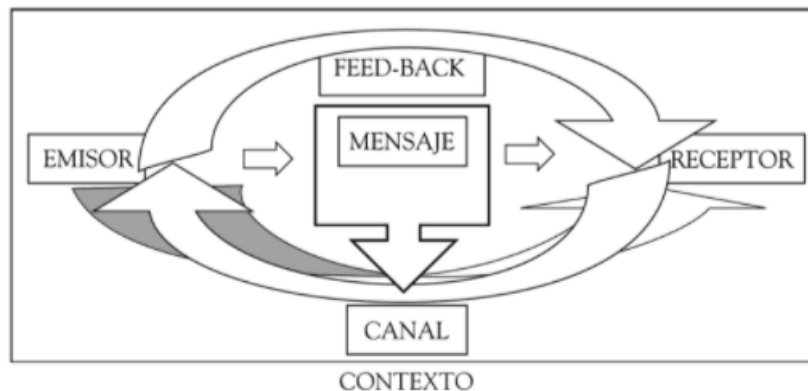
La estrategia de servicio procede de las ventas cae de forma simple. Se vive en una época de demandar la estrategia de servicio muy a menudo los

administradores de empresas no tienen presente la diferencia que tiene una marca en el mercado; en el momento la empresa hace un descubrimiento que un cliente en realidad son los seres humanos y que prestan atención a los clientes.

### **El proceso de Comunicación**

Toda empresa debe establecer un correcto proceso de comunicación del servicio al cliente que constituye una razón para permanecer en la comunicación. La vía más importante es emitir un mensaje por el medio del canal va a tener un canal receptor que va a evaluar los medios tradicionales y digital que se cumple con una satisfacción en la entrega de la información a los usuarios o cliente.

Figura 2. 2: Proceso de comunicación



Autor: (Albrecht, 1992, pág. 8)

Por ende, es normal que las empresas establezcan canales de comunicación óptimo para tener un proceso de relación entre proveedor – cliente o cliente – empresa que su función principal es buscar escuchar a los clientes para obtener una retroalimentación de que acciones se deberían mejorar para buscar mantener las relaciones a largo plazo con los clientes actuales y potenciales.

## **Cultura de servicio**

En la década antigua mencionar los servicios se asocian con la labor menos e indígenas, una vez la década de los cincuenta y en específico durante los setenta, el mismo se posesiono por la idea que los servicios a los clientes era definitivo por no el valor agregado y por el factor que se marca de diferenciar la relación al producto o de los servicios que se entregan a los clientes para satisfacer las necesidades. (Jose Manuel, 2007)

Los servicios como la cultura en las empresas abordan muchos temas de complementos que se determinan en la balanza en los competentes que tiene cada peso, la empresa se invierte por el mejor esfuerzo con ofrecer a los clientes una eficaz experiencia que se cumplan con las expectativas propuestas. Las normas de conducción 7 y los sistemas de recompensa que influyen en las personas tiene una respuesta de elevada calidad. La cultura de los servicios se inicia con un liderazgo de la empresa.

## **El servicio**

Los servicios se practican en muchos sectores de economía era considerado a los consumidores como un valor adicional en el caso de productos tangibles, por la esencia del caso de las organizaciones de servicios, las mismas se caracterizan por ser elevadas por su calidad de servicio y que depende de actitud en las ventas. La calidad de servicio surge por la actitud del personal que trabaja en las pequeñas empresas. (Eric de la Parra & Maria Madero, 2003)

El servicio es un deseo y un convencimiento de aportar a otra persona en la solución a los problemas o satisfacer la necesidad de los clientes. El personal de los niveles en general y de las áreas son consiente de los éxitos de aportar entre una compañía y los clientes que dependían de una forma como atender y como es la imagen que se presenta. El nivel del servicio y su forma de un acercamiento personal en la entrega del servicio es el origen

de distinción y de la ventaja de competir. Por lo consiguiente, la fuerza de una relación entre los clientes y un empleado de contacto es establecer ser leal con los clientes es el motivo por el cual un empleado de servicio es importante el servicio para posesionar de forma competitiva para la empresa. (Lovelock & Wirtz, 2009)

### **Calidad de Servicio**

La calidad de servicio es una evaluación o la misma es valorada de mecanismos para mejorar, de modo difícil que define y varia por las necesidades de los consumidores. Las empresas de servicios se varían de acorde a los tamaños y por las grandes empresas internacionales. (Kotler P & Armstrong G., 2003)

### **Estrategia de Servicio**

Desde el punto de vista teórico el cliente es un elemento fundamental que compone el valor para garantizar su idoneidad para el uso. El cliente percibe la utilidad a partir de los atributos de servicios tendrán un efecto positivo sobre el rendimiento de las tareas asociadas con los resultados deseados; es decir, se deberá garantizar la entrega de servicio de buscar soluciones a los problemas de los clientes dando una variedad de soluciones en el crear, mantener e incrementar el valor.

Los gestores de negocio requieren sistemas de tecnología de información que hagan que los procesos sean más transparentes, sirvan dinámicamente y agilicen los flujos de proceso de negocio. Los procesos de negocio extremo a extremo al punto de depender de sistemas distribuidos para contar con una plataforma que busque de manera integral para lograr proceso de calidad en la entrega del servicio.

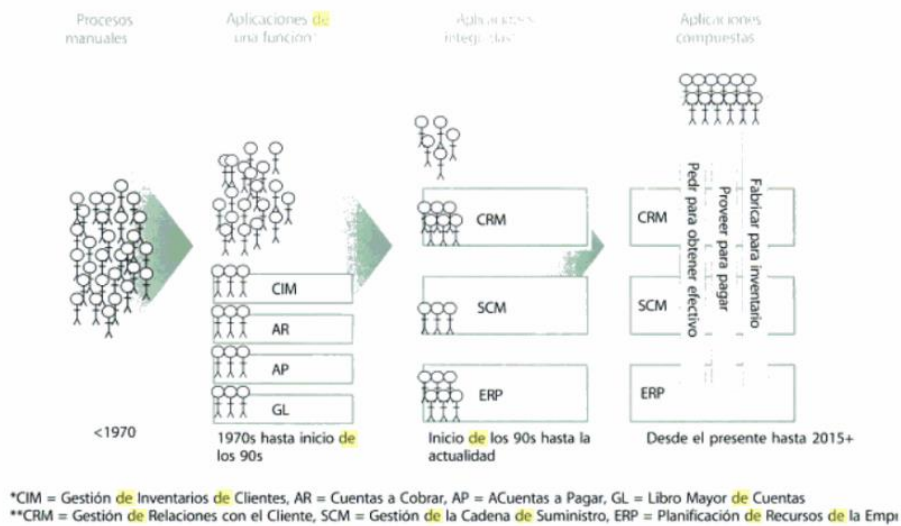
Figura 2. 3: Proceso de negocio



Autor: (Sharon, 2009, pág. 18)

La gestión del servicio debe de garantizar a las empresas en otorgar resultados mediante el uso de los recursos técnicos, humanos e informáticos que deberán atender las solicitudes e inquietudes de los usuarios para poder garantizar una calidad del servicio.

Figura 2. 4: Proceso de servicio y recursos



Autor: (Sharon, 2009, pág. 19)

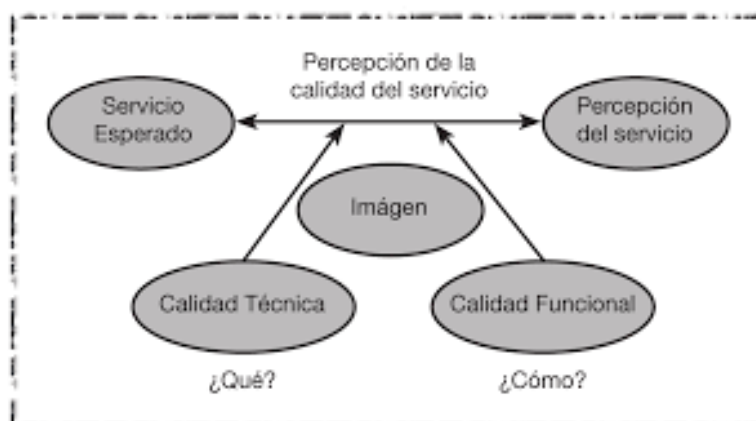


Como se observa en la Figura 2.4 las empresas desde un modelo tradicional migran sus procesos de atención al cliente en sistema ERP y conforme la sociedad avanza se genera una filosofía empresarial CRM en donde se busca registrar toda la información del cliente por cualquiera de los medios de comunicación que se contacte con la empresa para garantizar un servicio de calidad.

### Modelo de Calidad de Gronroos- Gummesson

En este modelo de Gronroos se fundamenta en ayudar a los fabricantes a tener una mejor gestión calidad en el servicio basándose en la calidad percibida en los servicios que busca la evaluación de la percepción de la calidad (Gronroos, 1994)

Figura 2. 5: Modelo Gronroos



Autor: (Gronroos, 1994, pág. 65)

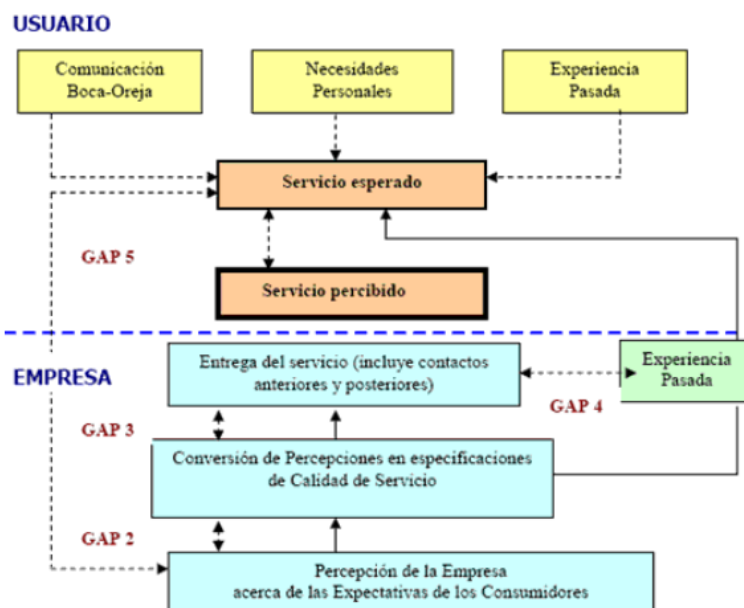
En la Figura 2.5 tiene tres dimensiones **que se da** el servicio como calidad técnica, en **cómo se da** en utilizando la calidad funcional para otorgar una imagen corporativa, en las que se deberá atributos para influir o condicionar una percepción para el producto o servicio para otorgar una calidad percibida.

## Modelo de las brechas de calidad del servicio – SERVQUAL

Es una potente técnica que se utiliza para medir el nivel de la calidad en los tipos de servicios que otorga la empresa para permitir conocer las expectativas de los clientes en donde se busca un diagnóstico de manera global del servicio para construir una sólida forma de entregar el servicio basado en cinco dimensiones: elementos tangibles, la confiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía.

Figura 2. 6: SERVQUAL

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



Autor: (Mora, 2011, pág. 155)

## 2.2. Antecedentes Referenciales

Se presenta la siguiente investigación científica – teórica efectuada que dará soporte al tema en cuestión:

<b>Tema:</b>	Influencia de la atención y servicio al cliente en los ingresos del restaurante asadero Pedro Carbo.
<b>Institución:</b>	Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología
<b>Autor:</b>	Sarita Choez Ronquillo
<b>Año:</b>	2017
<b>Resumen:</b>	El asadero Pedro Carbo esta presentado falencias en la atención al cliente, uno de los inconvenientes es que no se alcanzan para atender a todos los clientes los cuales tienen que esperar hasta 20 minutos para que se les atienda el pedido, el personal no posee técnicas y habilidades para otorgar una calidad de servicio a los clientes.
<b>Semejanza</b>	La relación que tiene el proyecto investigativo se basa en otorgar una calidad en el modelo de atención a los clientes basados en la satisfacción de los clientes para lograr tener un retorno de ellos en el modelo de negocio (Choez, 2017)

<b>Tema:</b>	Estrategias para mejorar el servicio que brinda el almacén de novedades junior pica a partir del año 2017
<b>Institución:</b>	Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología
<b>Autor:</b>	Milton Estuardo Vega Tiglla

<b>Año:</b>	2017
<b>Resumen:</b>	La investigación que se ha ejecutado es con la finalidad de diseñar estrategias que permitan mejorar el servicio que brinda el almacén de novedades Junior Pica de la ciudad de Vinces, la misma que se ha iniciado con un análisis del problema considerando diferentes variables que permitan conocer de forma general y específica los aspectos que hacen generar la insatisfacción en los clientes.
<b>Semejanza</b>	La semejanza del proyecto busca en la satisfacción de los clientes como necesidad imprescindible para mejorar su relación con los usuarios. Es de gran importancia tener una excelente relación porque serán ellos los propios comunicadores de los servicios que otorga el GAD Municipal de Quinsaloma para cambiar la apreciación que presenta en los actuales momentos la empresa en el modelo de servicio que ejecuta los colaboradores internos con cada usuario en el módulo de atención (Vega , 2017).

<b>Tema:</b>	Mejora en los servicios generales de un hospital privado de la ciudad de Guayaquil
<b>Institución:</b>	Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología
<b>Autor:</b>	Johanna Edith Huachisaca Vera
<b>Año:</b>	2015

<b>Resumen:</b>	<p>El trabajo desarrollado tiene como objeto proponer una mejora en el servicio de limpieza de los servicios generales del Hospital privado MDS &amp; Asociados de la ciudad de Guayaquil.</p> <p>Es decir las empresas deben preocuparse en otorgar un excelente servicio en sus protocolos de atención de salud en la parte Hospitalaria para generar confianza y trazabilidad en la atención que se otorgue a los usuarios.</p>
<b>Semejanza</b>	<p>La relación que el proyecto investigativo es mejorar cada proceso de atención con los usuarios para mejorar sus protocolos de servicio en el área Hospitalaria para garantizar la calidad de servicio a cada usuario que lo solicite en la organización (Huachisaca, 2015).</p>

### 2.3. Fundamentación Legal

En el ejercicio del servicio público demanda un estricto apego a las normas jurídicas donde se define al ámbito de acción que lo establece en el artículo 425 de la constitución 2008, COOTAD, LOEP, COPFP, LOSEP entre otras que dispone a los promotores públicos de iniciativas de modelos de gestión como a empresas públicas de los GAD.

**Artículo 53:** Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarios y consumidoras y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

**Artículo 54:** Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan y comercialicen bienes de consumo serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio (Vásquez, 2017).

## 2.4. Variables de la investigación

- **Variable independiente: Estrategia servicio**

El servicio es la relación que se establece con los usuarios para lograr un ambiente de entorno amigable y fidelidad en donde la apariencia del ambiente tanto físico como un elemento que experimenta el cliente en el sitio en donde se entrega el mismo servicio. Se diseño con un entorno y estrategia que causa esfuerzo, el tiempo y se dedica a una mejora de interactuar con los clientes o usuario para lograr su total satisfacción (Lovelock & Wirtz, 2009).

- **Variable dependiente: Satisfacción al usuario**

Se define como la percepción de los clientes en un determinado grado en el cual cumplen requisitos para lograr una satisfacción al cliente, porque al no aplicar los procesos de servicios correcto con los clientes se genera un sistema de quejas e insatisfacción en donde el promotor del servicio deberá evaluar para efectuar las mejores continúa (Thompson I, 2006).

## 2.5. Glosario de Términos

- **Clientes:** Es una persona, una empresa que obtiene de forma voluntaria los productos o de los servicios que necesitan o que desea para así mismo, para que otro individuo o para las organizaciones por tal motivo importante por el que se crean, se producen, se fabrican y por último se comercializa de los servicios.
- **Servicio:** Lo que una empresa oferta, a quienes lo ofrecen y se da por el medio de los procedimientos.
- **Calidad:** Es un grado en el cual los servicios satisfacen a los consumidores que cubren de forma sólido las necesidades, los deseos y todas las expectativas de los clientes.

- **Calidad de servicio:** Considerado una evaluación epistemológica a un largo plazo que causan los clientes de prestar un servicio determinado a las empresas.
- **Canales de entrega:** Es un medio físico y también electrónico que una compañía de los servicios que también es por el apoyo de intermediarios se usa para realizar entregas de una o varios elementos de productos o de los clientes.
- **Falla de servicios:** Es una percepción de un cliente de uno o más aspectos determinados de una entrega de los servicios que no tienen un cubrimiento de las expectativas que esperan.
- **Garantía de los servicios:** Considerada como la promesa de prestar un servicio que no logra los estándares definidos, los clientes tienen un derecho de varias formas de comprender.
- **Modelo de un servicio:** Es la declaración determinada por la naturaleza de la información de los servicios que una empresa ofrece a sus clientes el recto de los servicios conocidos como el concepto de entregar un servicio al consumidor, y el modelo de servicio corresponde a la forma de generar un ingreso que cubra el costo y se mantenga su viabilidad financiera.
- **Recuperar los servicios:** Es una responsabilidad sistemática de la compañía luego del fallo de los servicios para hacer la corrección a un problema y que se conserve la buena energía de los clientes.
- **Satisfacción:** Se conoce como una información por parte de los clientes es importante para la empresa que pretende ser eficiente. Midiendo la satisfacción de los clientes es posible encontrar.

## **CAPITULO II**

### **3. METODOLOGIA**

#### **3.1. Información de la Organización**

##### **3.1.1. Historia**

Quinsaloma es el cantón más joven del Ecuador ya que fue creado el 20 de noviembre del 2007, mediante publicación del Registro Oficial N°215 previamente había pertenecido al cantón Ventanas, en calidad de parroquia desde 15 de noviembre del año 1979 hasta su fecha de cantonización.

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Quinsaloma, según ley de la COOTAD en el Art. 20.- Cantones.- Los cantones son circunscripciones territoriales conformadas por parroquias rurales y la cabecera cantonal con sus parroquias urbanas, señaladas en su respectiva ley de creación, y, por las que se crearen con posterioridad, de conformidad con la presente ley.

A principios del 2005, se genera el comité de instituciones representativas de sus entonces 13145 pobladores empezó a trabajar en pro de su cantonización, aunque las autoridades de la provincia de Cotopaxi pusieron reparos a esta pretensión argumentando que quería arrebatar 1000 hectáreas que eran pertenecientes al cantón Pangua y cual fue vetada esta iniciativa por el ex presidente Abdalá Bucaram Ortiz.

##### **3.1.2. Fecha, ley o resolución en que fue aprobada o constituida.**

La siguiente Ordenanza que Reforma el nombre del Gobierno Municipal del Cantón Quinsaloma por el de "GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL EL CANTÓN QUINSALOMA", de conformidad con lo que dispone el Art. 322 del COOTAD, sanciono y promulgada la presente Ordenanza con fecha seis de junio del 2011.

#### **OBJETO SOCIAL**



### **3.1.3. Código Orgánico De Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD)**

**Art. 2.- Objetivos.-** Son objetivos del presente Código:

- a) La autonomía política, administrativa y financiera de los gobiernos autónomos descentralizados, en el marco de la unidad del Estado ecuatoriano;
- b) La profundización del proceso de autonomías y descentralización del Estado, con el fin de promover el desarrollo equitativo, solidario y sustentable del territorio, la integración y participación ciudadana, así como el desarrollo social y económico de la población;
- c) El fortalecimiento del rol del Estado mediante la consolidación de cada uno de sus niveles de gobierno, en la administración de sus circunscripciones territoriales, con el fin de impulsar el desarrollo nacional y garantizar el pleno ejercicio de los derechos sin discriminación alguna, así como la prestación adecuada de los servicios públicos;
- d) La organización territorial del Estado ecuatoriano equitativa y solidaria, que compense las situaciones de injusticia y exclusión existentes entre las circunscripciones territoriales;
- e) La afirmación del carácter intercultural y plurinacional del Estado ecuatoriano;
- f) La democratización de la gestión del gobierno central y de los gobiernos autónomos descentralizados, mediante el impulso de la participación ciudadana;
- g) La delimitación del rol y ámbito de acción de cada nivel de gobierno, para evitar la duplicación de funciones y optimizar la administración estatal;

- h) La definición de mecanismos de articulación, coordinación y corresponsabilidad entre los distintos niveles de gobierno para una adecuada planificación y gestión pública;
- i) La distribución de los recursos en los distintos niveles.

#### **3.1.4. Como gobierno autónomo descentralizado municipal**

- Incrementar el presupuesto, las recaudaciones y buscar líneas de crédito sean estas nacionales o internacionales para las mejoras del cantón agricultor
- Fortalecer la institucionalidad
- Mejorar la calidad de los servicios municipales
- Mejorar los servicios en vialidad urbana y rural, en su trasportación terrestre

#### **3.1.5. Misión**

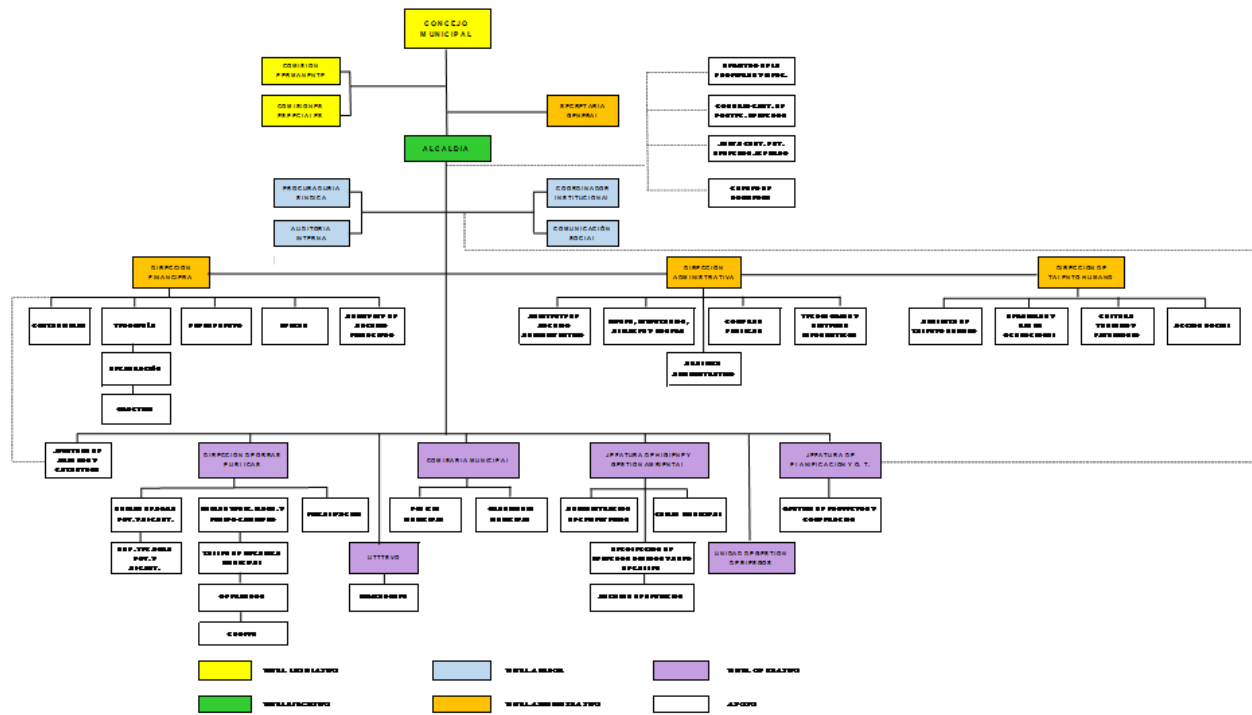
Construir el desarrollo social, económico, productivo, vial, en un ambiente sano, fomentado el empleo, vivienda, seguridad y participación ciudadana, mediante una planificación estratégica integral que garantice el progreso, riqueza sustentable de la población del Cantón a fin de garantizar el buen vivir.

#### **3.1.6. Visión**

Que en cada administración de turno su misión sea la eficiencia y la transparencia cimentado en una institucionalidad pública, honesta y equitativa caracterizada por la excelencia y efectividad que garantice el ejercicio de los derechos humanos fundamentales con todos los actores del desarrollo.

### 3.1.7. Organigrama

Figura 3. 1: Organigrama



Autor: Garofalo (2021)

### 3.1.8. Descripción de los servicios del GAD de Quinsaloma

El proceso de registro del modelo de atención del usuario no lo ejecutan en un software informático en donde es lo óptimo por el modelo de atención de calidad que se debe otorgar a cada ciudadano que requiere diferentes trámites para ejecutar dentro del GAD de Quinsaloma.

Tabla 3. 1: Registro de Trámites de Servicio en GAD de QUINSALOMA

<b>REGISTRO DE TRAMITES 2020 GADM DEL CANTON QUINSALOMA</b>		
<b>DOCUMENTOS ENTREGADOS A LA PROSECRETARIA</b>		
<b>FECHA DE ENTREGA</b>	<b>INSTITUCION, PERSONA O DEPARTAMENTO QUE EMITE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
1/9/2020	AME	Actualización de base de datos
1/9/2020	Secretaria General	Trámite de Oswaldo Santillán Rosado/Avalúo y Catastro
1/9/2020	Cecilia Macías Mora	Se principal 01 al 31 de agosto de 2020
2/9/2020	Ministerio del Ambiente y Agua	Comité virtual para el 09/09/2020
2/9/2020	MIDUVI	Socialización la norma NEC
2/9/2020	BDE	Solicitud de financiamiento/Gestión Patrimonial
2/9/2020	AME	Rendición de cuenta periodo fiscal 2019
2/9/2020	Torres Luna Roxana	Solicita una bóveda en el cementerio J.J.J
2/9/2020	Unidad de Transito Quinsaloma	Informe técnico de los salvo conducto
3/9/2020	Secretaria General	Trámite de Félix Fortunato Martínez/Avalúo y Catastro
3/9/2020	Secretaria General	Trámite de Puente Gallegos Gladys/Avalúo y Catastro
3/9/2020	Cesar Gabriel Villacis Lucio	Fraccionamiento , barrio 12 de octubre
3/9/2020	María P. García Rivera	Fraccionamiento , Recto La Fortuna
3/9/2020	Chelan Tiño Eva	Inspección de Jefatura Planifica
3/9/2020	Jacqueline Carrera Chico	Inscripción de catastro a la posesión efectiva

3/9/2020	Franklin Carrera Chico	Fraccionamiento barrio La Crucita
4/9/2020	Director Administrativo	Contratación de un analista administrativo
4/9/2020	AME	Proyecto de reformas tributarias a favor del GAD
4/9/2020	BDE	Decisión 0165 , tabla de amortización
7/9/2020	Equipo Técnico Mixto	Ofic. 011-ETM-CCF-2020
7/9/2020	Vicente E. Monar Arguello	Fraccionamiento en 3 de mayo y Simón Bolívar
7/9/2020	Mayra O. Vargas Campo	Fraccionamiento Rcto. Nueva Esperanza
7/9/2020	Edilma P. Carvajal Gaibor	Fraccionamiento Rcto S.T.Nº 41881
8/9/2020	ANT	Resolución 048-DIR-ANT-2020
8/9/2020	Eloy Calero Castillo	Solicita relatado en el Rcto.El Zapote
8/9/2020	AME	Modelo de ordenanzas
8/9/2020	Secretaria General	Tramite de Bonilla Almeida María Elena/Avalío y Catastro
8/9/2020	Raquel Valeña Gaibor Aguilar	Fraccionamiento Barrio Nueva Esperanza
8/9/2020	AME	Ref. Oficio Nº DPE-DDP-2020-0401
8/9/2020	Concejales	PDOT aprobación de plano cantonal
8/9/2020	Moradora del Barrio La Crucita	Solicita conectarse alcantarillado y lastrado de 3 calles
8/9/2020	UTM	Requerimiento para contratación: Revisor
8/9/2020	Secretaria General	Tramite de María Pastoriza García Rivera
8/9/2020	Secretaria General	Tramite César Gaibor Villacis Lucio
8/9/2020	Arnulfo Mecias Estrada Mazon y Olga	Fraccionamiento Rcto El Achote

Autor: Garofalo (2021)

Como se expresa como Tabla 3.1 el registro de los procesos y tramites se lleva en un archivo de Excel por día de las solicitudes de los usuarios sin

tener un verdadero seguimiento o derivación del proceso en cada área del GAD de Quinsaloma y no se obtiene un proceso de evaluación de los ciudadanos de como evalúa la atención al cliente, sin tener una clasificación de cada tramite a cada proceso para lograr identificar la demanda de los servicios que requieren los ciudadanos de Quinsaloma.

### **3.2. Diseño de Investigación**

Investigación Exploratoria: Tiene como “objetivo reducir la incertidumbre y ayudar en la toma de decisiones, a veces a los investigadores no pueden definir con exactitud el problema que enfrentan” (Dos Santos, 2017, pág. 29)

La investigación descriptiva como indica su nombre describe las características de los objetivos, personas, grupos , organizaciones y entornos en donde debe responder las siguientes preguntas: quien, qué, cuando, donde, por qué y cómo debe conocer las variables para entender la situación del mercado (Dos Santos, 2017).

En cambio la investigación explicativa establece las causas o los orígenes del fenómeno físico o social objeto del estudio (Ospino, 2004). Es decir, busca estudiar el problema con mayor profundidad para entender de manera eficiente para buscar descubrimientos para mejorar la situación en la organización.

Por otro lado, la investigación correlacional tiene como propósito mostrar o examinar la relación entre variables o resultados de variables. De acuerdo (Bernal, 2006) define “como examinar asociaciones pero no relaciones causales, donde un cambio en un factor influye directamente en un cambio en otro” (pág.112).

En la investigación de campo a realizar se basará en la investigación Descriptiva para conocer el problema y buscar soluciones con acciones

estratégicas de servicio para lograr cambiar el modelo de atención a los usuarios que se acercan al GAD QUINSALOMA.

### 3.3. Población

La población es el número de elementos o individuos que consta en un lugar determinado en donde se ejecutará un proceso de investigación para obtener resultados relevantes sobre un tema en particular en donde se profundizará.

- **Población Infinita:** Es cuando no se tiene determinado el número de personas o habitantes en un sector demográfico o geográfico es decir es incuantificable.
- **Población Finita:** Se define como finita cuando el número de personas o habitantes son inferiores a 100.000 en donde se podrá efectuar una investigación de campo.

Tabla 3. 2: Población

Descripción de la Población	Número
Alcalde y concejales	6
Jefaturas	6
Personal Atención al Ciudadano	4
Población Quinsaloma	16476
Total	16492

Autor: Garofalo (2021)

### 3.4. Muestra

Se define como el número de personas o subgrupo de personas que se seleccionan de la población total en donde se efectuará el estudio de mercado para obtener información relevante del mercado (Malhotra, 2004).

Por lo tanto, se deberá especificar los elementos de la población objetivo en el cual se desarrollarán las técnicas de muestro para aplicar las herramientas de investigación de manera correcta a los elementos seleccionados.

### **El proceso de muestreo**

Un parte importante en un muestreo es garantizar que los datos son verdaderamente representativos en la población con un proceso de muestreo que se define de la siguiente forma:

- **Paso 1: Definir la población objetivo:** Es determinar los sujetos, empresas, hogares o instituciones entre otros en donde conformaran parte de la muestra en donde se deberá tener presente el objetivo de investigación.
- **Paso 2: Selección el método de recogida:** Es seleccionar el método más apropiado para llegar a nuestra población objetivo una vez cumplido el paso anterior.
- **Paso 3: Identificar el marco muestral:** Consiste en construir los elementos que conformarán mi muestra en donde la información es preferentemente disponible.
- **Paso 4: Seleccionar el método de muestreo:** Es seleccionar el muestreo probabilístico o no que se aplicará a la muestra de estudio (Malhotra, 2004).

Para facilidad del investigador se efectuará un muestreo no probabilístico por juicio que se seleccionará a los elementos de la población basado en su criterio y experiencia con facilidad para obtener datos relevantes de todos los individuos que conforman el cantón Quinsaloma. Por tal razón, se aplicará 50 encuestas a usuarios y 2 entrevistas a profundidad que ayudarán a conocer de los encuestados que piensan sobre el modelo



atención que brinda el GAD de Quinsaloma a los habitantes para dar respuesta a sus demandas de servicios de calidad.

### **3.5. Técnicas de Investigación**

- **Investigación Cualitativa:** Es cuando se busca conocer las causas y emociones del mercado para determinar una conducta o comportamiento en donde se buscará probar y entender al mercado utilizando el análisis inductivo y deductivo para poder interpretar la información del mercado.
- **Investigación Cuantitativa:** A diferencia de la investigación cualitativa, se caracteriza por la sistematización numérica y estadística para recoger la información del mercado en donde se deberá explicar y observar los hábitos, patrones y características general mediante una representación de datos para lograr definir el target específico para la toma de decisiones (Dos Santos, M, 2017)

### **3.6. Herramientas de Investigación**

A continuación se detalla las herramientas que se utilizarán en el presente estudio investigativo:

- **Encuesta:** Es una técnica que consiste en efectuar una investigación a una muestra sujeta, representativa de un colectivo amplio para conocer las características de una población de forma numérica (Pope, 2002).
- **Entrevista a Profundidad:** Es un método de recolección de datos cualitativos que se basa en el estudio de la conducta de los encuestados para conocer un problema e indagar en posibles soluciones que otorguen los propios encuestados (Merino, Pintado, Sánchez, & Grande, 2015).

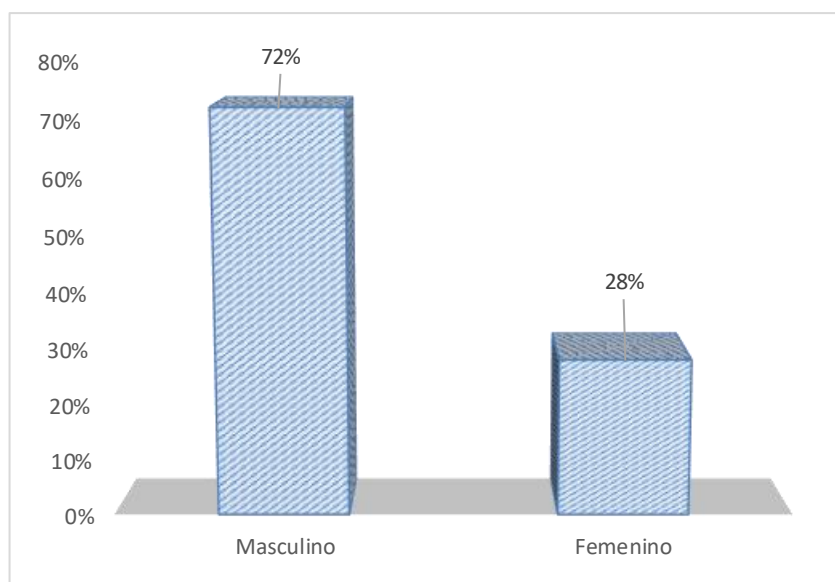
**CAPITULO IV**  
**4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**  
**4.1. Análisis de Encuesta**

Tabla 4. 1: Genero

Descripción	Total	%
Masculino	36	72%
Femenino	14	28%
Total	50	100%

Autor: Garofalo (2021)

Figura 4. 1: Genero



Autor: Garofalo (2021)

**Interpretación:** El 72% de los encuestados en el cantón Quinsaloma corresponde al genero masculino y mientras que el 28% son damas o mujeres que acceden a solicitar el servicio en el GAD MUNICIPAL los diferentes servicios que otorgan a la comunidad.

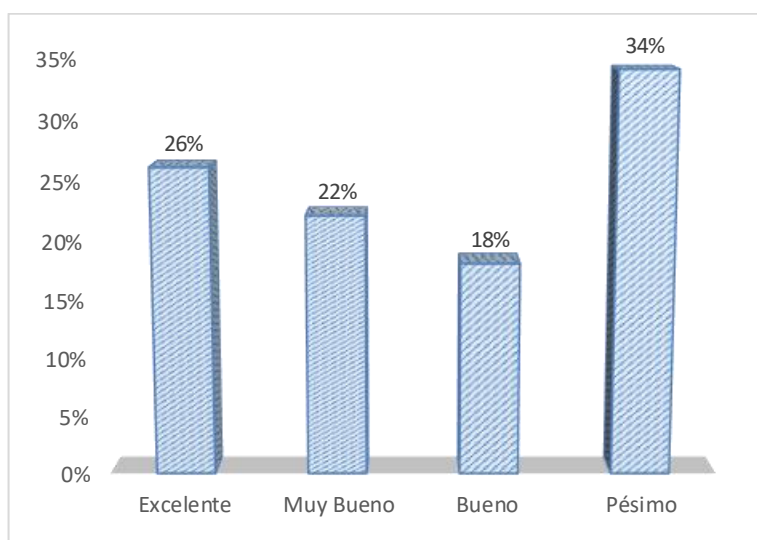
1. ¿Cómo usted califica la información que otorgan los colaboradores del GAD QUINSALOMA?

Tabla 4. 2: Nivel de Servicio

Descripción	Total	%
Excelente	13	26%
Muy Bueno	11	22%
Bueno	9	18%
Pésimo	17	34%
Total	50	100%

Autor: Garofalo (2021)

Figura 4. 2: Nivel de Servicio



Autor: Garofalo (2021)

**Interpretación:** Los encuestados indicaron en un 34% que los colaboradores no entregan un servicio de calidad en los procesos o tramites que se deben efectuar en la institución. Por otro lado, el 26% otorga calificación de excelente, 22% Muy Bueno y 18% Bueno es decir que un total 66% que brinda un servicio optimo pero se evidencia un alto porcentaje de insatisfacción que ocasiona una preocupación por los miembros del consejo y alcaldía del GAD.

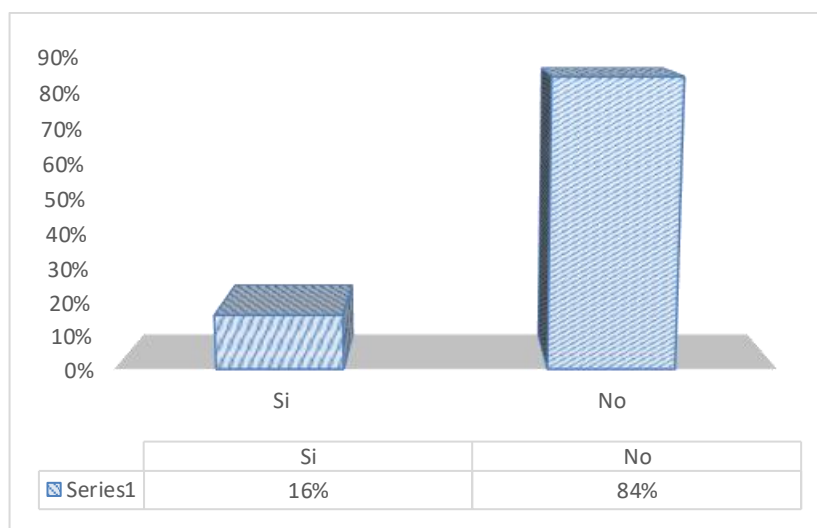
2. ¿Usted identifica algún funcionario del GAD QUINSALOMA que brinda alguna dirección a sus trámites a ejecutar en la institución?

Tabla 4. 3: Dirección

Descripción	Total	%
Si	8	16%
No	42	84%
Total	50	100%

Autor: Garofalo (2021)

Figura 4. 3: Dirección



Autor: Garofalo (2021)

**Interpretación:** Los usuarios al momento de visitar las oficinas del GAD MUNICIPAL no tiene un personal que les otorgue una asesoría u orientación de los procesos internos que deben identificar en donde efectuar sus tramites un 84% de la encuesta siente la ausencia de servicio y un 16% especifica que si tiene asesoramiento de un colaborador del GAD.

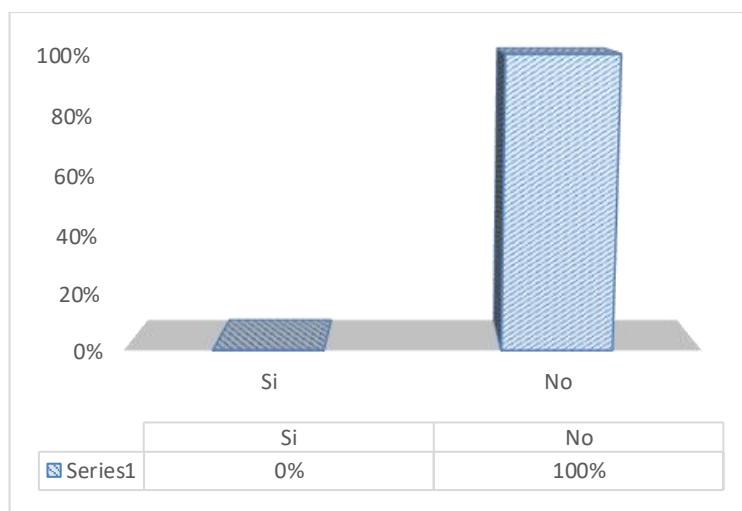
3. ¿Al momento de efectuar la visita en los puntos de atención de GAD QUINSALOMA usted recibe un ticket de turno de atención?

Tabla 4. 4: Punto de Atención

Descripción	Total	%
Si	0	0%
No	50	100%
Total	50	100%

Autor: Garofalo (2021)

Figura 4. 4: Punto de Atención



Autor: Garofalo (2021)

**Interpretación:** El 100% de los encuestados sostiene que no reciben un ticket para recibir la atención, lo que ocasiona una queja de los usuarios en la atención de calidad en las oficinas del GAD municipal de Quinsaloma.

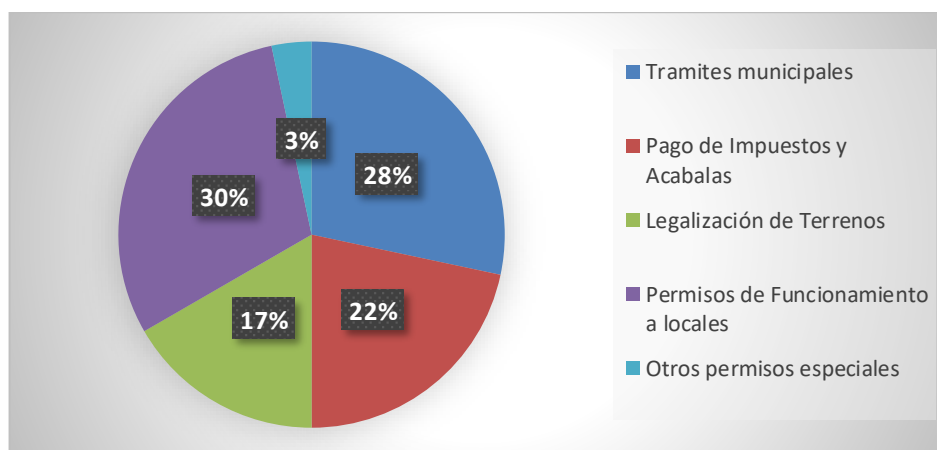
4. ¿Cuál de los siguientes trámites ejecuta en el municipio del GAD de Quinsaloma?

Tabla 4. 5: Punto de Atención

Descripción	Total	%
Trámites municipales (Oficios, entre otros)	17	28%
Pago de Impuestos y Acabalas	13	22%
Legalización de Terrenos	10	17%
Permisos de Funcionamiento a locales	18	30%
Otros permisos especiales	2	3%
Total	60	100%

Autor: Garofalo (2021)

Figura 4. 5: Punto de Atención



Autor: Garofalo (2021)

**Interpretación:** Los usuarios más buscan los permisos de funcionamiento de local con un 30% para regularizar sus actividades en el cantón Quinsaloma, 28% trámites municipales, 22% pago de impuestos y acabalas que deben ejecutar para trámites pertinentes, 17% legalización de terreno y 3% permisos especiales. Los usuarios demandan un mejor modelo de atención en los diferentes servicios que prestan en oficinas del municipio.

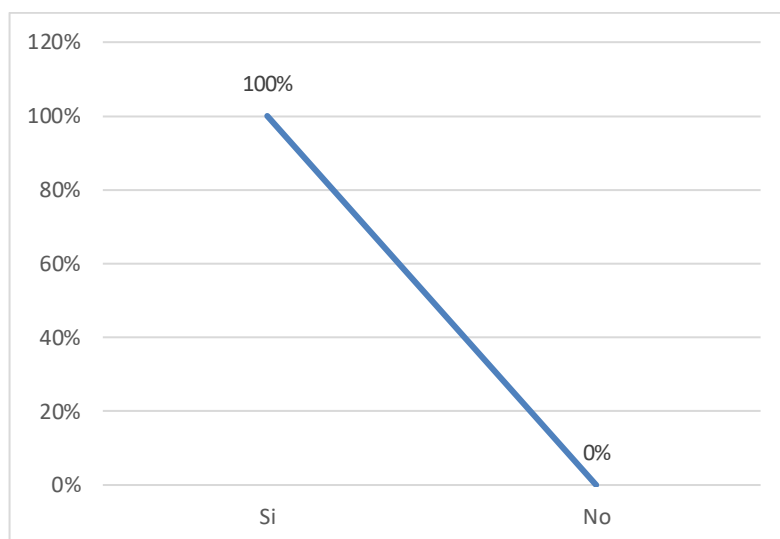
5. ¿Considera usted que el Gobierno Autónomo Descentralizado G.A.D. del cantón Quinsaloma debería incorporar un sistema de turnos automático para realizar sus trámites?

Tabla 4. 6: Sistema de Turnos

Descripción	Total	%
Si	50	100%
No	0	0%
Total	50	100%

Autor: Garofalo (2021)

Figura 4. 6: Sistema de Turnos



Autor: Garofalo (2021)

**Interpretación:** Con unanimidad el 100% de los encuestados consideran que debe existir un sistema de turnos en las oficinas para que el usuario elija el servicio y sean atendido con la mayor calidad posible con el personal de secretaria del GAD municipal de Quinsaloma.

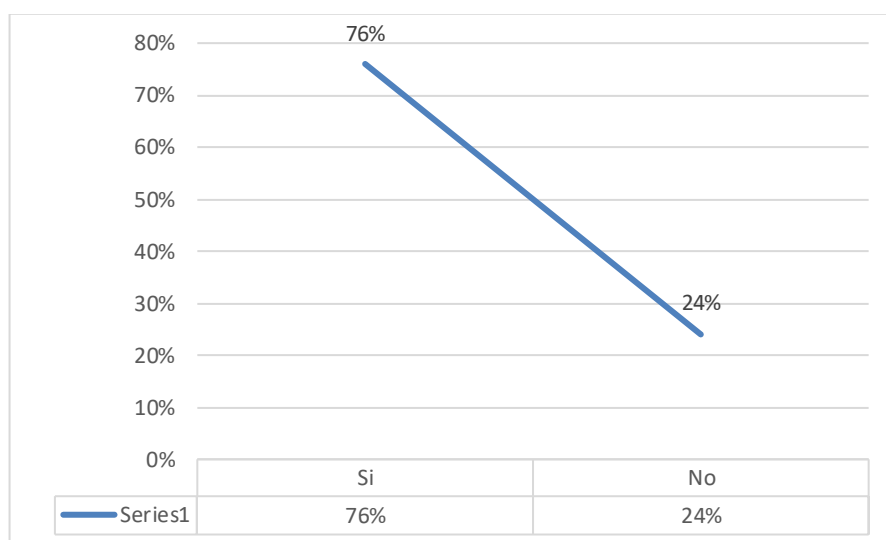
6. ¿Considera usted importante que el municipio incorpore ciertos tramites del municipio en linea para agilidad en la recepción de sus servicios al usuario?

Tabla 4. 7: Trámites en linea

Descripción	Total	%
Si	38	76%
No	12	24%
Total	50	100%

Autor: Garofalo (2021)

Figura 4. 7: Trámites en linea



Autor: Garofalo (2021)

**Interpretación:** El 76% de la población de los encuestados sostienen que deben mejorar ciertos servicios con flexibilidad en la página web, un 24% prefieren efectuar los trámites de forma presencial. Esto quiere decir, que el mercado demanda de nuevos servicios digitales para garantizar una mejor calidad de servicio a los ciudadanos.



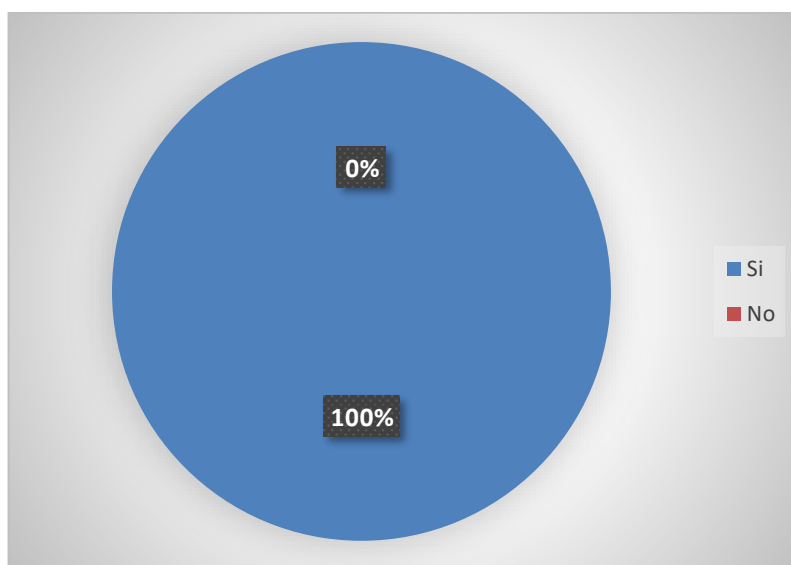
7. ¿Estaría de acuerdo que el Gobierno Autónomo Descentralizado G.A.D. del cantón Quinsaloma incorpore un CALL CENTER para atender las dudas de los usuarios en sus servicios?

Tabla 4. 8: Call Center

Descripción	Total	%
Si	50	100%
No	0	0%
Total	50	100%

Autor: Garofalo (2021)

Figura 4. 8: Call Center



Autor: Garofalo (2021)

**Interpretación:** Los usuarios requiere de un operador de Call Center para consultar y atender al 100% las dudas de los usuarios de los trámites que deberán realizar el GAD MUNICIPAL QUINSALOMA.

## 4.2. Análisis de Entrevista a Profundidad – Cliente Interno.

Tabla 4. 9: Análisis de Entrevistas a Personal Interno.

<b>Nombre:</b>	Steven Villacreses	Luis Hidrovo
<b>Cargo:</b>	Ayudante	Ayudante
<b>Área:</b>	Secretaría	Secretaría
<b>Preguntas</b>	Respuesta Entrevistado 1	Respuesta Entrevistado 2
<b>¿Cómo personal de secretaria usted los conoce los procesos de atención que se brinda a los usuarios de forma diaria?</b>	Se tiene conocimiento de los procesos básicos que solicita al usuario y les receptamos su petición para direccionarla a cada área.	Uno como colaborador ingresa la solicitud del cliente en el registro manual y se remite al área que debe dar respuesta al cliente.
<b>¿Usted otorga al código de la solicitud que ingresa en el GAD Quinsaloma?</b>	No se otorga ningún código al cliente solo se especifica al cliente que debe regresar en 7 días laborables.	Solo le especificamos al cliente que regrese en 7 días o que llame al número telefónico del departamento para que le especifique la resolución.
<b>¿Considera usted que debería mejorar sus procesos de atención al usuario?</b>	Si debiéramos tener mayor permiso a los procesos de consulta para identificar el usuario y que dar orientación y asesoramiento a los	Considero desde mi punto de vista que la empresa debe entregar herramientas tecnológicas en donde el cliente puede consultar el trámite de su requerimiento que

	trámites a realizar en el municipio.	corresponde al GAD Quinsaloma.
<b>¿Está de acuerdo que el GAD Quinsaloma implemente un sistema de calificación al departamento de secretaria?</b>	Si estaría de acuerdo para que constante el trabajo que realizado con los ciudadanos de entregar un servicio al cliente de calidad.	Considero que debería mejorar las herramientas en el GAD para otorgar un servicio de calidad a los usuarios. Si estaría de acuerdo que incorpore un sistema de calificación.
<b>¿Estaría interesado en recibir capacitación en temas de servicio al cliente para fortalecer sus competencias personales?</b>	La verdad que es importante para mejorar nuestras deficiencias en el servicio al cliente que tengo como ser humano para mejorar mi atención con el usuario.	Si es muy importante porque no tenemos capacitación desde hace años en la empresa.

Autor: Garofalo (2021)

**Análisis:** El personal de GAD- Quinsaloma requiere mejorar en los procesos de servucción para que cada colaborador entregue una calidad de servicio a los diferentes usuarios en el canal presencial. Aunque debería la empresa innovar sus procesos en aplicaciones APP y páginas web en procesos fáciles en donde el cliente puede optimizar su tiempo.

### 4.3. Plan de Mejora

Acción	W	W	W	H	W	W	H
	¿Qué?	¿Quién?	¿Dónde?	¿Cómo?	¿Por qué?	¿Cuándo?	¿Cuánto?
<b>Administrativa</b>	Rediseñar los manuales de atención al usuario en el Gobierno Autónomo Descentralizado G.A.D. del cantón Quinsaloma	Comité del Consejo secretaria	Gobierno Autónomo Descentralizado G.A.D. del cantón Quinsaloma	Se deberá revisar los protocolos de atención en el modelo de servicio a los ciudadanos en el departamento de secretaria del G.A.D del cantón Quinsaloma.	Para establecer una verdadera política de servicio en los usuarios que demanda el servicio en el G.A.D del cantón Quinsaloma.	Enero hasta diciembre 2022	\$ 500
<b>Secretaria</b>	Efectuar una evaluación diagnostica del servicio al usuario que realiza el personal secretaria en el G.A.D del cantón Quinsaloma. - Cliente Fantasma. - Evaluación del modelo de atención en el G.A.D del cantón Quinsaloma. - Identificar los	Secretaria Asistente Secretaria.		Contratar los servicios de una consulta especialista en cambiar el modelo de atención a los usuarios en el G.A.D del cantón Quinsaloma.	Para identificar los problemas y proponer cambios en el modelo de atención en el servicio.	Desde febrero hasta diciembre 2011.	\$ 1.500

<p>cuellos de botella en el modelo de atención.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diagnosticar la ruta del modelo de atención a otorgar a los usuarios en el G.A.D del cantón Quinsaloma.</li> <li>- Diseñar el modelo de atención a los servicios que debe otorgar el departamento de secretaria a los usuarios del G.A.D Quinsaloma.</li> </ul>					
<p>Contratar el software de Microsoft Azure SAAS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aplicaciones Hospedadas</li> <li>- Sistema Operativa</li> <li>- Herramientas de desarrollo en las áreas de servicio y administración</li> </ul>			<p>Facilitar el almacenamiento de datos de los usuarios para operativizar la productividad en los colaboradores con la utilización de un CRM y ERP.</p>	<p>Para garantizar la calidad de servicio a los usuarios del G.A.D Quinsaloma.</p>	<p>\$ 20.000</p>

	- Servidores de almacenamiento en la nube y planta físico de datos.					
	Diseñar los tipos de servicios que se efectuarán de forma física, auto electrónico (web, módulo electrónico) para atender las demandas de servicio en los usuarios de G.A.D Quinsaloma.			Se identificarán que servicios se pueden otorgar de manera directa en la web con un tiempo de respuesta menor a 72 horas para promover una cultura de atención directa y digital.	Para evitar el congestionamiento de usuarios en oficinas del G.A.D de Quinsaloma y atender las demandas de los usuarios de manera ágil.	\$ 3.000
<b>Comunicación</b>	Diseñar campaña de comunicación de los servicios que otorgar el G.A.D del cantón Quinsaloma en oficina de forma física o en canal digital para atender los servicios que solicita los usuarios. - Informar y sociabilizar los	Personal Dpto. Comunicación		Se aplicará de la siguiente forma: - Boletines Informativos. - Pancartas Informativas en G.A.D Quinsaloma. - Material Publicitario en G.A.D Quinsaloma.	Para lograr cambiar la percepción de los usuarios y otorgar una calidad de servicios en los tramites que realicen los usuarios en el G.A.D del cantón de Quinsaloma.	\$ 5.000

<p>servicios en situ para crear una cultura de atención</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Crear campaña de marketing digital para comunicar y sociabilizar los servicios al usuario.</li> <li>- Efectuar una campaña de comunicación en páginas web y Insitu para informar los servicios que se realizan en el G.A.D Quinsaloma.</li> </ul>			<p>- Spot Informativos en Televisores LED G.A.D Quinsaloma</p>			
<b>Total</b>						<b>\$ 30.000</b>

#### **4.4. Conclusiones**

- Se fundamentó los aspectos teóricos relacionados a servicio y su incidencia en el nivel de satisfacción.
- Se diagnosticó el modelo de atención que otorga el área de secretaría a los usuarios en el G.A.D del cantón de Quinsaloma.
- Se propone mejora en el modelo de servicio que deberá realizar el G.A.D Quinsaloma para otorgar una calidad en su servicio.



#### **4.5. Recomendaciones**

- Se deberá contratar a un especialista en la incorporación de estrategia de servicios con la implementación Microsoft Azure SAAS para cambiar la concepción de servicio que entregan los colaboradores del G.A.D Quinsaloma.
- Solicitar la aprobación de un presupuesto de comunicación para las campañas de servicios que deberá ejecutar el departamento de comunicación del G.A.D Quinsaloma.
- Proponer un plan de capacitación a los colaboradores internos del G.A.D Quinsaloma para dar cumplimiento a la estrategia de servicio que se proponga en el municipio.

## Bibliografía

- Albrecht, K. (1992). *Servicio al cliente: Como solucionar la crisis del liderazgo en la gerencia intermedia*. California: Paidós.
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: Pearson Educación.
- Choez, S. (2017). Influencia de la atención y servicio al cliente en los ingresos del restaurante asadero Pedro Carbo. *Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología*, 1-81.
- Dos Santos, M. (2017). *Investigación de mercados: Manual Universitario*. México: Ediciones Díaz de Santos.
- Dos Santos, M. (2017). *Investigación de mercados manual universitario*. España: Editorial Diaz de Santos.
- Elegido, J. (2000). *Una comunidad de servicio Ensayos en ética de la empresa*. México: Sociedad Panamericana de Estudios Empresariales A.C.
- Eric de la Parra, & Maria Madero. (2003). *Estrategias de ventas y negociación*. Mexico: Panorama.
- Fernandez. (18 de 4 de 2018). Obtenido de <https://www.cuidatudinero.com/13125381/historia-del-servicio-al-cliente>
- Gronroos, C. (1994). *Marketing y gestión de servicios: La gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos.
- Huachisaca, J. (2015). Mejora en los servicios generales de un hospital privado de la ciudad de Guayaquil. *Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología*, 1-102.

- Jose Manuel, V. (2007). *Cultura de servicio*. Mexico.
- Kotler P, & Armstrong G. (2003). *¿Que es marketing? Fundamentos de Marketing*. Lastpage.
- López, M. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente un pilar en la gestión empresarial. *El buzón de Pacioli*, 1-36.
- Lovelock, & Wirtz. (2009). *Marketing de Servicios personal tecnologia y estrategia*. México: Pearson Educacion.
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de Mercados*. México: Pearson Educación.
- Merino, M., Pintado, T., Sánchez, J., & Grande, I. (2015). *Introduccion a la investigación de mercados*. Madrid: Esic Business Marketing School.
- Mora, C. (2011). La calidad del servicio y la satisfaccion del consumidor. *Remark Revista Brasileña Marketing*, 146-162.
- Ospino, J. (2004). *metodologia de la investigacion en ciencias de la salud*. Colombia: Eduec.
- Paz, R. (2005). *Servicio al cliente. La comunicacion y la calidad de servicio en la atención al cliente*. España: Ideaspropias Editorial.
- Pope, J. (2002). *Investigación de mercados Guía maestra para el profesional*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Publicaciones Vértice. (2008). *La calidad en el servicio al cliente*. España: Editorial Vertice.
- Sharon, T. (2009). *Estrategia de servicio*. Reino Unido: Publicado por TSO.
- Thompson I. (2006). *Satisfaccion del cliente*. México: Works.

- Ute. (5 de 1 de 2018). *La calidad del servicio al ncliente en el sector Público*. Obtenido de <https://www.ute.edu.ec/la-calidad-del-servicio-al-cliente-sector-publico-se-investiga-la-ute/>
- Vásquez, M. (2017). Guía metodológica para la constitucion y definición de modelo de gestión de empresas públicas de GAD. *Consejo Nacional de Competencias (CNC)*, 1-156.
- Vega , M. (2017). Estrategia para mejorar el servicio que brinda el almacén de novedades Junior Pica a partir del año 2017. *Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología*, 1-79.