



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÌA**

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

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

TEMA:

**PLAN DE ACCIÓN PARA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE EN
LA JUNTA DE USUARIOS DE LA COMUNIDAD SAN JACINTO,
CANTON COLIMES PERIODO 2018**

Autora: Kerly Gardenia Palacios Sánchez

Tutora: Lcda. Lorena Rodríguez Gámez

Guayaquil, Ecuador

2018

DEDICATORIA

Quiero dedicar este proyecto primero a Dios por haberme regalado la vida por darme esa sabiduría y permitirme estar escribiendo estas palabras, luego a mis padres por ser esa parte fundamental importante en mi vida por haber hecho que este logro sea por sus consejos, paciencia, amor sobre todo por estar cada día hay conmigo, a mi esposo por estar siempre conmigo apoyándome en cada uno de mis pasos por no permitir que me derrumbe a mis hermanos y a cada una de esas personas que estuvieron hay a todos ellos dedico este proyecto.

Palacios Sánchez Kerly Gardenia

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por protegerme y guiarme todos los días por haberme permitido llegar hasta aquí ya que sin su protección no lo estaría, a mis padres por siempre estar hay presente al Instituto Tecnológico Bolivariano por haberme enseñado tantas cosas a los docentes que compartieron su sabiduría y me enseñaron tantas cosas y a cada una de las personas que me ayudaron.

Palacios Sánchez Kerly Gardenia



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

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

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Plan de acción para mejorar el servicio al cliente en la junta de usuarios de la comunidad san Jacinto, cantón Colimes periodo 2018 y problema de investigación: ¿Cómo incide el servicio al usuario que presta actualmente la Junta General de Usuarios de Riego y Drenaje en la satisfacción de los miembros de la comunidad de San Jacinto del cantón Colimes, provincia del Guayas en el año 2017?**, presentado por Palacios Sánchez Kerly Gardenia como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

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

Egresada: Palacios Sánchez Kerly

Tutora: Lcda. Lorena Rodríguez Gámez

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Palacios Sánchez Kerly Gardenia en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación “Plan de acción para mejorar el servicio al cliente en la junta de usuarios de la comunidad san Jacinto, cantón Colimes de la modalidad de semipresencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Administración de empresas, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

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

Palacios Sánchez Kerly Gardenia

Nombre y Apellidos del Autor

No. de cedula: 1207840925

Firma

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

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

CERTIFICO:

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

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT

Firma



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

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

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE: TECNOLOGA EN ADMINSITRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**“PLAN DE ACCIÓN PARA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE EN
LA JUNTA DE USUARIOS DE LA COMUNIDAD SAN JACINTO,
CANTON COLIMES PERIODO 2018”**

Autor: Palacios Sánchez Kerly Gardenia

Tutora: Lcda. Lorena Rodríguez Gámez

RESUMEN

La junta general de usuarios de San Jacinto ubicada en el cantón Colimes, tiene a su cargo el manejo y administración del sistema de riego y drenaje en esta parroquia, en la actualidad está presentando falencias en el servicio que brindan, provocando insatisfacción en los miembros de la comunidad, teniendo como propósito proponer un plan de acción para mejorar el servicio al cliente en la Junta de Usuarios de la Comunidad San Jacinto periodo 2018. Los tipos de investigación utilizados fueron de tipo descriptivo, explicativo y correlacional. La encuesta fue la técnica utilizada como producto de la aplicación de metodología, Se propuso como alternativa de solución diseñar acciones para mejorar el servicio al cliente que brinda la junta de usuarios, basado en el modelo Triángulo del Servicio (Albrecht, K., 2005) y garantizar la satisfacción de estos.

Servicio

Usuario

Satisfacción



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

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

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE: TECNOLOGA EN ADMINSTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**“Plan de acción para mejorar el servicio al cliente en la junta de
usuarios de la comunidad san Jacinto, cantón Colimes periodo
2018”**

Autor: Palacios Sánchez Kerly Gardenia
Tutora: Lcda. Lorena Rodríguez Gámez

ABSTRACT

The general meeting of San Jacinto users located in the canton of Colimes, is in charge of the management and administration of the irrigation and drainage system in this parish, at present it is presenting flaws in the service that they provide, causing dissatisfaction among the members of the community with the purpose of proposing an action plan to improve customer service in the Board of Users of the San Jacinto Community period 2018. The types of research used were descriptive, explanatory and correlational. The survey was the technique used as a product of the application of methodology. It was proposed as an alternative solution to design actions to improve customer service provided by the user board that guarantees the satisfaction of these.

Service

User

Satisfaction

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:	Páginas:
PORTADA:.....	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	iv
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN.....	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
ÍNDICE DE CUADROS.....	xii
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. UBICACIÓN DEL PROBLEMA EN UN CONTEXTO	1
1.2. Situación conflicto.....	2
1.3. Formulación del problema	4
1.4. Delimitación del problema.....	4
1.5. Variables de la investigación	4
1.6. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.6.1. Objetivo general:	4
1.6.2. Objetivos específicos:	4
1.7. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	5
CAPÍTULO II.....	6
MARCO TEÓRICO	6
FUNDAMENTACIÓN TEORICA.....	6
2.1. Antecedentes históricos.....	6
2.1.1. Servicio.....	6
2.1.2. Origen del Servicio al cliente	6

2.2. Antecedentes referenciales	6
2.2.1. Servicio.....	7
2.2.2. Características de los servicios	8
2.2.3. Atención al cliente	9
2.2.4. Cliente:	9
2.2.5. Tipos de atención al cliente	9
2.2.6. Servicio al cliente	10
2.2.7. Elementos del servicio al cliente	10
2.2.8. Proceso del servicio	10
2.2.9. Características de un administrador de servicio al cliente	11
2.2.10 Habilidades de administrador de servicios	12
2.2.11 Satisfacción del cliente	13
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL	15
2.3. VARIABLES DE INVESTIGACIÓN.....	25
2.4. DEFICIONES CONCEPTUALES.....	25
CAPÍTULO III.....	27
METODOLOGÍA	27
3.1. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA.....	27
3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	36
3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN	36
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	37
3.4.1. Población.....	37
3.4.2. Muestra	38
3.4.3. Tipos de muestreo.....	38
TÈCNICAS DE INVESTIGACIÒN.....	40
CAPÍTULO IV.....	42
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	42
PLAN DE MEJORAS.....	53
PLAN DE MEJORAS	54
CONCLUSIONES	61
RECOMENDACIONES.....	62
BIBLIOGRAFÍA.....	63

ÍNDICE DE FIGURAS

Títulos:	Páginas:
Figura 1 Plantilla del Trabajador	31
Figura 2 Puesto de trabajo.....	33
Figura 3 Servicio recibido	43
Figura 4 Personal adecuado.....	44
Figura 5 Información de la empresa	45
Figura 6 Frecuencia de servicio	46
Figura 7 Satisfacción de usuario.....	47
Figura 8 Políticas de la empresa.....	48
Figura 9 Análisis de necesidades de usuarios	49
Figura 10 Seguridad	50
Figura 11 Amabilidad	51
Figura 12 Rapidez.....	51

ÍNDICE DE CUADROS

Títulos:	Páginas:
Cuadro 1 Plantilla del trabajador.....	31
Cuadro 2 Proveedores.....	32
Cuadro 3 Cuenta por cobrar	33
Cuadro 4 Indicadores de productividad	34
Cuadro 5 Población.....	37
Cuadro 6 Muestra	39
Cuadro 7 Servicio recibido.....	43
Cuadro 8 Personal adecuado	44
Cuadro 9 Información de la empresa.....	45
Cuadro 10 Frecuencia de servicio	46
Cuadro 11 Satisfacción de usuario	47
Cuadro 12 Políticas de la empresa.....	48
Cuadro 13 Análisis de necesidades de usuarios	49
Cuadro 14 Aspectos de servicio	50

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. UBICACIÓN DEL PROBLEMA EN UN CONTEXTO

Desde el transcurso de los tiempos el agua ha sido un recurso natural, importante y esencial para el bienestar de la humanidad, sin embargo, hay sectores alejados de las ciudades principales, donde el producto vital no ha llegado a ser un servicio básico y donde las autoridades o representantes, no brindan un servicio satisfactorio. (UNESCO, 2013)

Una de las problemáticas que se han observado en las empresas que administran un recurso de esta naturaleza, es la administración deficiente del servicio, por lo que los usuarios presentan cada día más inconformidades.

Los servicios se han convertido en los últimos tiempos en un reto para la empresa actual, se hace imprescindible que éstas mantengan el afán por querer ser las mejores, pues la competencia se hace cada vez más fuerte, con factores externos como el desarrollo de tecnologías de punta para todas las ramas de la economía y de igual forma las de información y las comunicaciones.

En medio de esta vorágine de factores un elemento se hace clave, el cliente. Cuando una empresa descubre que los clientes son, en realidad, personas, y considera el servicio a clientes, por lo menos, con la misma atención, cuando las decisiones que adoptan las áreas financieras están en función de las estadísticas de éste, es cuando puede decirse en verdad que está iniciando el camino hacia el logro de la verdadera ventaja competitiva. (ISSUU, 2017)

De acuerdo con una encuesta realizada por Dimensional Research, en el primer trimestre del año 2018, entre consumidores que han tenido una experiencia de atención al cliente positiva en su la mayoría asegura que ha sido por haber recibido una resolución rápida a su problema, y de aquellos que han tenido una experiencia desagradable o negativa, ha sido por un servicio lento a sus solicitudes y por malos entendidos al no saber explicar bien el uso de lo que se vende. Hay muchas quejas sobre la calidad del servicio al cliente brindado, por falta de investigación y desconocimiento de técnicas de mejoramiento. (Rodríguez, 2013)

La queja sobre la calidad del servicio al cliente en Ecuador es recurrente esto se da casi en todas las empresas no existe una táctica donde puedan disminuir estas falencias. Expertos en el área indican que existe una carencia de estudios, cifras desactualizadas y falta de ejecución de protocolos en atención al cliente. Sin embargo, esto se da a nivel nacional. (Zapata, 2018)

La junta general de usuarios de San Jacinto no es la excepción y en la actualidad está presentando falencias en el servicio al usuario que brinda en la administración del sistema de riego y drenaje, provocando que exista insatisfacción en los miembros Comunidad de San Jacinto, cantón Colimes.

1.2. Situación conflicto

La junta general de usuarios de San Jacinto ubicada en el cantón Colimes, tiene a su cargo el manejo y administración del sistema de riego y drenaje en esta parroquia. En el año de 1999 fue entregada por CEDEGE a los usuarios de la comunidad y por lo tanto pasó a ser una propiedad que se la debía cuidar en todos sus aspectos como: mantener en óptimas condiciones su funcionamiento, evitar que se dañe para que el sistema pueda durar a largo plazo.

Este compromiso no fue cumplido a cabalidad por desconocimiento de la administración, de que algunas comunidades aledañas al recinto San Jacinto no han sido tomadas en cuenta, en el desarrollo de la

productividad. Y de que no se ha dado un mejor servicio de calidad para así optimizar y mejorar todas las necesidades que tienen los usuarios dentro de sus exigencias.

Debido a la deficiencia que ha tenido la Junta de Usuario y a intereses propios, no han mejorado el servicio por lo cual los usuarios han dado a conocer su inconformidad por el servicio recibido desde la apertura de esta organización, donde se observa también falta de compromiso y responsabilidad con los usuarios de la comunidad.

En los últimos años la comunidad ha ido incrementando la población; tanto así que las necesidades de servicio también. Entre las falencias que se encuentran en la junta de usuarios y su entorno, se observa una organización deficiente por parte de los administrativos.

Actualmente la comunidad ha tenido un incremento de socios dentro de la Junta de usuarios quienes están exigiendo que el presidente actual; busque una mejor estrategia para lograr alcanzar los objetivos establecidos.

En diferentes administraciones se ha podido evidenciar los diferentes gastos económicos sin mayores resultados es así como los trabajadores de la Junta de usuario se han quejado del mal servicio y esto no solo ocurre en una sola comunidad sino en las diferentes comunidades de las zonas aledañas y rurales de nuestro territorio. A diferencia dentro de la Comunidad de San Jacinto donde aún hace falta mucho para mejorar y llegar a dar un buen servicio no solo a la comunidad de San Jacinto sino también a las comunidades aledañas como las de San Eduardo, Boquerón, La Alegría, Centinela y San Antonio.

Esto se debe porque se está presentando los siguientes problemas:

- Mala atención al usuario
- Falta de conocimientos de administración de servicios.
- Falta de uso de herramientas tecnológicas en la información y comunicación

- Falta de compromiso y responsabilidad con los usuarios.

Todas estas inconformidades presentadas están provocando que exista insatisfacción en los miembros de la comunidad de San Jacinto. (usuarios, 1999)

1.3. Formulación del problema

¿Cómo incide el servicio al usuario que presta actualmente la Junta General de Usuarios de Riego y Drenaje en la satisfacción de los miembros de la comunidad de San Jacinto del cantón Colimes, provincia del Guayas en el año 2017?

1.4. Delimitación del problema

Campo: Administración de servicios

Área: Servicio al cliente

Aspectos: Satisfacción del usuario

Periodo: 2018

1.5. Variables de la investigación

Variable dependiente: Servicio al cliente

Variable independiente: Satisfacción de los usuarios

1.6. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1. Objetivo general:

- Proponer un plan de acción para mejorar el servicio al cliente en la Junta de Usuarios de la Comunidad San Jacinto periodo 2018.

1.6.2. Objetivos específicos:

- Fundamentar aspectos teóricos sobre servicio al usuario y satisfacción.
- Identificar las falencias del servicio al cliente que brinda la junta de usuarios que inciden en la satisfacción de ellos.

- Proponer acciones para mejorar el servicio al cliente que brinda la junta de usuarios que garantice la satisfacción de los mismos.

1.7. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación es conveniente porque permitirá identificar las falencias que la organización tiene en el servicio que brinda y esto permitirá mejorar la satisfacción de los usuarios respecto a la atención que reciben en la Junta de Usuarios de la Comunidad de San Jacinto, esto aportará a que la Junta mejore sus resultados de gestión presentados en sus informes anuales y se tomen decisiones acertadas para beneficios de la comunidad.

La investigación tiene utilidad metodológica porque se utilizará las técnicas de investigación de las encuestas a los usuarios que permitirá determinar cómo perciben el servicio y a los socios sobre sus conocimientos de administración de servicios.

Esta investigación tiene valor teórico porque permitirá destacar conceptos relevantes tradicionales, así como nuevas concepciones acerca de servicios que afectará positivamente el servicio al usuario y su satisfacción, aportará además a la elaboración de una propuesta que genere un valor agregado a la comunidad.

La relevancia social se basará en el Plan Nacional del Buen Vivir, específicamente del objetivo 9 que es el de garantizar el trabajo digno en todas sus formas, los beneficiarios de la presente investigación serán los usuarios y los empleados con el apoyo del Alcalde de Colimes y la supervisión de la Prefectura del Guayas., además este estudio servirá como referencia teórica para otros autores.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

FUNDAMENTACIÓN TEORICA

2.1. Antecedentes históricos.

2.1.1. Servicio

2.1.2. Origen del Servicio al cliente

Desde hace 180 años aproximadamente apareció la primera teoría administrativa. Solo se basaba en producir, crear y vender, se buscaba aumentar cada vez más la productividad. Las empresas empezaron a preocuparse y cuidar de sus empleados y de sus relaciones internas.

Con el pasar de los tiempos los compradores empezaron a exigir cada vez más productos acorde a sus necesidades y gustos. Se incrementó la instalación de fábricas en lugares estratégicos empezando a hablarse y vivir de globalización, apareciendo así la figura del cliente como la persona que decide lo que compra y donde lo compra.

Esto ha hecho que las empresas se levanten y que la administración reconozca que cada empresa tiene sentido y razón de existir al contar con clientes, satisfaciendo las necesidades de estos y superando sus expectativas.

Para que una empresa se mantenga en el mercado, crezca y sea exitosa debe conocer esencialmente a sus clientes, mantenerlo y fidelizarlo. (Couso, 2005)

2.2. Antecedentes referenciales

El término "servicio" viene del latín *servitium*; el mismo hace referencia a la acción de servir, sin embargo, este concepto tiene múltiples acepciones

desde la materia tratada. Cabe recalcar que desde el punto de vista del mercado o la economía; son las actividades que intentan satisfacer las necesidades del cliente. (Julián Pérez Porto y María Merino, 2008)

Uno de los elementos que mide la satisfacción: es el efecto al servicio en la atención que se le dé al usuario; tomando en cuenta que una de las herramientas que ayudan también dentro de los servicios, son los medios digitales que han permitido un mejor servicio y relación entre el cliente y la empresa. (<http://www.gestiondeventas.com/>, 2002);

Esto hace que: el servicio sea eficiente, el cliente regrese al mismo lugar ya sea lejos o cerca, el usuario recomiende el lugar donde se obtiene o consume el producto o servicio. Pero si un cliente no ha recibido un buen trato no solo ya no regresa al establecimiento sino que habla mal de la empresa y esto ocasiona pérdida de clientela. (www.gestiopolis.com)

Los servicios constituyen el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado asegurándose de la buena atención.

El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing en general, existen algunos tipos de marketing como son: cara a cara, contacto telefónico, vía emails, la atención de reclamos, servicios; y las instalaciones.

2.2.1. Servicio

La definición de un servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o del servicio básico, como consecuencia de la imagen y la reputación de este (Everardo, 2010)

Una empresa que desea trascender tiene que tener los siguientes pasos:

- Utilizar herramientas que permitan orientar la planeación del contenido para focalizar las necesidades de las empresas.
- Conocer y enfocar lo que se quiere transmitir al cliente

- Utilizar palabras claves frecuentemente
- Tener estrategias para mejorar la atención al cliente

(Vallejo, la transformación del servicio al cliente en el siglo XXI, XXI)

2.2.2. Características de los servicios

Intangibilidad: la que no es posible probar, sentir, ver, oler o probar los servicios antes de ser consumidos. Mientras los productos son producidos, los servicios son realizados.

Inseparabilidad o simultaneidad: son los servicios que frecuentemente la interacción del comprador y del vendedor. En el caso de los servicios, las principales implicaciones de inseparabilidad son porque el vendedor es parte del producto y la compañía productora no tiene una real oportunidad de interrumpir el proceso de recobrar una venta perdida.

Heterogeneidad: es casi imposible estandarizar los servicios. Los servicios no pueden ser repetidos con la misma uniformidad de calidad por el gran contenido humano que se envuelve en la entrega. Así mismo, la calidad puede variar de tiempo en tiempo, de lugar en lugar, de cliente en cliente, con la misma venta de un vendedor. Por lo tanto, el control de calidad no es posible, o sea que no existe una garantía de la consistencia del producto. (Pizzo, 2011)

Permanencia es uno de los más importantes ya que los servicios no se pueden mantener. Salen de la existencia justamente en el momento que son creados. Tienen que ser producidos en la demanda. Los servicios no tienen propiedad y son intransferibles. En muchos casos es muy difícil ser permanentes ya que la demanda y el cliente son muy exigentes en lo requerido; de tal manera considero que siempre debemos de buscar diferentes tipos de estrategias de tal forma ayuden en la producción y avance de lo que se propone.

A través de los diferentes instrumentos de trabajo para hacer análisis en cuanto al avance de lo que se planifica para una buena atención al usuario;

-se logró un cliente feliz y una mayor satisfacción en cada uno de ellos que hace que como empresa valla mejorando e incrementando la producción deseada.

2.2.3. Atención al cliente

Según Renata (2007) La atención al cliente está constituida por todas las acciones que realizan las empresas para aumentar el nivel de satisfacción a sus clientes.

2.2.4. Cliente:

(Williams, 2007) Afirma que cliente es una persona impulsada por un interés personal y que tiene la opción de recurrir a nuestra organización en busca de un producto o servicio, o bien de ir a otra institución.

2.2.5. Tipos de atención al cliente

Sin lugar a duda también existen los diferentes tipos de clientes; unos más exigentes que otros, dependiendo de la buena atención que se le brinden, recordando que con una buena atención abra un cliente feliz.

Presencial: Algunos de los clientes gustan de la atención presencial donde el cliente se produce de manera física, con lo cual se eliminan las barreras o interferencias que suele haber en la atención telefónica o por correo electrónico. En este tipo de atención al cliente cobra relevancia el contacto visual y el lenguaje no verbal.

Telefónica: es un tipo de comunicación en la cual este representa un desafío tratar de convencer al cliente por medio de los teléfonos donde no se puede observar las reacciones del interlocutor y que para tener una atención telefónica sea exitosa se debe seguir ciertas normas básicas de cortesía para así llegar con el objetivo y de lograr mantener comunicados a los usuarios para futuras reuniones. (www.foromarketing.com/tipos-tipos-de-clientes-y-suscarateristicas)

2.2.6. Servicio al cliente

Es la gestión que realiza cada persona que trabaja en una empresa así sea macro o micro y que tiene la oportunidad de estar en contacto con los clientes y buscar en ellos su total satisfacción.

2.2.7. Elementos del servicio al cliente

Es una herramienta de marketing que nos facilita conocer a nuestra clientela y sus necesidades y para ello contamos con los siguientes elementos:

- Contacto cara a cara
- Relación con el cliente
- Reclamos y cumplimientos
- Instalaciones

2.2.8. Proceso del servicio

- 1. Identificar necesidades:** En cada empresa o lugar de trabajo por más pequeño que sea se hace un análisis o pequeñas evaluaciones donde se identifica y satisface las necesidades de sus clientes; siendo esto un aspecto clave en cada empresa. Conocer al cliente; escuchando las necesidades por medio de encuestas u observaciones; considerando que toda acción en la prestación del servicio debe estar dirigida a lograr la satisfacción en el cliente. Esta satisfacción debe garantizarse en cantidad calidad, tiempo y precio. Las exigencias del cliente orientan la estrategia de la empresa con respecto a la producción de bienes y servicios, además de garantizar la competitividad de la empresa de forma tal que pueda permanecer en el mercado. Las empresas deben reducir los costos en todo producto ofertado para un mejor servicio.
- 2. Hacer un diagnóstico:** Toda empresa debe enfrentar desafíos, uno de ellos es tomar acciones que le permita mejorar a su competencia, para ello es necesario realizar diagnostico que consiste en

identificar fortalezas y debilidades propias y de quienes le rodean, para con los resultados, establecer sus ventajas competitivas, las cuales pueden estar enfocadas en brindar una mejor atención a sus clientes, y de esa manera convertir en fortalezas sus falencias.

3. **Cotización:** Es la parte del proceso en la que se comunica al cliente el precio del servicio que se le va a prestar, en el cual está interesado.
4. **Entrega del servicio:** Un punto importante tanto para la empresa como para el comprador es la entrega eficiente y en buen estado del producto o servicio.
5. **Análisis posterior:** Es importante realizar un análisis o encuesta después de haber entregado el servicio, para conocer la satisfacción del usuario y los aspectos en los que se debe mejorar y priorizar. (Couso, 2005)

2.2.9. Características de un administrador de servicio al cliente

Cabe recalcar que el éxito de un buen administrador depende del desempeño como líder y del trato que brinda tanto a sus clientes internos como externos, es muy importante como él se comunica con el cliente dándole una atención muy placentera para que esté siempre satisfecho y hable muy bien del trato adquirido dentro del establecimiento o empresa.

Algunas de las características más comunes son:

- Habilidad para escuchar
- Habilidades para preguntar
- Responsable
- Buena atención
- Tener una buena presentación
- Ser agradable
- Dejar claras las dudas del cliente
- Tener conocimiento de lo que hay en su empresa

2.2.10 Habilidades de administrador de servicios

- Según Robert L K Katz; existen tres habilidades importantes para un exitoso desempeño administrativo que son:

Habilidades técnicas

- En esta habilidad el administrador debe tener conocimientos específicos y facilidad de aplicaciones técnicas relacionadas con su trabajo y que sepa identificar las diferentes dificultades dependiendo las circunstancias de su entorno, así por ejemplo: un administrador en este caso en la Junta de Usuario debe saber cómo orientar a los usuarios en sus necesidades dentro de la comunidad.

Habilidades humanas

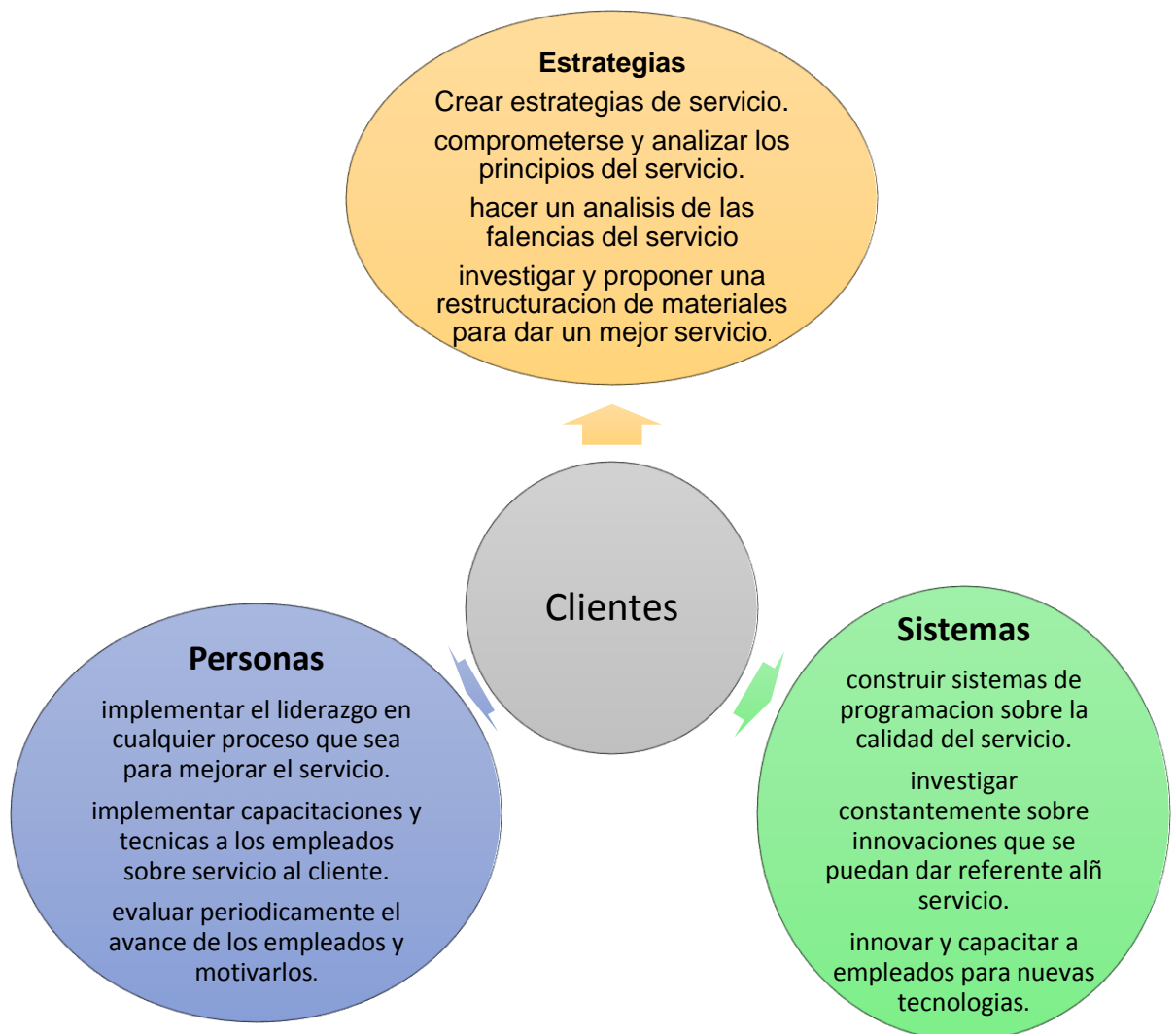
- Las habilidades humanas están relacionadas con el buen trato que se brinda a los usuarios y también a los colaboradores de la empresa, así como a la comunicación interpersonal y grupal entre ellos, al cual debe darse de forma cordial, amigable y clara; así el usuario se sentirá seguro de donde está depositando su dinero Otro punto importante es que por medio de talleres o seminarios se dé a conocer los proyectos de forma coordinada, motivadora y de saber resolver conflictos personales o grupales que se pueden presentar dentro de los talleres.

Habilidades conceptuales

- Las habilidades conceptuales implican la organización de una buena visión de una manera conjunta, la facilidad de trabajar ideas, conceptos y teorías, cabe recalcar que las habilidades conceptuales se relacionan con el pensamiento, el razonamiento, el diagnóstico de las situaciones y formulación de alternativas para la solución de problemas.

Estrategias del servicio

- Karl Albrecht, propone para entregar un servicio satisfactorio al cliente, un modelo centrado en el cliente, que consiste en analizar los 3 componentes siguientes: estrategia, sistema, personas: (ALBRECHT, GERENCIA DE SERVICIOS, 2005)



2.2.11 Satisfacción del cliente

Es un concepto inherente al ámbito del marketing y de la mayor demanda de un bien adquirido; hablar de la satisfacción del cliente hablamos de un cliente bien atendido y complacido en el servicio que se le brinda. (Julián Pérez Porto y María Merino, 2008)

Satisfacción del cliente es un concepto inherente al ámbito del marketing y la satisfacción que experimenta un cliente en relación a un producto o servicio adquirido, consumido, porque precisamente el mismo ha cubierto en pleno las expectativas depositadas en dicho momento, viendo que el objetivo a cumplir es lograr el objetivo de lo que el cliente que desee del producto que obtiene. La satisfacción que un cliente siente al respecto de un producto o servicio que consume porque cumple con sus demandas y expectativas.

Mediante la comunicación se puede llegar a los clientes y ahora en este mundo globalizado, con las redes sociales y medios electrónicos se tiene facilidad de llegar con más rapidez y eficacia a estos. Dando la oportunidad de intercambiar información con los clientes en cualquier aspecto del negocio.

Medición del servicio en empresas publicas

Se pueden diferenciar en 3 niveles para medir la calidad del servicio (Martín, 2009)

- **Macro-calidad**
- **Meso-calidad**
- **Micro-calidad**

Macro-calidad: se da al relacionar sociedades civiles con estado, o sea la ciudadanía con el servicio público. Evaluarlo garantiza la calidad democrática que se entiende como eficiencia y legitimación social de la acción pública. El objetivo de evaluación en este terreno serían las políticas públicas.

- **Meso-Calidad:** relaciona a los que producen, los que gestionan y los que reciben el servicio. Tiende a saber el nivel de satisfacción de la ciudadanía con el servicio brindado y como contribuir a la mejora del servicio. Su contexto son las organizaciones y su relación con quienes usan los servicios, aquí se crean los grupos de intereses.

- **Micro - Calidad:** son las relaciones internas de la empresa u organización. Donde se analizan estructuras, personas, procesos, prestaciones, etc. Con el fin de mejorar el servicio y su funcionamiento.

2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

NOMBRES DE LAS LEYES QUE SERÁN CONSIDERADAS EN ESTE CAPITULO

- **Foro mundial del agua(2001)**
- **Ley orgánica de defensa del consumidor**
- **Capítulo de derechos y obligaciones de los consumidores**
- **Derechos y Deberes de los Consumidores de la Junta General de Usuarios**

Según el Foro Mundial del Agua (2001), la Conferencia sobre el Agua en Mar de la Plata, Argentina (1977), el Tribunal Latinoamericano del Agua (1998), entre otros, se ha pactado que toda la población debe tener acceso al agua sin importar sus condiciones. El Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA, 2007), que es la principal autoridad a nivel mundial en el área ambiental, afirma:

El servicio de abastecimiento de agua está sujeto al artículo 11 y 12 del Derecho al agua Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales; ya que el agua es un derecho humano, indispensable para vivir dignamente. Como dice en el artículo 11; señala la importancia de garantizar un acceso sostenible a los recursos hídricos con fines agrícolas para el ejercicio del derecho a una alimentación adecuada (véase N° 12 (1997)).

Que, de conformidad con lo dispuesto por el numeral 7 del artículo 23 de la Constitución política de la Republica, es deber del estado garantizar el Derecho a disponer de bienes y servicios Públicos y Privados, de Optima

calidad; a elegirlos con Libertad, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características;

Que el art. 92 de la Constitución Política de la Republica dispone que la ley establecerá los mecanismos de Control de Calidad, los Procedimientos de defensa del Consumidor, la reparación e indemnización por deficiencias, daños y mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos no ocasionados por catástrofes, caso fortuito o fuerza mayor, y las sanciones por la violación de estos derechos; defensa del consumidor;

Que, el artículo 244, numeral 8 de la carta fundamental señala que el estado le corresponderá proteger los derechos de los consumidores sancionar la Información fraudulenta, la publicidad engañosa, la adulteración de los Productos, la alteración de pesos y medidas, y el incumplimiento de las normas de Calidad;

- **Ley orgánica de defensa del consumidor**

Art. 1.- **Ámbito y Objeto.**- Las disposiciones de la presente Ley son de orden público de interés social, sus normas por tratarse de una Ley de carácter orgánico, prevalecerán sobre las disposiciones contenidas en leyes ordinarias. En caso de duda en la interpretación de esta Ley, se la aplicará en el sentido más favorable al consumidor.

El objeto de esta Ley es normar las relaciones entre proveedores y consumidores, promoviendo el conocimiento y protegiendo los derechos de los consumidores y procurando la equidad y la seguridad jurídica en dichas relaciones entre las partes.

Art. 2.- **Definiciones.**- Para efectos de la presente ley, se entenderá por:

Anunciante.- Aquel proveedor de bienes o de servicios que ha encargado la difusión pública de un mensaje publicitario o de cualquier tipo de información referida a sus productos o servicios.

Consumidor.- Toda persona natural o jurídica que como destinatario final adquiera utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello. Cuando la presente ley mencione al Consumidor, dicha denominación incluirá al Usuario.

Contrato de Adhesión.- Es aquel cuyas cláusulas han sido establecidas unilateralmente por el proveedor a través de contratos impresos o en formularios sin que el consumidor, para celebrarlo, haya discutido su contenido.

Derecho de Devolución.- Facultad del consumidor para devolver o cambiar un bien o servicio, en los plazos previstos en esta Ley, cuando no se encuentra satisfecho o no cumple sus expectativas, siempre que la venta del bien o servicio no haya sido hecha directamente, sino por correo, catálogo, teléfono, internet, u otros medios similares.

Especulación.- Práctica comercial ilícita que consiste en el aprovechamiento de una necesidad del mercado para elevar artificialmente los precios, sea mediante el ocultamiento de bienes o servicios, o acuerdos de restricción de ventas entre proveedores, o la renuencia de los proveedores a atender los pedidos de los consumidores pese a haber existencias que permitan hacerlo, o la elevación de los precios de los productos por sobre los índices oficiales de inflación, de precios al productor o de precios al consumidor.

Información Básica Comercial.- Consiste en los datos, instructivos, antecedentes, indicaciones o contraindicaciones que el proveedor debe suministrar obligatoriamente al consumidor, al momento de efectuar la oferta del bien o prestación del servicio.

Oferta.- Práctica comercial consistente en el ofrecimiento de bienes o servicios que efectúa el proveedor al consumidor.

Proveedor.- Toda persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución, alquiler o comercialización de bienes, así como prestación de servicios a consumidores, por lo que se cobre precio o tarifa. Esta definición incluye a quienes adquieran bienes o servicios para integrarlos a procesos de producción o transformación, así como a quienes presten servicios públicos por delegación o concesión.

Publicidad.- La comunicación comercial o propaganda que el proveedor dirige al consumidor por cualquier medio idóneo, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio. Para el efecto la información deberá respetar los valores de identidad nacional y los principios fundamentales sobre seguridad personal y colectiva.

Publicidad Abusiva.- Toda modalidad de información o comunicación comercial, capaz de incitar a la violencia, explotar el miedo, aprovechar la falta de madurez de los niños y adolescentes, alterar la paz y el orden público o inducir al consumidor a comportarse en forma perjudicial o peligrosa para la salud y seguridad personal y colectiva.

Se considerará también publicidad abusiva toda modalidad de información o comunicación comercial que incluya mensajes subliminales.

Publicidad Engañosa.- Toda modalidad de información o comunicación de carácter comercial, cuyo contenido sea total o parcialmente contrario a las condiciones reales o de adquisición de los bienes y servicios ofrecidos o que utilice textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones que directa o indirectamente, e incluso por omisión de datos esenciales del producto, induzca a engaño, error o confusión al consumidor.

Servicios Públicos Domiciliarios.- Se entienden por servicios públicos domiciliarios los prestados directamente en los domicilios de los consumidores, ya sea por proveedores públicos o privados tales como

servicio de energía eléctrica, telefonía convencional, agua potable u otros similares.

Distribuidores o Comerciantes.- Las personas naturales o jurídicas que de manera habitual venden o proveen al por mayor o al detal, bienes destinados finalmente a los consumidores, aun cuando ello no se desarrolle en establecimientos abiertos al público.

Productores o Fabricantes.- Las personas naturales o jurídicas que extraen, industrializan o transforman bienes intermedios o finales para su provisión a los consumidores.

Importadores.- Las personas naturales o jurídicas que de manera habitual importan bienes para su venta o provisión en otra forma al interior del territorio nacional.

Prestadores.- Las personas naturales o jurídicas que en forma habitual prestan servicios a los consumidores.

Art. 3.- Derechos y Obligaciones Complementarias.- Los derechos y obligaciones establecidas en la presente ley no excluyen ni se oponen a aquellos contenidos en la legislación destinada a regular la protección del medio ambiente y el desarrollo sustentable, u otras leyes relacionadas.

- **Capítulo de derechos y obligaciones de los consumidores**

Art. 4.- Derechos del Consumidor.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos; 2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios

competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad; 3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad; 4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar; 5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida; 6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales; 7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos; 8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios; 9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor; y, 10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención sanción y oportuna reparación de su lesión; 11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y, 12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado. (lexis.com, 2012)

Art. 7.- Derechos y Deberes de los Consumidores de la Junta General de Usuarios

Son Derechos

1. Participar con voz y voto en la Asamblea General y en los respectivos Sectores de riego, convocados de acuerdo al presente Estatuto y su Reglamento Interno. Para poder ejercer este derecho, el consumidor no deberá adeudar a la Junta de Riego y Drenaje San Jacinto, valor alguno por ningún concepto;
2. Elegir y ser elegido para los cargos directivos del respectivo nivel de la organización, el presente Estatuto y su Reglamento Interno;
3. Acceder a la información contable, actas y cualquier clase de documentos que lleven la Junta de Riego y Drenaje San Jacinto y directorios de los Sectores de riego, previa solicitud por escrito y autorizado por el Presidente;
4. Recibir el caudal y tiempo de riego autorizado por la respectiva autoridad y de acuerdo al catastro, calendario y horario establecidos;
5. Presentar sugerencias que coadyuven a una mejor prestación del servicio de riego;
6. Presentar quejas o reclamos ante el Directorio de la Junta de Riego y Drenaje debidamente motivados y fundamentados, con las pruebas y documentos que sustenten la acción propuesta;
7. Denunciar documentadamente ante el Presidente del Directorio del Sector de riego, los abusos e incorrecciones cometidas por los dirigentes, consumidores internos y empleados de la Junta de Riego y Drenaje San Jacinto;
8. Gozar de los servicios y beneficios que ofrezca la Organización previo cumplimiento de las disposiciones previstas en el Reglamento Interno;

9. Ser atendido en los reclamos, siguiendo el órgano regular;
10. Apelar ante la Asamblea General de Consumidores, a fin de que se revisen las sanciones impuestas por el Directorio de la Junta de Riego y Drenaje;
11. Proponer acciones y medidas que considere apropiadas o necesarias para mejorar el servicio de riego;
12. Participar activamente en los procesos electorales de la Junta o del Sector de riego;
13. Contar con un servicio de riego de calidad;
14. Recibir un buen trato de los directivos de la Junta;
15. Solicitar al Presidente del Directorio de la Junta de Riego y Drenaje la convocatoria a una Asamblea General Extraordinaria, para tratar determinados asuntos con la firma de por lo menos el 30% de los consumidores internos catastrados de la Junta de Riego y Drenaje San Jacinto; y,
16. Los demás derechos que le correspondan de acuerdo a la Constitución de la República, a la Ley Orgánica de Recursos Hídricos, Usos y Aprovechamiento del Agua y su Reglamento, al presente Estatuto y su Reglamento Interno.

Son Deberes

1. Cumplir y hacer cumplir al Directorio de la Junta de Riego y Drenaje lo establecido en la Constitución de la República, la Ley Orgánica de Recursos Hídricos, Usos y Aprovechamiento del Agua y su Reglamento, del presente Estatuto y su Reglamento Interno y las resoluciones legalmente adoptadas por la Asamblea General;

2. Participar obligatoriamente en los trabajos de mantenimiento y mejoras establecidas o convocadas por la Asamblea General o Directorio de la Junta de Riego y Drenaje.
3. Los consumidores podrán delegar a un tercero a su costo y riesgo, para que participe en las labores descritas en el numeral anterior, en su reemplazo.
4. Pagar puntualmente las cuotas por tarifa de riego, extraordinarias y multas establecidas por la Asamblea General, el Directorio de la Junta de Riego y Drenaje o el Directorio del Sector de riego, originados por el derecho al uso de agua para riego;
5. Cumplir con lo establecido en la Ley Orgánica de Recursos Hídricos Usos y Aprovechamiento del Agua, su Reglamento y demás disposiciones legales en relación a la servidumbre de acueducto y tránsito del canal principal, secundario y terciario y la construcción de obras de mejoramiento de los mismos;
6. Tramitar e informar oportunamente las transferencias ante la Autoridad Única del Agua de la Demarcación Hidrográfica Guayas y Asamblea General;
7. Hacer uso eficiente del agua, vigilando que no se contamine las aguas del canal principal, secundario y terciario con desechos químicos, lavanderías, basuras, etc.
8. Asistir a las sesiones para las cuales fueren convocados y permanecer en ellas hasta la culminación;
9. Participar en forma personal y obligatoria en los procesos electorales de la Junta, observando lo dispuesto en el art. 7 numeral 1 y 2 del presente estatuto.
10. Respetar a los directivos y consumidores de la Organización;

11. Desempeñar obligatoriamente con responsabilidad y probidad los cargos o comisiones para los cuales fue designado;
12. Acatar y respetar estrictamente los horarios y turnos de riego del agua establecidos en el respectivo calendario; así como los calendarios de riego en los sistemas de riego tecnificado;
13. Respetar y no modificar, alterar o manipular la calibración de las válvulas, compuertas, aspersores, tuberías y acueductos instalados en beneficio personal o de terceros;
14. Participar en la protección y conservación del ecosistema, las fuentes de agua, la cuenca y sub-cuenca en coordinación con la Autoridad Única del Agua;
15. Informar oportunamente a cualquier miembro del Directorio de la Junta de Riego y Drenaje de las novedades sobre contaminación del agua, colocación de obstáculos en el fondo del canal de riego u otros artificios para elevar el nivel del agua; mal uso del agua de regadío provocando anegamiento de terrenos de terceros y caminos públicos; así como aquellas que pongan en riesgo la infraestructura de los canales principal y secundarios; de los sistemas presurizados y de riego tecnificado;
16. Contribuir con el cuidado de la infraestructura de riego y demás bienes de la Junta;
17. Suministrar información con veracidad;
18. Cumplir oportuna y satisfactoriamente las sanciones que le sean impuestas;
19. Informar oportunamente al Directorio de la Junta sobre ventas, trasposos o división de parcelas y aquellos datos que se considere necesario para actualizar el padrón de consumidores;

20. Regularizar el uso del recurso hídrico de una propiedad que ha tenido cambio de propietario, para lo cual el vendedor o cedente deberá estar al día con las obligaciones de la Junta; caso contrario el nuevo propietario no podrá hacer uso del recurso hídrico; salvo que asuma los valores adeudados. (usuarios, 2017)

2.3. VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

Variable dependiente: Servicio al cliente

Es la manera y trato que una empresa o un negocio brindan a sus clientes al momento de atender sus necesidades, consultas, pedidos o reclamos de la venta de un producto o servicio.

Variable independiente: Satisfacción de los usuarios

Es el estado de los clientes cuando las empresas han cumplido con sus expectativas y quedan satisfechos. En este caso se está hablando de la adquisición de un servicio.

2.4. DEFICIONES CONCEPTUALES

Servicios: Con origen en el término latino *servitium*, la palabra servicio define a la actividad y consecuencia de servir (un verbo que se emplea para dar nombre a la condición de alguien que está a disposición de otro para hacer lo que éste exige u ordena).

Cliente: persona que adquiere un producto o servicio en una empresa ya sea grande, mediana o pequeña a cambio de un valor que este mismo se lo da.

Satisfacción: Satisfacción, del latín *satisfactio*, es la acción y efecto de satisfacer o satisfacerse. Este verbo refiere a pagar lo que se debe, saciar un apetito, sosegar las pasiones del ánimo, cumplir con ciertas exigencias, premiar un mérito o deshacer un agravio.

Usuarios: Un Usuario es aquella persona que usa algo para una función en específico, es necesario que el usuario tenga la conciencia de que lo que está haciendo tiene un fin lógico y conciso, sin embargo, el termino es genérico y se limita en primera estancia a describir la acción de una persona que usa algo.

Insatisfacción en los usuarios: La insatisfacción es una inconformidad del ser humano al darse cuenta que lo que requirió no lleno sus expectativas. Uno de los puntos más importantes dentro del servicio al cliente; es ser bien atendidos y lo que se compra sea una compra productiva y no ver que su dinero ha sido mal invertido. (<https://www.definicionabc.com/social/insatisfaccion.php>)

Se trata de un sentimiento muy humano que puede estar contextualizado en ámbitos muy concretos: en el plan laboral una persona puede sentirse de este modo cuando tiene un trabajo precario, en una etapa de desempleo de larga duración, ante un empleo que no conecta con la vocación profesional, al estar estancado en el trabajo.

Sin embargo, otra forma de ver la insatisfacción es la queja y el constante pensamiento negativo son dos actitudes propias de aquel que no está satisfecho con lo que realiza en otras palabras es no estar conforme con lo que realiza ya sea en aspecto laboral, sentimental o cuando se obtiene un producto y el objeto que se obtuvo no cubre sus expectativas.

Una de las formas de aplicar los objetivos para cambiar estos paradigmas es la motivación que se debe dar en cada una de las empresas y que en muchos casos los mismos seres humanos nos debemos tomar iniciativa propia para un mejor estado de ánimo; tomando en cuenta que las diferentes situaciones que vivimos en muchos casos causa problema no solo en lo laboral sino en nuestro organismo. (<https://www.definicionabc.com/social/insatisfaccion.php>)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

Esta investigación se la realiza en la comunidad de San Jacinto Cantón Colimes provincia del Guayas. En este capítulo se expondrá como se va analizar el problema de investigación, proceso, procedimiento y etapas analizando las diferentes causas y efectos que se han podido evidenciar en la empresa, Es muy importante dar a conocer el nombre de la Institución y las diferentes falencias y fortalezas que se han venido dando en el transcurso de los años.

Nombre completo de la empresa o institución, rama y/o ministerio al que pertenece.

Junta General de Usuarios del Sistema de Riesgo y Drenaje San Jacinto, pertenece a la secretaria el SE nagua.

Fecha, ley o resolución en que fue aprobada o constituida

Acuerdo ministerial numero 162 M.A.G 27 de abril de 1999 ruc 0991502823001

Objeto social

La junta de riego es una organización comunitaria sin fines de lucro que tiene como finalidad la prestación del servicio de riego y drenaje, bajo criterios de eficiencia económica, calidad, servicio y equidad en la distribución del agua.

Misión:

La Junta de Riego y Drenaje San Jacinto es una organización Civil, sin fines de lucro, que participa activa y organizadamente en operación y mantenimiento de la infraestructura hidráulica de uso común multisectorial.

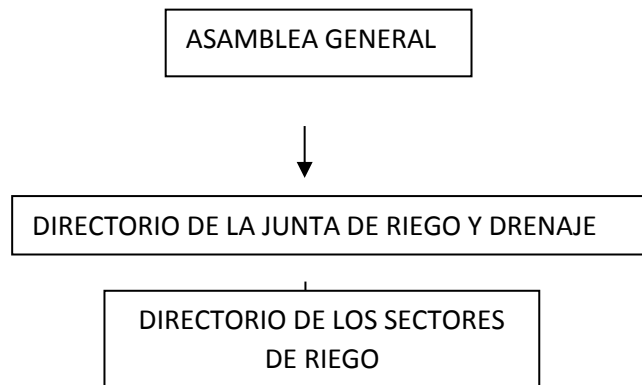
Visión:

La Junta de Riego y Drenaje San Jacinto es una Organización consolidada y lidera de manera sostenida en la gestión integrada de los Recursos Hídricos. Produce las mejores prestaciones de servicios, de óptima calidad en beneficio de una mejor productividad y competitividad de sus consumidores, mejorando su desarrollo económico y social. Desarrolla sus actividades salvaguardando la protección de la ecología y medio ambiente en pro de la conservación de los ecosistemas”.

Estructura Organizativa. Principales áreas de la Empresa.

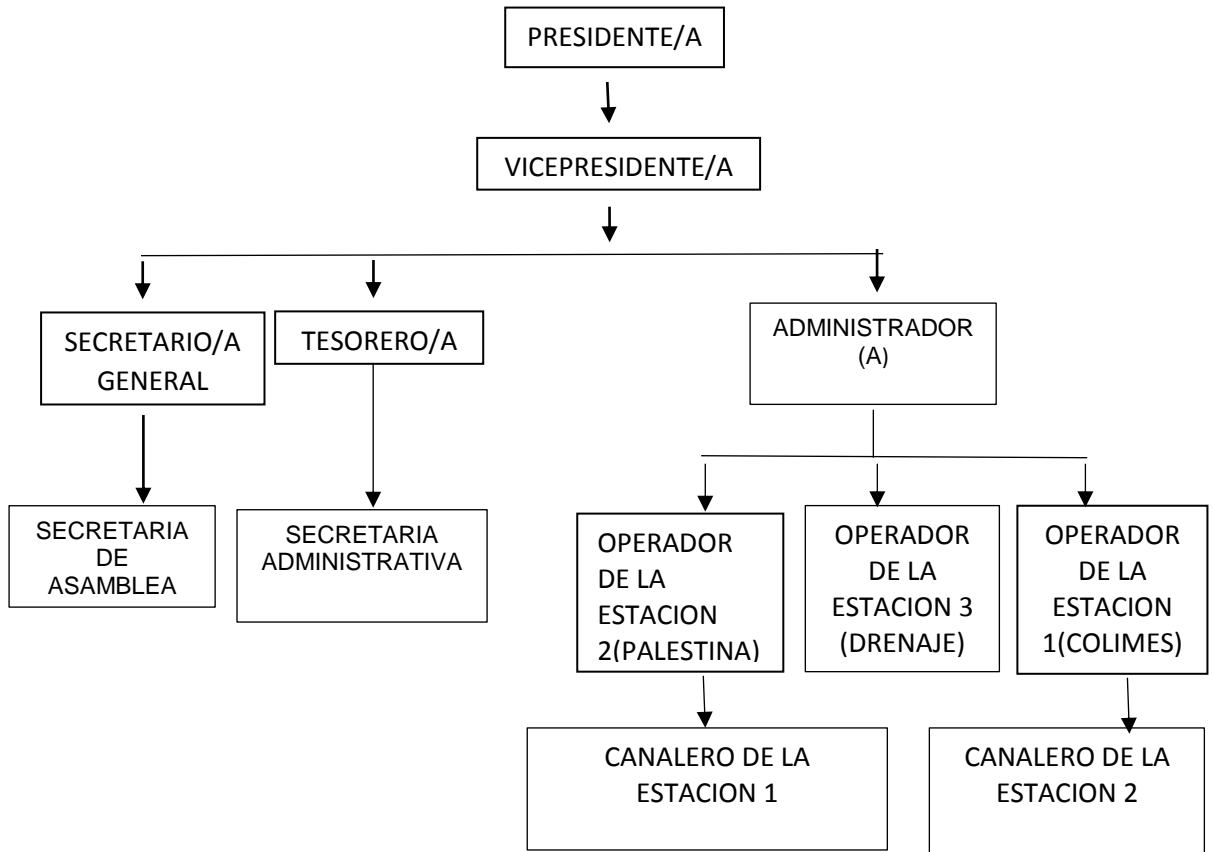
La estructura orgánica estará conformada por:

- a) Asamblea General.
- b) Directorio de la Junta de Riego y Drenaje.
- d) Directorios de los Sectores de riego.



Plantilla total de trabajadores.

DIRECTORIO DE LA JUNTA DE RIEGO Y DRENAJE.

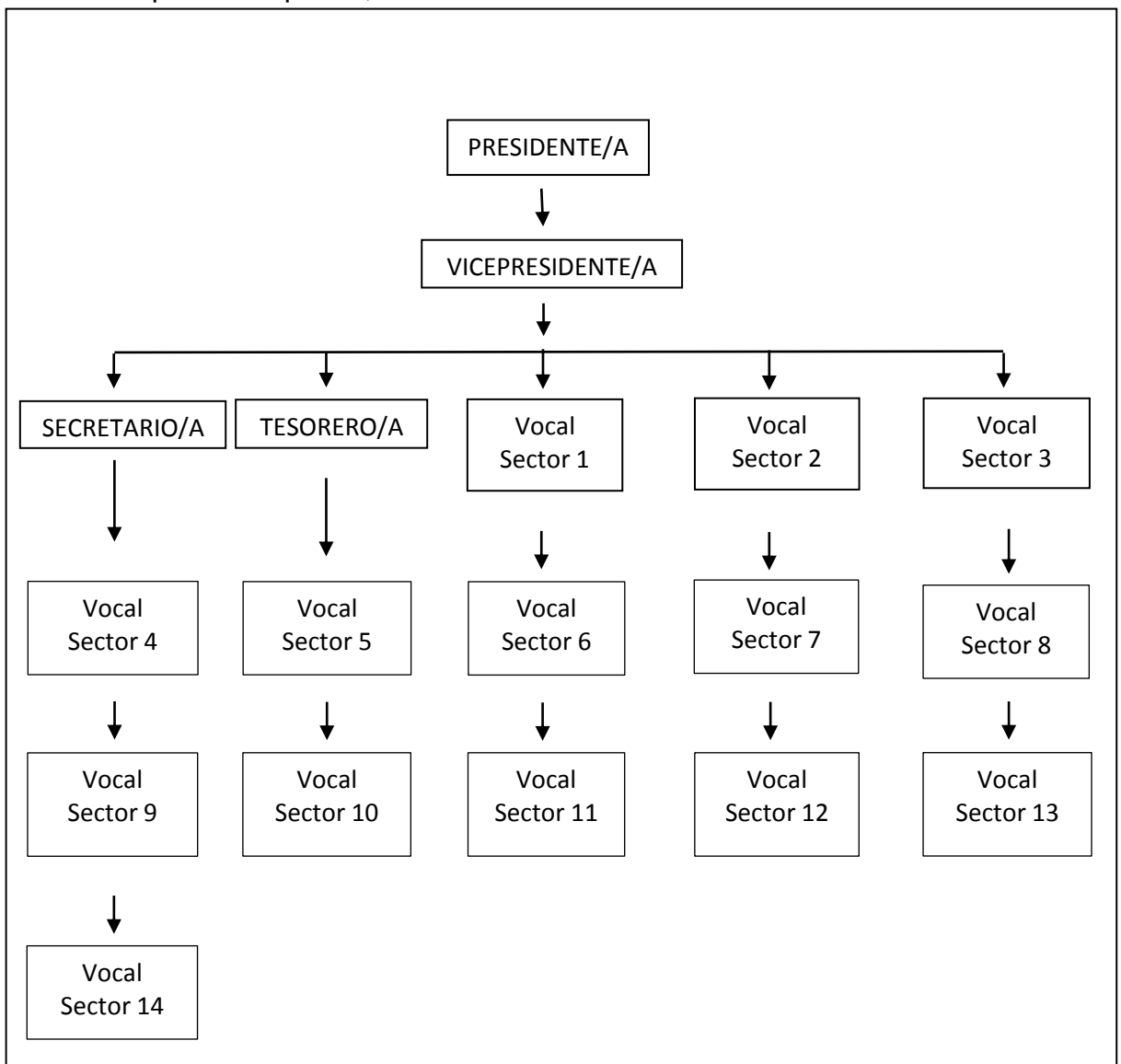


Cantidad de trabajadores por categoría ocupacional

DIRECTORIO DE LOS SECTORES DE RIEGO.

El Directorio estará integrado por:

- a) Presidente (a)
- b) Vicepresidente (a)
- c) Tesorero (a)
- d) Secretario (a)
- e) Un Vocal principal designado por cada Sector de riego y su respectivo suplente, en caso de existir.

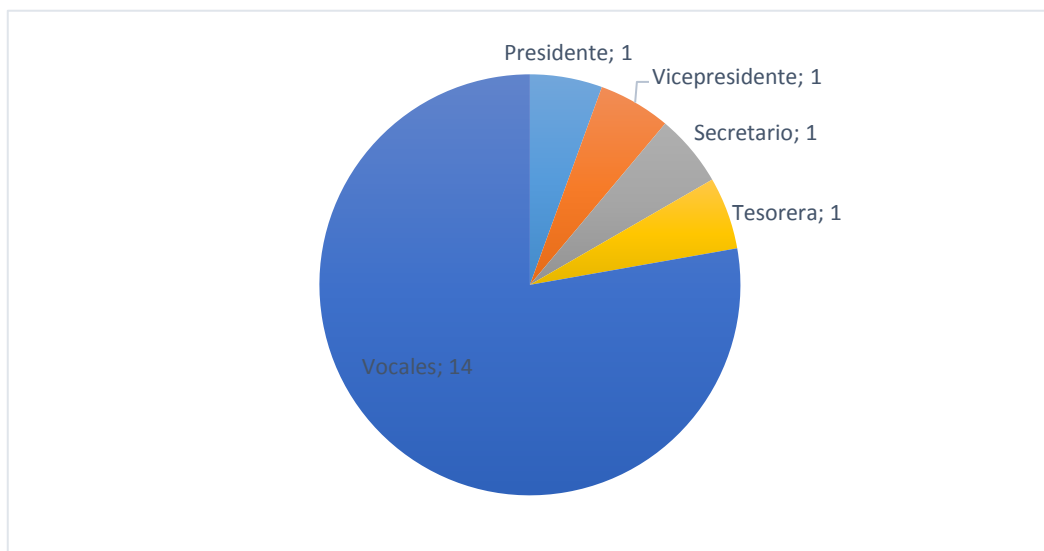


Cuadro 1 Plantilla del trabajador

ITEM	CARGO	TRABAJADORES
1	Presidente	1
2	Vicepresidente	1
3	Secretario	1
4	Tesorera	1
5	Vocales	14
6	Total	18

Elaborado por: kerly palacios Sánchez

Figura 1 Plantilla del Trabajador



Elaborado por: kerly palacios Sánchez

Cientes, proveedores y competidores más importantes.

Cientes.

El agua para riego administrada por la Junta de Riego y Drenaje San Jacinto inicialmente cubre con 602 usuarios, y 223 consumidores registrados, están clasificados por 14 Sectores de riego Lomas de Colimes, La Balsa, San Antonio, Centinela, Boquerón, San Eduardo, Tierra Nuestra, La Alegría, Santa Rosa, Irca, La Perpetua, La Virtud, Parrales Zambrano y la Palma.

Proveedores.

Los proveedores de la junta general de usuarios son personas naturales que habitan en la ciudad de Guayaquil y del cantón palestina ellos se encargan de darle el producto a la empresa

Empresas más relevantes de las que reciben algún producto o servicio.

Cuadro 2 Proveedores

Empresa proveedora	productos o servicios
Maquitec	Maquinarias
Químicos Baquerizo	Químicos
Repsol gas , Primax	Combustible
Ecuá plásticos	Tuberías

Elaborado por: kerly palacios Sánchez

Competidores.

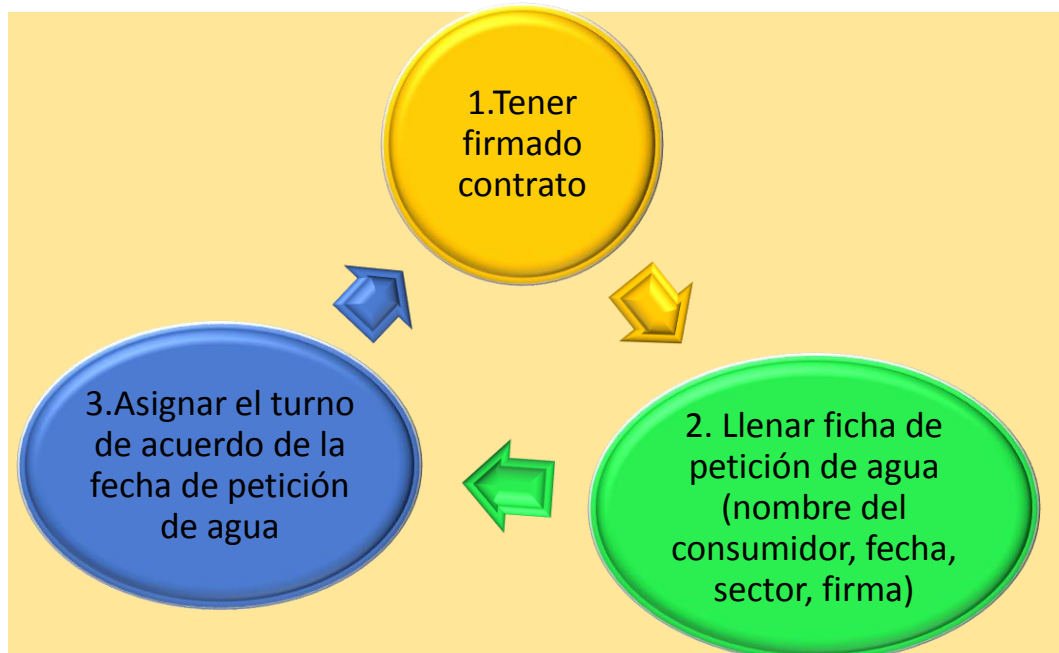
No tiene porque en la comunidad de San Jacinto no existen más empresas que brinden el servicio de riego. En cada cantón radica una junta la cual cada una se dedica al servicio de riego y drenaje.

Principales productos o servicios que da la empresa.

El principal servicio que ofrece la institución es el servicio de riego, el cual satisface la necesidad de mantener la producción de los cultivos de arroz, a través de la distribución ordenada del recurso agua en sectores aledaños al sector, estableciendo un cronograma para cumplir con los parámetros establecidos y lograr la satisfacción de los usuarios.

Descripción del proceso objeto de estudio o puesto de trabajo

Figura 2 Puesto de trabajo



Elaborado por: kerly palacios Sánchez

Análisis económico financiero de periodos anteriores de la empresa a través de indicadores (ingresos, costos, liquidez, rentabilidad, rotación de inventarios, entre otros).

Cuadro 3 Cuenta por cobrar

Cuentas por Cobrar	
Año 2016	Año 2017
113.308.50	152.004,30

Elaborado por: kerly palacios Sánchez

Análisis:

Dentro del análisis se observa el monto de cuentas por cobrar de los usuarios, ya que en el 2016 se tuvo que cobrar 113.308.50 y de que en el 2017 las cifras en vez de bajar suben 152.004,30; en las cuales los usuarios alegaron que la deuda sube por la mala producción que se dio en estos años y de que el gobierno bajó el precio a la venta al público. Esto hizo que

los usuarios obtuvieran más pérdidas que ganancias aunque también se quejaron de la mala administración que la Junta de Usuario ha venido dando; pero dentro del análisis se proyecta de poner medidores y de que alguien se haga responsable del control de cada riego ya que muchos dueños de tierra toman decisiones por sí solos y esas decisiones dañan las cosechas.

Otros indicadores como productividad, rendimiento de equipos, de materiales, etc.

La junta general de usuarios de riego y drenaje de la comunidad de San Jacinto, tiene como ingresos principales la producción que genera las hectáreas de arroz que posee cada uno de los usuarios en las diferentes comunidades, por lo cual necesitan el riego de agua, el rendimiento de las bombas que mensualmente tienen que estar en mantenimiento para abastecer suficiente agua, los canales limpieza constantemente para que fluya el agua sin ningún problema para lo cual se necesita líquidos para la limpieza de canales de los sectores, gasolina para los equipos etc.

Indicadores de productividad de los sectores

Cuadro 4 Indicadores de productividad

Sectores	Hectáreas	2016	2017	totales de cosechas por hectáreas
Centinela	53.95	2 cosechas	2 cosechas	215.8
Virtud	51.78	21/2 cosechas	21/2 cosechas	258.9
Lomas de colimes	208.57	21/2 cosechas	21/2 cosechas	1,042.85
La palma	116.57	21/2 cosechas	21/2 cosechas	582.85

Parrales Zambrano	47.83	2 cosechas	2 cosechas	191.32
La alegría	86.65	2 cosechas	2 cosechas	346.6
San Antonio	221.94	21/2 cosechas	21/2 cosechas	1,109.7
La perpetua	207.85	21/2 cosechas	21/2 cosechas	1,039.25
Santa rosa	169.67	21/2 cosechas	21/2 cosechas	848.35
Irca	185.04	21/2 cosechas	21/2 cosechas	925.2
La balza	177.29	21/2 cosechas	21/2 cosechas	886.45
Tierra nuestra	20.16	21/2 cosechas	21/2 cosechas	100.8
Boquerón	71.5	2 cosechas	2 cosechas	286
San Eduardo	145.46	2 cosechas	2 cosechas	581.84

Elaborado por: kerly palacios Sánchez

Análisis

Como se puede ver en el cuadro general, entre los años 2016 y 2017 las cosechas que se habían mantenido ahora van bajando debido a la falta de compromiso por parte de sus trabajadores por el problema planteado en el trabajo de investigación.

3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Según Cortes, M (2004) e Iglesias, M (2004), la investigación dice que la metodología de la investigación científica es aquella ciencia que provee al investigador de una serie de conceptos, principios y leyes que le permitan encauzar de un modo eficiente y tendiente a la excelencia del proceso de la investigación científica. Se podría decir que el objeto de la investigación que se ha realizado en este proyecto es la parte lógica e estructurada entre sí. Este estudio se hace sobre la base de un conjunto de características y de sus relaciones y leyes de acuerdo cada tema o propuesta que se realiza.

3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Según Bastar,S, (2012) afirma que la metodología de la investigación ha aportado al campo de la educación, métodos, técnicas y procedimientos que permitan alcanzar el conocimiento de la verdad objetiva para facilitar el proceso de investigación se ha encargado de definir, construir y validar los métodos necesarios para la obtención de nuevos conocimientos. Así se tiene:

Descriptiva: es descriptivo porque requiere de la combinación de los métodos analítico y sintético, en conjugación con el deductivo y el inductivo, se trata de responder o dar cuenta del porqué del objeto que se investiga. En este trabajo se aplicará, proporcionando los detalles del proceso de la entrega del servicio de abastecimiento del agua.

Explicativa: es explicativa porque se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades. En el estudio se investigará las características del proceso del servicio de abastecimiento del agua, y las características de la población: los usuarios del servicio.

Correlacional: dice que el investigador pretende visualizar como se relacionan o vinculan diversos fenómenos entre sí o si por el contrario no existe relación entre ellos lo principal de estos estudios es saber cómo se

puede comportar una variable conociendo el comportamiento de otra variable, Es una actividad de hecho o desempeño que busca satisfacer

Una necesidad aplicada a una persona u objeto, lo cual es valorada por una persona o grupos de personas que perciben en estos beneficios para ellos.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. Población

Balestrini (2006) define la población como: “conjunto finito o infinito de personas, casos o elementos, que presentan características comunes” (p. 137).

Tipos de población

- 1- Población finita:** es una agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran, además existe un registro documental de dichas unidades.
- 2- Población infinita:** es aquella que desconoce el total de elementos que la conforman por cuanto no existe un registro documental debido a que su elaboración sería prácticamente imposible.

En este caso la población estudiada en este proyecto es una población finita ya que se conoce la cantidad real de elementos a estudiar, la investigación se realizará mediante registros como listados de los usuarios, actas de posesión de tierras, registro de cada sector por categorías.

(Balestrini, (2006))Cuadro 5 **Población**

Ítem	Informantes	Población
1	Consumidores activos	223
2	Secretaria General	1
3	Secretaria Administrativa	1
TOTAL:		224

Elaborado por: kerly palacios Sánchez

3.4.2. Muestra

Balestrini (2006), señala que: “una muestra es una parte representativa de una población, cuyas características deben producirse en ella, lo más exactamente posible. (p.141)”.

3.4.3. Tipos de muestreo

El muestreo aleatorio

En el muestreo aleatorio todos los elementos tienen la misma probabilidad de ser elegidos, Los individuos que formarán parte de la muestra se elegirán al azar mediante números aleatorios. Existen varios métodos para obtener números aleatorios, los más frecuentes son la utilización de tablas de números aleatorios o generarlos por ordenador.

El muestreo aleatorio puede realizarse de distintas maneras, las más frecuentes son el muestreo simple, el sistemático, el estratificado y el muestreo por conglomerados.

Muestreo aleatorio simple. Es el método conceptualmente más simple. Consiste en extraer todos los individuos al azar de una lista (marco de la encuesta).

Muestreo aleatorio estratificado. Se divide la población en grupos en función de un carácter determinado y después se muestrea cada grupo aleatoriamente, para obtener la parte proporcional de la muestra. Este método se aplica para evitar que por azar algún grupo de animales este menos representado que los otros.

Muestreo aleatorio por conglomerados. Se divide la población en varios grupos de características parecidas entre ellos y luego se analizan completamente algunos de los grupos, descartando los demás. Dentro de cada conglomerado existe una variación importante, pero los distintos conglomerados son parecidos. Requiere una muestra más grande, pero suele simplificar la recogida de muestras. Frecuentemente los conglomerados se aplican a zonas geográficas.

Muestreo mixto. Cuando la población es compleja, cualquiera de los métodos descritos puede ser difícil de aplicar, en estos casos se aplica un muestreo mixto que combina dos o más de los anteriores sobre distintas unidades de la encuesta. (Jordi Casal1, Rev. Epidem. Med. Prev. (2003), 1: 3-7)

Cuadro 6 **Muestra**

Ítem	Estrato	Muestra	Técnica
1	Consumidores activos	141	Encuesta
2	Secretaria General	1	Entrevista
3	Secretaria administrativa	1	Entrevista
TOTAL:		141	

Elaborado por: kerly palacios Sánchez

Tipo de muestreo

Se va a utilizar un tipo de muestro probabilístico, en este caso aleatorio simple, ya que como se los va a aplicar a directivos y administradores se necesita calcular mediante formula los datos.

Formula probabilística

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{e^2} \quad \text{Y} \quad n = \frac{Nz^2 p(1-p)}{(N-1)e^2 + z^2 p(1-p)}$$

$$n = \frac{223(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(223 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{223(0.9604)}{(0.555)+0.9604}$$

$$n = \frac{214,27}{1,5154}$$

$$n = 141.$$

TÈCNICAS DE INVESTIGACIÒN

Observaci3n: Permite conocer la realidad mediante la percepci3n directa de entes y procesos, para lo cual debe poseer algunas cualidades que le dan un car3cter distintivo. Es el m3s característico en las ciencias descriptivas.

Entrevista: es una t3cnica de recolecci3n de datos que involucra el cuestionamiento oral de los entrevistados ya sea individualmente o en grupo.

Encuesta: Consiste en diseñar un cuestionario de preguntas como instrumento de registro de las opiniones que servir3n para verificar hip3tesis.

Herramientas de diagn3stico:

En este estudio se utilizaran las herramientas siguientes:

- hoja de recolecci3n de datos (lista de chequeo) – Macro calidad
- Diagrama Causa efecto de Ishikawa – Modelo triangulo del servicio

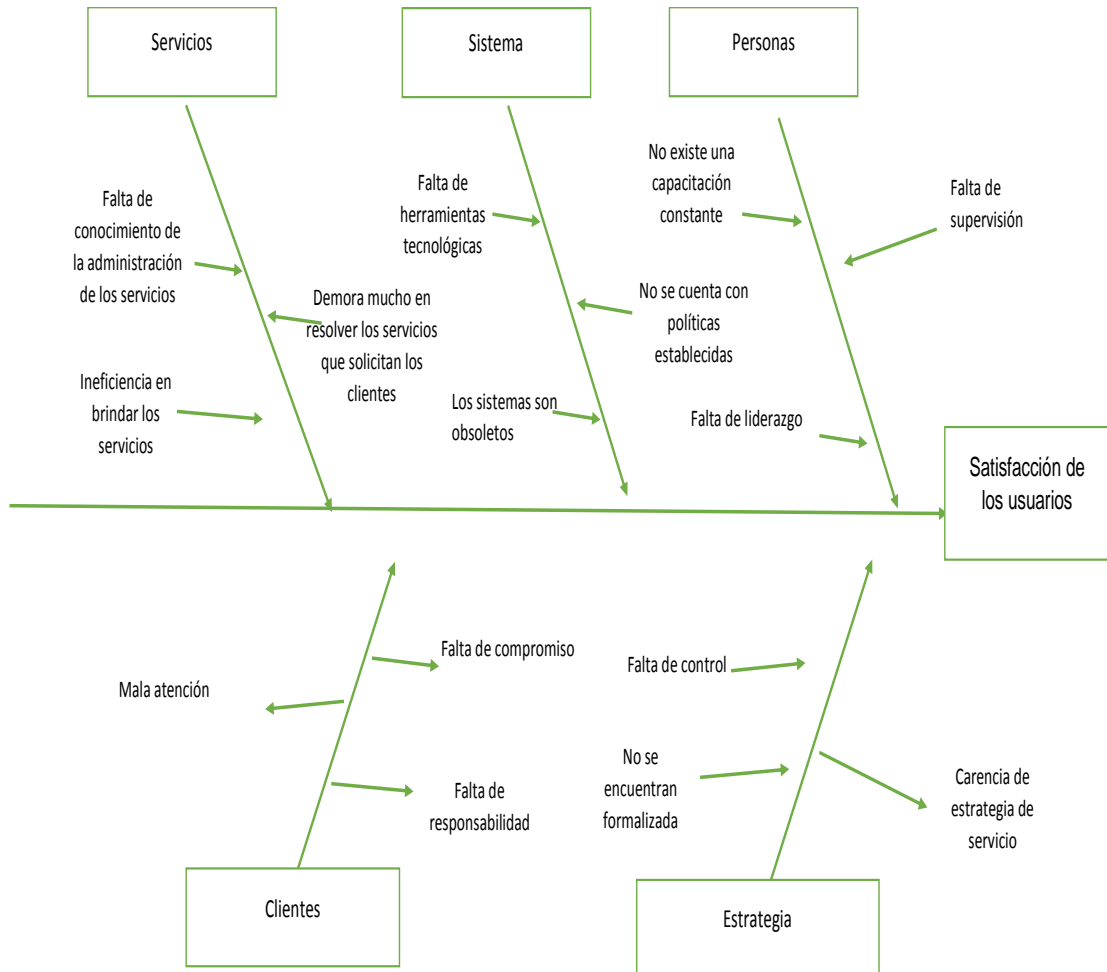
Los criterios que se utilizaran para realizar el diagnostico son, los que corresponde al fundamento te3rico “Medici3n del servicio en empresas p3blicas”, seg3n (Martín, 2009)

Ítem	Criterio	Instrumento
Macro calidad	Políticas p3blicas de servicio	Hoja de recolecci3n de datos (check list)
Meso calidad	Relaci3n estado, junta y usuarios	Encuesta
Micro calidad	Aspectos internos del servicio	Entrevista / Diagrama de Ishikawa

DIAGRAMA CAUSA EFECTO ICHIKAWA

El prop3sito lo cual se ha escogido diagrama de Ishikawa, es porqu3 con ella podemos conocer cu3les son las causas y efectos del problema, para luego intervenir en estos aspectos.

Se toma como referencia el triángulo del servicio expuesto por Karl Albrecht, que consiste en: ESTRATEGIA, PERSONAS, SISTEMAS, CLIENTE.



CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

INTRODUCCION

En este capítulo se expondrán los resultados de las diversas técnicas de investigación y herramientas de diagnóstico aplicadas en el capítulo anterior, las cuales se citan a continuación:

- Encuestas a los usuarios (micro calidad)
- Entrevista a la secretaria administrativa para evaluar la meso calidad (único contacto con el usuario)
- Entrevista a la secretaria general para evaluar la meso calidad
- Hoja de recolección de datos basada en el modelo de medición de la calidad de la atención en empresas públicas (macro).
- Diagrama causa efecto de Ishikawa basado en el modelo triángulo del servicio (medir la calidad de la atención meso)

ENCUESTA A LOS USUARIOS:

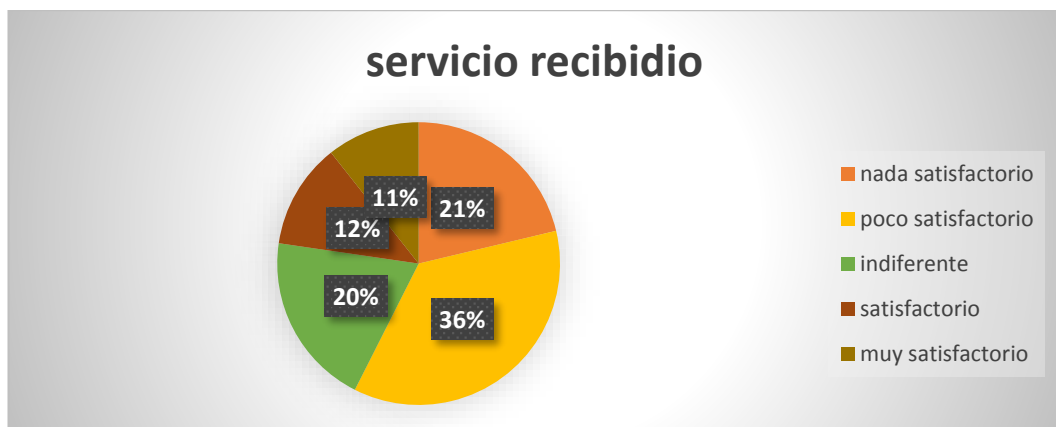
1. ¿Cómo califica el servicio que presta el establecimiento?

Cuadro 7 Servicio recibido

Servicio Recibido	
Nada satisfactorio	30
Poco satisfactorio	51
Indiferente	28
Satisfactorio	17
Muy satisfactorio	15
Total	141

Elaborado por: kerly palacios Sánchez

Figura 3 Servicio recibido



Elaborado por: kerly palacios Sánchez

Interpretación:

De los 141 encuestados existe un 87% de usuarios no tienen una imagen satisfactoria del servicio que recibe de la Junta, lo cual permite identificar que urge la intervención de la empresa en analizar las causas de esta problemática.

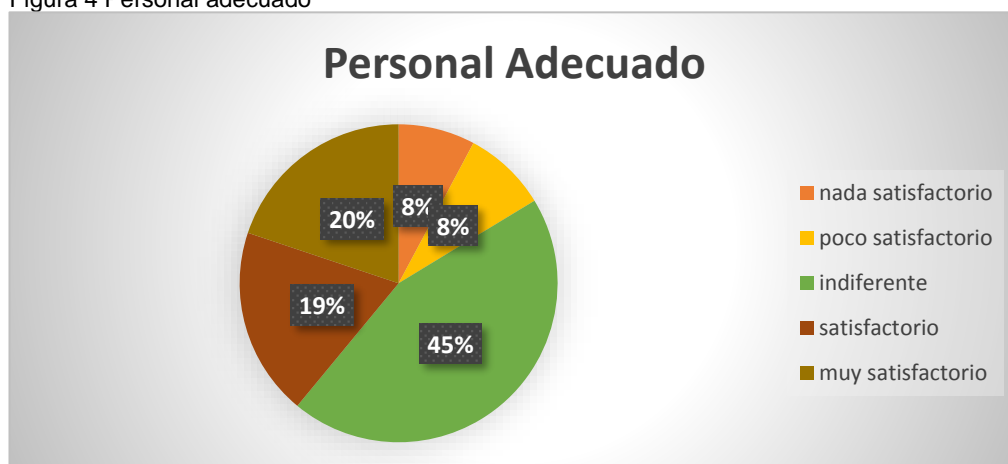
2.- ¿Considera que el personal tiene conocimiento del puesto administrativo que desempeña?

Cuadro 8 Personal adecuado

Personal Adecuado	
nada satisfactorio	11
poco satisfactorio	12
Indiferente	63
Satisfactorio	27
muy satisfactorio	28
Total	141

Elaborado por: kerly palacios Sánchez

Figura 4 Personal adecuado



Elaborado por: kerly palacios Sánchez

Interpretación:

Un 45% de los encuestados consideran que le es indiferente y que no tienen conocimiento si el personal es o no capacitado para el puesto administrativo que desempeñan, lo cual demuestra que el servicio que presta la secretaria no está logrando un impacto positivo en los usuarios, no genera momentos de verdad se evidencia deficiencia en la preparación del personal y el compromiso del mismo con la empresa.

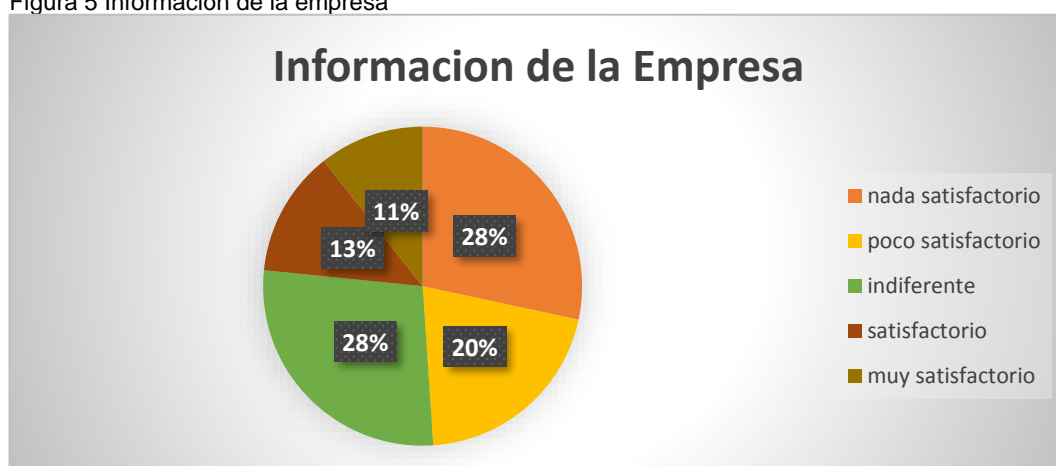
3.- ¿Considera usted que la información respecto a la empresa, proporcionada por el personal es clara y pertinente?

Cuadro 9 Información de la empresa

Información de la empresa	
nada satisfactorio	40
poco satisfactorio	29
Indiferente	39
Satisfactorio	18
muy satisfactorio	15
Total	141

Elaborado por: kerly palacios Sánchez

Figura 5 Información de la empresa



Elaborado por: kerly palacios Sánchez

Interpretación

En su mayoría los encuestados consideran que la información recibida de la empresa por parte del personal que ahí labora es poco y nada satisfactorio con un 48%, lo cual permite deducir que el personal hace confundir a los usuarios y que no necesariamente dan a conocer lo que se desea conocer adquirir dispositivo con información para que el cliente apruebe su conformidad.

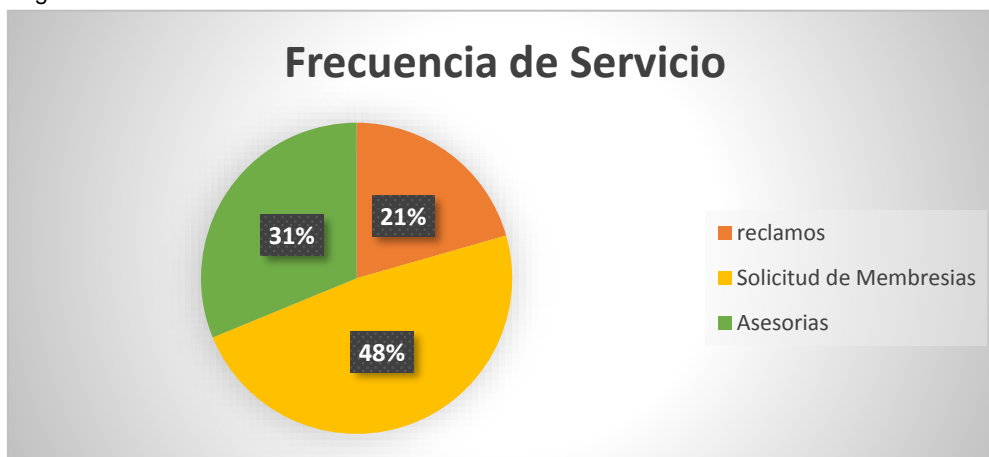
4.- ¿Qué servicio es el que solicita con mayor frecuencia el cliente?

Cuadro 10 Frecuencia de servicio

Frecuencia de Servicios	
Reclamos	29
Solicitud de Membresías	68
Asesorías	44
Total	141

Elaborado por: kerly palacios Sánchez

Figura 6 Frecuencia de servicio



Elaborado por: kerly palacios Sánchez

Interpretación. -

La mayoría de las personas que acuden a la empresa solicitan membresías, siendo este el servicio más requerido y frecuentado por el usuario, representado en un 48% de los resultados arrojados por la encuesta. Contratar los servicios de un pasante calificado que atienda a los usuarios que requieren membresía para que la secretaria tenga tiempo de atender a los usuarios que requieren solicitudes más delicadas en su proceso, capacitar a la secretaría en liderazgo empowerment.

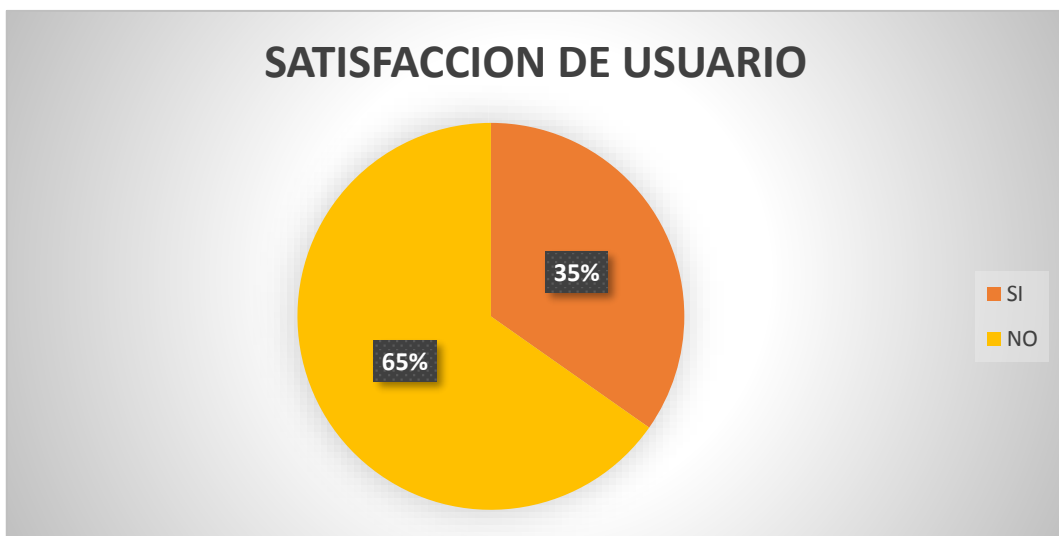
5.- ¿Está satisfecho con la calidad de servicio que brinda la junta?

Cuadro 11 Satisfacción de usuario

SATISFACCION DE USUARIO	
SI	49
NO	92
TOTAL	141

Elaborado por: kerly palacios Sánchez

Figura 7 Satisfacción de usuario



Elaborado por: kerly palacios Sánchez

Interpretación. -

Es apremiante crear un plan de acción para mejorar la atención al usuario y por ende elevar la satisfacción de ellos.

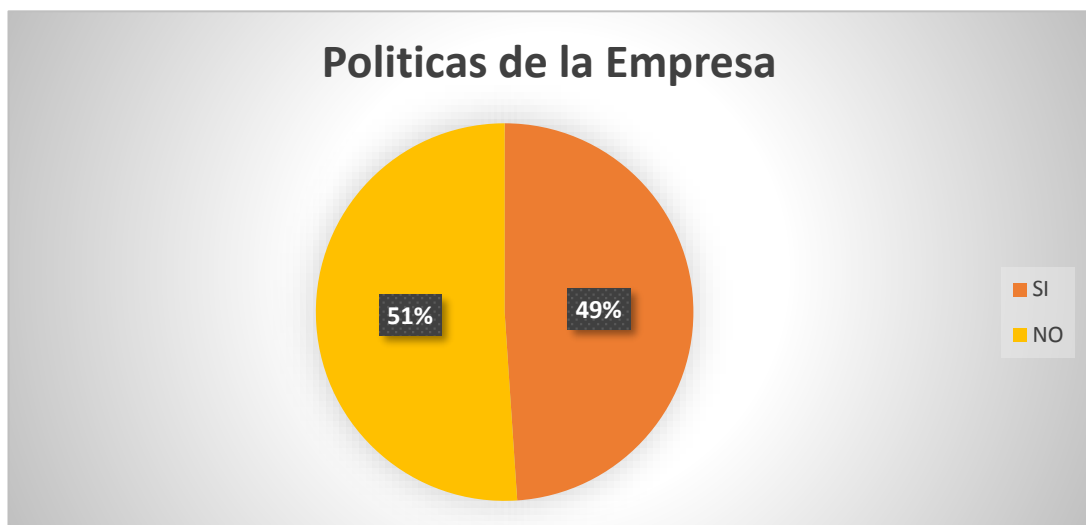
6.- ¿Está de acuerdo con las políticas de esta empresa?

Cuadro 12 Políticas de la empresa

POLITICAS DE LA EMPRESA	
SI	69
NO	72
TOTAL	141

Elaborado por: kerly palacios Sánchez

Figura 8 Políticas de la empresa



Elaborado por: kerly palacios Sánchez

Interpretación. -

A pesar de que la satisfacción está dividida casi en partes iguales, es importante atender a ese 51% que no están de acuerdo con las políticas, puesto que es necesario que todo el usuario las conozca, las comprendan y acepten que son para su beneficio.

7.- ¿considera usted que la junta de usuarios escucha las necesidades de los propietarios de cada tierra?

Cuadro 13 Análisis de necesidades de usuarios

ANALISIS DE NECESIDADES DE USUARIOS	
SI	59
NO	82
TOTAL	141

Elaborado por: kerly palacios Sánchez

Figura 9 Análisis de necesidades de usuarios



Elaborado por: kerly palacios Sánchez

Interpretación.-

Un 58% de los encuestados consideran que sus quejas, reclamos y necesidades no son debidamente escuchados por los trabajadores de la junta de usuarios, es importante crear un mecanismo a través del cual las necesidades de los usuarios sean conocidas y resueltas por la empresa.

8.- ¿Evalué los siguientes aspectos del servicio brindados por la junta?

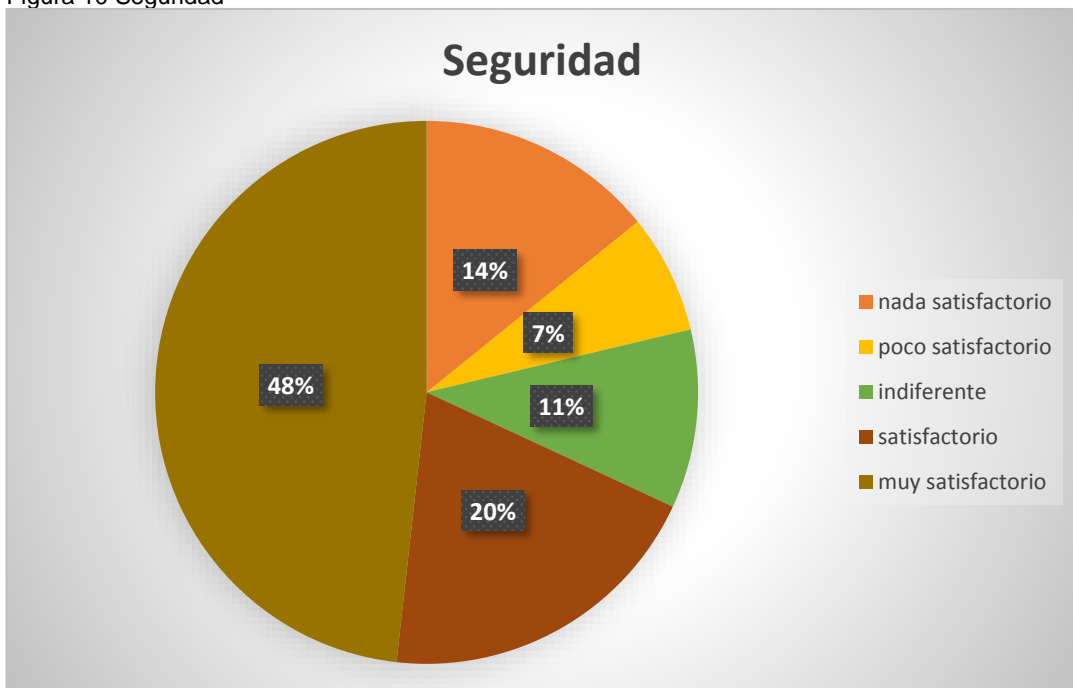
Cuadro 14 Aspectos de servicio

AMABILIDAD	
nada satisfactorio	10
poco satisfactorio	11
Indiferente	81
Satisfactorio	26
muy satisfactorio	13
Total	141

RAPIDEZ	
nada satisfactorio	67
poco satisfactorio	25
Indiferente	31
Satisfactorio	15
muy satisfactorio	3
Total	141

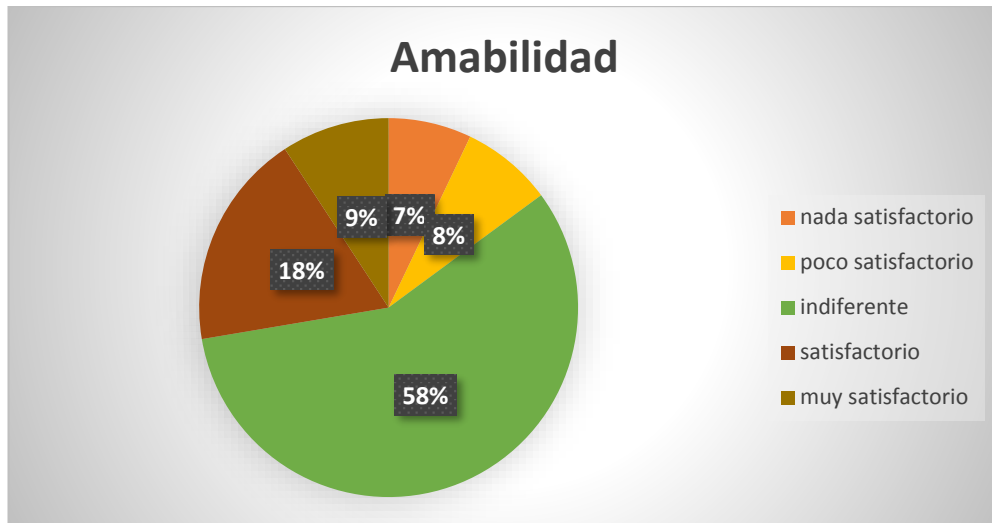
SEGURIDAD	
nada satisfactorio	20
poco satisfactorio	10
Indiferente	15
Satisfactorio	28
muy satisfactorio	68
Total	141

Figura 10 Seguridad



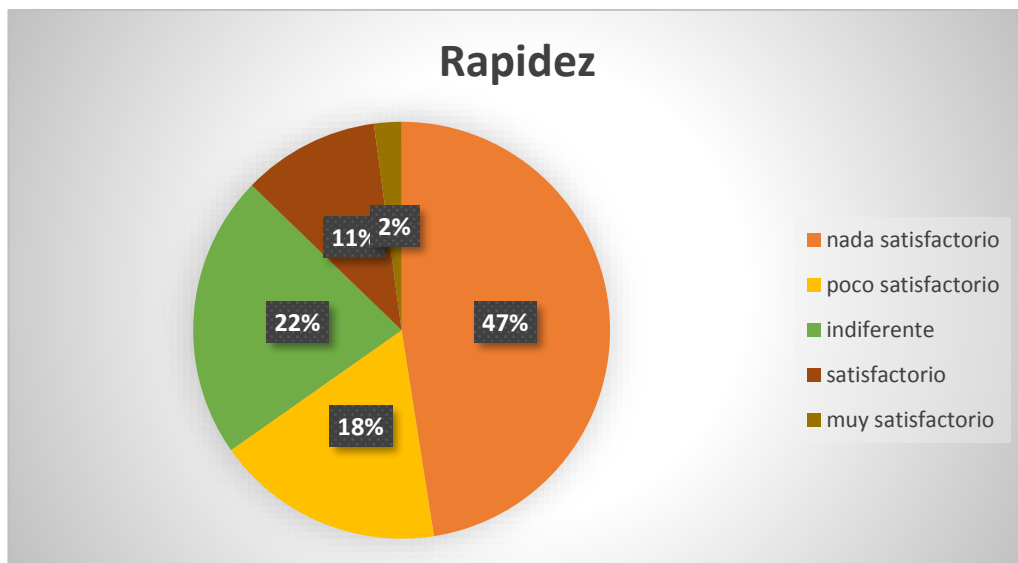
Elaborado por: kerly palacios Sánchez

Figura 11 Amabilidad



Elaborado por: kerly palacios Sánchez

Figura 12 Rapidez



Elaborado por: kerly palacios Sánchez

Análisis

De los tres aspectos evaluados, la seguridad es el que tiene mayor satisfacción de parte de los usuarios, sin embargo la amabilidad y rapidez tienen una percepción del cliente preocupante, en las cuales se debe trabajar de inmediato.

En cuanto a amabilidad son indiferentes un 58%, lo que indica una falta de cortesía en el personal y en cuanto a rapidez que significa eficiencia, el 47% están insatisfechos alegan que sus quejas y reclamos demoran mucho en ser resueltos por la junta.

ENTREVISTA DE LA SECRETARIA GENERAL (TRIANGULO DE SERVICIOS)

Luego de realizar la entrevista a la secretaria general de la junta se encuentran las siguientes áreas de mejora respecto a los elementos del triángulo de servicio (estrategia, sistemas, personas)

- A pesar de que la institución realiza asignación de recursos en tiempo y espacio para brindar el servicio, no tienen una estrategia formal definida puesto que la entrevistada solo enuncia una acción.
- A pesar de que la entrevistada responde que el compromiso del personal con la institución es satisfactorio, las encuestas realizadas a los usuarios demuestran lo contrario. Es necesario intervenir.
- La institución no cuenta con indicadores
- Se identifica que no es un criterio prioritario el buen nivel de relaciones humanas que tenga el aspirante a esta posición lo cual pone de manifiesto que hace falta revisar el perfil de esta posición.

ENTREVISTA DE LA SECRETARIA ADMINISTRATIVA (HABILIDADES)

Luego de realizar la entrevista a la secretaria administrativa de la junta se realiza el siguiente análisis respecto a las habilidades del administrador: humanas, conceptuales y técnicas.

A pesar de que la entrevista manifiesta que cuenta con todas las habilidades del administrador que enuncia (Robert L K Katz) las respuestas del usuario expresan completamente lo contrario. Esto indica una consistencia por lo cual se debe intervenir.

PROPUESTA:

- Realizar una capacitación sobre atención al cliente y en labores administrativas- personas
- Realizar evaluación bimensual a la secretaria administrativa sobre conceptos de servicio al cliente – personas
- Incentivar al personal para que generen momentos de verdad con los clientes – estrategia
- Crear un mecanismo a través del cual las necesidades de los usuarios sean conocidas y resueltas por la empresa.
- Implementar nuevas herramientas tecnológicas.

PLAN DE MEJORAS

Objetivo: Diseñar un plan de acción que permita mejorar la satisfacción de los clientes respecto al servicio recibido con metodología 5W/2H, basado en el modelo “TRIANGULO DEL SERVICIO” Karl Albrecht.

PLAN DE MEJORAS

Oportunidad de mejora: Diseñar un plan de acción que permita mejorar la satisfacción de los clientes respecto al servicio recibido con metodología 5W/2H, basado en el modelo “TRIANGULO DEL SERVICIO” Karl Albrecht.

Meta: Optimizar el servicio brindado

Responsable: Junta

¿Qué?	¿Quién?	¿Cómo?	¿Por Qué?	¿Dónde?	¿Cuándo?	¿Cuánto?
1. Incentivar al personal para que generen momentos de verdad con los clientes. (ESTRATEGIA)	Secretaria General	Haciendo un plan de incentivos económicos y no económicos para el personal.	Para superar las expectativas del cliente y generar una imagen positiva	Junta	Agosto del 2018	\$100
2. Realizar una capacitación sobre atención al cliente y en labores administrativas. (PERSONAS)	Secretaria General	Contratando a un profesional en el área.	Para optimizar la atención al cliente y elevar el nivel de satisfacción en los usuarios.	Junta	Septiembre 2018	\$200

¿Qué?	¿Quién?	¿Cómo?	¿Por Qué?	¿Dónde?	¿Cuándo?	¿Cuánto?
3. Realizar evaluación bimensual a la secretaria administrativa sobre conceptos de servicio al cliente. (PERSONAS)	Secretaria General	Creando formularios de evaluación con los criterios relevantes que debe de cumplir la secretaria administrativa.	Identificar las oportunidades de mejora en el servicio. Lograr satisfactoriamente el cumplimiento de las funciones de la secretaria respecto a la atención al cliente	Junta	Octubre 2018	\$100
	Secretaria general			Junta	Octubre del 2018	\$100
4. Crear un mecanismo a través del cual las necesidades de los usuarios sean conocidas y resueltas por la empresa. (ESTRATEGIA / SISTEMAS).	Secretaria General	Diseñando un balcón de servicios donde los usuarios manifiesten sus dudas o reclamos.	Mejorar la satisfacción al cliente en los servicios brindados por la junta	Junta	Noviembre 2018	\$800
5. Implementar nuevas herramientas tecnológicas. (SISTEMAS).	Secretaria General	Adquiriendo nuevos sistemas tecnológicos enfocados a agilizar los servicios	Optimizar el tiempo en que se atiende al cliente en las necesidades que presente	Junta	Diciembre 2018	\$1000

Elaborado por: Kerly Palacios Sánchez

DESARROLLO DE PROPUESTA

A continuación, se detallan las tres acciones seleccionadas para desarrollar en esta investigación, como aporte del investigador:

1. INCENTIVAR AL PERSONAL PARA QUE GENEREN MOMENTOS DE VERDAD CON LOS CLIENTES – ESTRATEGIA

¿COMO? Haciendo un plan de incentivos económicos y no económicos para el personal.

¿POR QUÉ? Superar las expectativas del cliente. Generar una imagen positiva de la Junta de Usuarios.

CONTENIDO DEL PLAN DE INCENTIVOS:

Dirigido a: **Secretaria administrativa**

Nº	Instrumento de medición	Parámetro	Incentivo
1	Evaluación de desempeño	MB	El empleado del mes, se lo realizará bajo el cumplimiento de las siguientes lineamientos: Orientación al servicio (amabilidad y cortesía en el trato, actitud de servicio) Liderazgo (Desarrollo de personas, empoderamiento, motivación, orientación al logro). Comunicación efectiva y asertiva (Atención al detalle, relaciones interpersonales, trabajo en equipo).

			Creatividad e innovación (Solución de problemas bajo la utilización de diferentes estrategias y alternativas).
2	Calificación del cliente (del 1 al 5)	4	<p>Premios económicos</p> <p>Este incentivo se lo dará basado en la calificación del cliente a los empleados que puede aumentos salariales o bonificaciones, dinero es uno de los incentivos que genera mayor motivación entre los empleados.</p>
3	Calificación del gerente (del 1 al 5)	4	<p>Descansos adicionales</p> <p>Este incentivo se lo realizará a los empleados de tener un horario flexible y que les permita conciliar su vida familiar con el trabajo, será un incentivo muy fuerte.</p> <p>Permitiendo que los trabajadores tengan mayor rendimiento que sean ellos quienes diseñen su propio horario.</p>

2. REALIZAR UNA CAPACITACIÓN SOBRE ATENCIÓN AL CLIENTE Y EN LABORES ADMINISTRATIVAS-PERSONAS.

¿COMO? Contratando a un profesional en el área.

¿POR QUÉ? Optimizar la atención al cliente. /Eleva el nivel de satisfacción en los usuarios en la junta

PLAN DE CAPACITACIÓN

Dirigido a: secretaria administrativa

Acciones de capacitación	Dirigido a	Objetivo	Duración horas	Precio por evento	Número de participantes	Horario	Recursos
Satisfacción al cliente	Secretaria	Eleva el nivel de satisfacción al cliente	40	\$200	15	08h00-12h00	Material impreso, lunch
Manejo de documentos para la atención al cliente	Secretaria	Manejar correctamente los materiales	20	\$100	15	14h00-17h00	Material impreso, lunch
Servicio al cliente	Secretaria	Manejo de las técnicas para optimizar el servicio al cliente	40	\$200	15	09h00-12h00	Material impreso, lunch
Mejora continua a la atención al cliente	Secretaria	Identificar las mejoras dentro del proceso	20	\$100	15	08h30-13h30	Material impreso, lunch

3. REALIZAR EVALUACIÓN BIMENSUAL A LA SECRETARIA ADMINISTRATIVA SOBRE CONCEPTOS DE SERVICIO AL CLIENTE – PERSONAS

¿COMO? Creando formularios de evaluación con los criterios relevantes que debe de cumplir la secretaria administrativa.

¿POR QUÉ? Identificar las oportunidades de mejora en el servicio.

Lograr satisfactoriamente el cumplimiento de las funciones de la secretaria respecto a la atención al cliente

CREACIÓN DE FORMULARIO PARA EVALUAR AL PERSONAL DE ATENCIÓN AL USUARIO (SECRETARIA ADMINISTRATIVA)

Dirigido a: secretaria administrativa

Competencias específicas	MS	S	PC	NS	Comentarios
Sabe establecer fines y objetivos	X				
Conoce los recursos tanto materiales como humanos que pueden ayudar a cumplir con sus metas	X				
Realiza su trabajo buscando mejorar calidad del servicio al cliente		X			
Cumple con los estándares e instructivos de trabajo al realizar sus tareas		X			
Realiza su trabajo con el fin de satisfacer los requisitos de los clientes			X		
Traslada estrategias en planes de acción fácilmente aplicables			X		

Puede reconocer las actividades que realiza				X	
Planifica para conseguir objetivos y metas				X	
Puede darle un seguimiento a las actividades que realiza tanto el como otras personas					
Es capaz de transformar y transmitir datos para generar información importante			X		
Puede seleccionar dentro de la información los datos que realmente son útiles			X		
Se basa en información clave para realizar decisiones				X	
Trabaja en equipo para lograr resultados	X				
Valora la experiencia de compartir y estimular las acciones de dar	X				
Promueve un ambiente de trabajo en donde todos los puntos de vista de sus integrantes son respetados y valorados		X			

CONCLUSIONES

- Se fundamentaron aspectos teóricos sobre servicio al usuario y satisfacción, identificando como elemento base el triángulo de servicio y las habilidades del administrador de servicios (Albrecht, K., 2005).
- Se realizó un diagnóstico con la herramienta diagrama causa efecto de Ishikawa, encuestas y entrevistas para evaluar el servicio en las empresas públicas, identificando que uno de los componentes del servicio con mayores incidencias es “Sistemas” y “Personas”.
- Se propone un plan de acción modelo 5W/2H basado en los elementos del triángulo del servicio (Albrecht, K., 2005).

RECOMENDACIONES

- Implementar todas las acciones de mejoras propuestas en el plan de acción.
- Dar seguimiento al cumplimiento de todas las acciones que se proponen
- Diseñar un perfil del puesto del personal que atiende al cliente para la contratación de personal idóneo.
- Elaborar un presupuesto para solicitar al organismo pertinente, los recursos económicos necesarios para emprender de forma permanente las actividades propuestas.

BIBLIOGRAFÍA

(s.f.).

(2006), B. (s.f.).

ALBRECHT, K. (s.f.). GERENCIA DE SERVICIOS . LEGIS ... -4tp>... --_.

ALBRECHT, K. (s.f.). GERENCIA DE SERVICIOS KARL ALBRECHT.pdf.

Alvarez, Z. (9 de Octubre de 2014). Obtenido de <https://3cero.com/servicio-entrega-domicilio>.

Azorín, F., & Sanchez-Crespo, J. L. (s.f.). Métodos y aplicaciones del muestreo.. Madrid.Alianza.1994.396 p.

Balestrini. ((2006)).

condorchem@condorchem.com. (2017).

Couso, R. P. (2005). Servicio al Cliente la Comunicacion y la Calidad del Servicio al Cliente. España: Ideaspropias.

Everardo, J. (2010). Servicio al Cliente. Mexico: Asociacion Oaxaqueña de Psicología A.C.

Francesc.Barrio. (29 Junio, 2016).

Gardey, J. P. (2012). <https://definicion.de/analisis>.

Gardey, J. P. (2012). <https://definicion.de/entrevista/>.

<http://conceptodefinicion.de/cliente>. (s.f.).

<http://consultorempresarial.com/2017/06/17/lluvia-de-ideas/>. (s.f.).

<http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2013/06/poblacion-y-muestra-ejemplo.html>. (2014).

http://www.ejemplode.com/13-ciencia/3838-ejemplo_de_metodologia_de_la_investigacion.html. (s.f.).

<http://www.gestiondeventas.com/>. (2002).

<https://definicion.de/cotizacion>. (s.f.).

<https://definicion.mx/diagnostico>. (s.f.).

https://es.m.wikipedia.org/wiki/Red_de_abastecimiento_de_agua_potable. (s.f.).

<https://es.slideshare.net/ptardilaq/herramientas-para-realizar-diagnosticos>. (2011).

<https://ingenioempresa.com/metodo-delphi/>. (s.f.).

<https://www.definicionabc.com/negocios/satisfaccion-del-cliente.php>. (s.f.).

<https://www.definicionabc.com/social/insatisfaccion.php>. (s.f.).

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/1/origen-de-liquido-blanquecino-enfrenta-a-cabildo-e-interagua>. (s.f.).

<https://www.gestiopolis.com/encuesta-cuestionario-y-tipos-de-preguntas>. (s.f.).

<https://www.lifeder.com/poblacion-estadistica/>. (s.f.).

I, ■. d., & Mundial., I. y. (s.f.).

I, ■. d., & Mundial., I. y. (s.f.).

I, ■. d., & Mundial., I. y. (s.f.). ■ Libro de Consulta para Evaluación Ambiental (Volumen I; II y III). Trabajos Técnicos del Departamento de Medio Ambiente del Banco Mundial. Obtenido de ■ Libro de Consulta para Evaluación Ambiental (Volumen I; II y III). Trabajos Técnicos del Departamento de Medio Ambiente del Banco Mundial.

Icaza, J. E. (s.f.). Guía Histórica de Guayaquil.

Icaza, J. E. (s.f.). Guía Histórica de Guayaquil. En J. E. Icaza.

Jordi Casal¹, E. M. (Rev. Epidem. Med. Prev. (2003), 1: 3-7). TIPOS DE MUESTREO.

Julián Pérez Porto y María Merino. (2008). (<https://definicion.de/servicio/>). lexis.com. (13 de Octubre de 2012).

Madrid, U. C. (2005). 249.

Martín, E. C. (2009). guía para la evaluación de la calidad de los servicios públicos. AEVAL.

(Mayo 20, 2013). Periodista Ricardo Rodríguez.

Peña, E. A. (s.f.).

PEREZ-VIDAL, A., & DELGADO-CABRERA, L. G.-L. (noviembre de 19 de 2012). Evolución y perspectivas del sistema de abastecimiento de la ciudad de Santiago de Cali frente al aseguramiento de la calidad del

agua potable . Obtenido de Evolución y perspectivas del sistema de abastecimiento de la ciudad de Santiago de Cali frente al aseguramiento de la calidad del agua potable .

Pizzo, M. (22 de Noviembre de 2011). comoservirconexcelencia.com.

Rodriguez, P. R. (Mayo 20, 2013).

sanchez, k. g. (s.f.).

sanchez, k. g. (2018).

Sanchez, K. G. (26 de 04 de 2018).

Tobón Orozco, D. (abril de 2006). La participación privada en la provisión del servicio público de agua potable. El caso de cinco municipios de Antioquia. Obtenido de La participación privada en la provisión del servicio público de agua potable. El caso de cinco municipios de Antioquia:

<http://iep.udea.edu.co:8180/bibliotecaiep/handle/recursos/142>

Tschohl, E. I. (s.f.).

Tschohl, J. (5 ta edicion). El libro Servicio al Cliente.

usuarios, j. g. (2017). articulos.

vallejo, g. (XXI). la transformacion del servicio al cliente en el siglo XXI.

www.foromarketing.com/tipos-tipos-de-clientes-y-suscarateristicas. (s.f.).

www.gestiopolis.com. (s.f.).

www.juntadeandalucia. (s.f.).

ANEXOS

ENCUESTAS

CUESTIONARIO PARA LA ENCUESTA

Dirigida a: Usuarios

Objetivo: Verificar si el proceso administrativo en la Junta se diseña oportunamente.

1. Identificar las necesidades,
2. Diagnostico
3. Cotización
4. Entrega del servicio
5. Análisis posterior

1.- ¿Cómo califica el servicio que prestó el establecimiento?

<input type="checkbox"/> Nada satisfactorio
<input type="checkbox"/> Poco satisfactorio
<input type="checkbox"/> Indiferente
<input type="checkbox"/> Satisfacción
<input type="checkbox"/> Muy satisfactorio

2.- ¿Considera que el personal tiene conocimientos del puesto administrativo que desempeña?

<input type="checkbox"/> Nada satisfactorio
<input type="checkbox"/> Poco satisfactorio
<input type="checkbox"/> Indiferente
<input type="checkbox"/> Satisfacción
<input type="checkbox"/> Muy satisfactorio

3.- ¿Considera Ud. Que la información respecto a la empresa, proporcionada por el personal es clara y pertinente?

<input type="checkbox"/> Nada satisfactorio
<input type="checkbox"/> Poco satisfactorio
<input type="checkbox"/> Indiferente
<input type="checkbox"/> Satisfacción
<input type="checkbox"/> Muy satisfactorio

4.- ¿Qué servicio es el que solicita con mayor frecuencia el cliente?

Reclamos
Solicitud de membresía
Asesoría

5.- ¿Está satisfecho con la calidad del servicio que brinda la junta?

SI

NO

6.- ¿Está de acuerdo con las políticas de esta empresa?

SI

NO

7.- ¿Considera Ud. que la junta de usuarios escucha las necesidades de los propietarios de cada tierra?

SI

NO

8.- ¿Evalúe los siguientes aspectos del servicio brindado por la Junta?

Aspecto	Muy satisfactorio	Satisfactorio	Indiferente	Poco satisfactorio	Nada satisfactorio
Rapidez					
Amabilidad					
Seguridad					

Entrevistas

CUESTIONARIO PARA ENTREVISTA Dirigida a: Secretaria Administrativa

Objetivo: Identificar si el personal tiene las habilidades administrativas necesarias para brindar un servicio satisfactorio

Habilidades conceptuales
Habilidades Humanas
Habilidades Técnicas

1.- ¿Desde cuándo trabaja en la empresa?

1 a 5 años 6 a 10 años más de 10 años

2.- ¿Cuál es el nivel de conformidad que usted siente en la empresa?

Nada satisfactorio
Poco satisfactorio
Indiferente
Satisfactorio
Muy satisfactorio <input checked="" type="checkbox"/>

3.- ¿Cómo califica el clima laboral de la empresa?

Nada satisfactorio
Poco satisfactorio
Indiferente
Satisfactorio
Muy satisfactorio <input checked="" type="checkbox"/>

4.- ¿Si tuviera que autoevaluarse como prestadora de servicios, qué calificación se pondría?

Nada satisfactorio
Poco satisfactorio
Indiferente
Satisfactorio <input checked="" type="checkbox"/>
Muy satisfactorio

5.- Califique el nivel de conocimientos que usted posee sobre su puesto de trabajo?

Nada satisfactorio
Poco satisfactorio
Indiferente
Satisfactorio
Muy satisfactorio <input checked="" type="checkbox"/>

6.- ¿Califique su relación con los usuarios de la Junta?

Nada satisfactorio	
Poco satisfactorio	
Indiferente	
Satisfactorio	
Muy satisfactorio	<input checked="" type="checkbox"/>

7.- ¿Cuáles son sus fortalezas como profesional?

Nada satisfactorio	
Poco satisfactorio	
Indiferente	
Satisfactorio	
Muy satisfactorio	<input checked="" type="checkbox"/>

8.- ¿Depende usted del trabajo de otros miembros del equipo para cumplir con los requerimientos de los usuarios?

SI

NO

9.- ¿Si su respuesta fue si a la anterior pregunta, de qué departamentos depende?

Presidencia	<input checked="" type="checkbox"/>
Vicepresidencia	
Tesorería	<input checked="" type="checkbox"/>
Administración	<input checked="" type="checkbox"/>
Otros	

CUESTIONARIO PARA ENTREVISTA

Dirigida a: Secretaria General

Objetivo: Identificar si la empresa cuenta con un servicio satisfactorio hacia el cliente

Triángulo de los servicios:

Estrategia

Sistema

Personas

1.- ¿Especifique cuáles son las acciones que lleva a cabo la Junta para cumplir su misión?

2. ¿Tiene la Junta establecidas estrategias de servicio para mantener un alto nivel de satisfacción en los usuarios? Si su respuesta es sí, enúncielas.?

Si

NO

Establece los horarios y recorridos que permiten conocer la necesidad del usuario y de esta manera brindarle puntualidad y eficaz servicios.

3.- ¿Califique el nivel de compromiso de los trabajadores con la Junta?

Nada satisfactorio
Poco satisfactorio
Indiferente
Satisfactorio ✓
Muy satisfactorio

4.- ¿Con qué frecuencia recibe capacitación, el personal que atiende usuarios en la Junta?

Mensual
Bimestral
Trimestral
Semestral ✓
Anual

5.- ¿Cuenta el personal que atiende a los usuarios con procedimientos escritos que orientan su trabajo?

SI ✓
NO

6.- ¿Cuenta el personal que atiende a los usuarios con un sistema de información que apoye su gestión?

SI	<input checked="" type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

7.- ¿Cuenta el personal que atiende a los usuarios con indicadores que les permite conocer la satisfacción de los usuarios?

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input checked="" type="checkbox"/>

8.- ¿Cuenta la Junta con un sistema de evaluación del servicio que ofrece la Junta?

SI	<input checked="" type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

9.- ¿Cuál es el criterio de mayor importancia para la Junta al momento de seleccionar personal que brindará atender a los usuarios?

Experiencia	<input checked="" type="checkbox"/>
juventud	<input type="checkbox"/>
Formación académica	<input type="checkbox"/>
Buen nivel de relaciones humanas	<input type="checkbox"/>
otras	<input type="checkbox"/>



Ministerio de Agricultura y Ganadería

Quito - Ecuador

162

Quito, 16
Año 1999



EL MINISTRO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA

CONSIDERANDO

Que se ha presentado en esta Cartera de Estado la documentación indispensable para aprobar el Estatuto y la concesión de la personería jurídica a la Junta General de Usuarios del Sistema de Riego y Drenaje SAN JACINTO, domiciliada en la parroquia y cantón Colinas, provincia del Guayas;

Que mediante Resolución No. CEDEGE-EST-00491, el Director Ejecutivo de la Comisión de Estudios para el Desarrollo de la Cuenca del Río Guayas (CEDEGE), emite informe favorable para la que se aprueba el Estatuto y se reconoce la personería jurídica de la prenombrada Organización;

Que el Secretario General del Consejo Nacional de Recursos Hídricos (E), con oficio SR-05-99-343 de 25 de marzo de 1999, emite informe favorable;

Que el Director de Asesoría Jurídica de este Portafolio, informa sobre la legalidad del trámite; y,

En uso de las facultades que le confiere la Ley,

ACUERDA:

Art. 1.- Aprobar el Estatuto y conceder personería jurídica a la Junta General de Usuarios del Sistema de Riego y Drenaje SAN JACINTO, domiciliada en la parroquia y cantón Colinas, provincia del Guayas.

Art. 2.- Calificar como socios fundadores de la Organización a las siguientes personas:

AGUAYO ANA	1202327969
ALARCON BURGOS JOSE FRANCISCO	0906534183
ALARCON BURGOS JOSE VICENTE	0902750926
ANCHUNDIA ALVARADO GUILLERMO ANGEL	0901677161
ANCHUNDIA ALVARADO WALTER AUGUSTO	0900267683
ANCHUNDIA ALVARADO WARNER VICTOR	0900196940



Ministerio de Agricultura y Ganadería
Quito - Ecuador

Oficina de
Asesoría

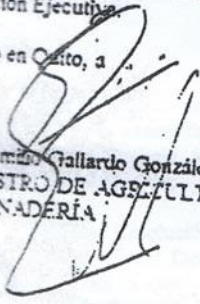
-8-



Art. 4.- Comunicar a los interesados con una copia del presente Acuerdo, de conformidad con lo que dispone el último inciso del Art. 136 del Estatuto Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva.

Dado en Quito, a


27 ABR. 1999



Ing. Emilio Gallardo González
MINISTRO DE AGRICULTURA
Y GANADERÍA

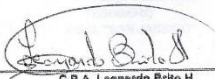


JUNTA GENERAL DE USUARIOS DEL SISTEMA DE RIEGO Y DRENAJE "SAN JACINTO"
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
AL 30 DE JUNIO DEL 2016
(EXPRESADO EN DOLARES COMPLETOS)

ACTIVO	TOTAL	PASIVO	TOTAL
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Caja General	16,148.51	Proveedores	39.54
Bancos	24,437.00	Impuestos por pagar	1,497.73
Cuentas por cobrar- Usuarios	113,308.50	TOTAL PASIVO CORRIENTE	1,537.27
Anticipos a proveedores	432.50		
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	154,326.51	OBLIGACIONES A LARGO PLAZO	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		Obligación Bancaria-Capital	159,789.00
Edificios	50,638.27	Obligación Bancaria-Intereses	36,150.68
Maquinarias y Equipos Agrícolas	272,844.06	Obligación Bancaria-Mora	60,141.34
Vehículos	28,343.86	Total Obligaciones Largo plazo	256,081.02
Muebles y Equipos de Oficina	9,364.85		
Equipos de Computación	6,586.99	TOTAL PASIVOS	257,618.29
Total costo	367,778.03	SUPERAVIT/DEFICIT ACUMULADO	
Depreciación acumulada	(213,586.08)	Superavit acumulado	36,723.12
TOTAL PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO - NETO	154,191.95	Superavit Contable Junio 2016	14,177.05
TOTAL ACTIVO	308,518.46	TOTAL SUPERAVIT/DEFICIT ACUMULADO	50,900.17
		TOTAL PASIVO MAS SUPERAVIT ACUM.	308,518.46


 Sr. Marbelle Cabrera Cedeño
 PRESIDENTA
 J.G.U. "SAN JACINTO"


 Sr. Hugo Prado Prado
 TESORERO
 J.G.U. "SAN JACINTO"


 C.P.A. Leonardo Brito H.
 CONTADOR
 REG.31.904



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

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

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Plan de acción para mejorar el servicio al cliente en la junta de usuarios de la comunidad san Jacinto, cantón Colimes periodo 2018 y problema de investigación: ¿Cómo incide el servicio al usuario que presta actualmente la Junta General de Usuarios de Riego y Drenaje en la satisfacción de los miembros de la comunidad de San Jacinto del cantón Colimes, provincia del Guayas en el año 2017?,** presentado por Palacios Sánchez Kerly Gardenia como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

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

Kerly Palacios S

Egresada: Palacios Sánchez Kerly

Lorena Rodríguez Gámez

Tutora: Lcda. Lorena Rodríguez Gámez



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Palacios Sánchez Kerly Gardenia en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación "Plan de acción para mejorar el servicio al cliente en la junta de usuarios de la comunidad san Jacinto, cantón Colimes de la modalidad de semipresencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Administración de empresas, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

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

Palacios Sánchez Kerly Gardenia

Kerly Palacios S

Nombre y Apellidos del Autor

Firma

No. de cedula: 1207840925

Dr. Jaime Pozmiño Palacios, Msc.
NOTARIO SÉPTIMO DEL
CANTÓN GUAYAQUIL

REPÚBLICA DEL ECUADOR

DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL, IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

No. 120784092-5

CEDULA DE CIUDADANIA
APELLIDOS Y NOMBRES
PALACIOS SANCHEZ KERLY GARDENIA

LUGAR DE NACIMIENTO
GUAYAS
COLIMES
COLIMES

FECHA DE NACIMIENTO 1993-10-14
NACIONALIDAD ECUATORIANA

SEXO MUJER
ESTADO CIVIL CASADO
JONATHAN ARIEL TOMALA MEZA



11 676 37

INSTRUCCIÓN SUPERIOR

PROFESIÓN / OCUPACIÓN ESTUDIANTE

V4443V4444

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE PALACIOS NAVARRETE RAMON EVARISTO

APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE SANCHEZ MIENTES GARDENIA LUPITA

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN COLIMES

FECHA DE EXPIRACIÓN 2027-10-14



Kerly Palacios S

PRIMA DEL CEDERADO



00894933

CERTIFICADO DE VOTACIÓN ELECCIONES GENERALES 2017 2 DE ABRIL 2017



002 JUNTA No

002 - 255 NÚMERO

1207840925 CEDULA

PALACIOS SANCHEZ KERLY GARDENIA APELLIDOS Y NOMBRES



GUAYAS PROVINCIA
COLIMES CANTÓN
SAN JACINTO PARROQUIA

CIRCUNSCRIPCIÓN: 4
ZONA: 1



EQUADOR ELIGE CON TRANSPARENCIA

ELECCIONES 2017 GARANTIZAMOS TU VOZ

CIUDADANA (O):

ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED SUFRAGO EN LAS ELECCIONES GENERALES 2017

ESTE CERTIFICADO SIRVE PARA TODOS LOS TRÁMITES PÚBLICOS Y PRIVADOS

Carolina Maza
SECRETARÍA EJECUTIVA

IMP 1010 M2

DOY FE: QUE ES FIEL COPIA DEL ORIGINAL
Dr. Jaime Pazmiño Palacios, Msc.
NOTARIO SÉPTIMO DEL CANTÓN GUAYAQUIL



CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Kerly Palacios 5

Número único de identificación: 1207840925

Nombres del ciudadano: PALACIOS SANCHEZ KERLY GARDENIA

Condición del cedulaado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/COLIMES/COLIMES

Fecha de nacimiento: 14 DE OCTUBRE DE 1993

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: SUPERIOR

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: CASADO

Cónyuge: TOMALA MEZA JONATHAN ARIEL

Fecha de Matrimonio: 10 DE FEBRERO DE 2017

Nombres del padre: PALACIOS NAVARRETE RAMON EVARISTO

Nombres de la madre: SANCHEZ MIENTES GARDENIA LUPITA

Fecha de expedición: 10 DE FEBRERO DE 2017

Información certificada a la fecha: 8 DE AGOSTO DE 2018

Emissor: LISSETTE DE LOS ANGELES BOHORQUEZ SOLORZANO - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 7 - GUAYAS - GUAYAQUIL

N° de certificado: 187-144-60008



187-144-60008

Ing. Jorge Troya Fuertes

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación

Documento firmado electrónicamente





Factura: 001-003-000006806



20180901007D00465



DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20180901007D00465

Ante mí, NOTARIO(A) JAIME TOMMY PAZMIÑO PALACIOS de la NOTARÍA SÉPTIMA, comparecen KERLY GARDENIA PALACIOS SANCHEZ portador(a) de CÉDULA 1207840925 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil CASADO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 8 DE AGOSTO DEL 2018, (9:38).

Kerly Palacios S

KERLY GARDENIA PALACIOS SANCHEZ
CÉDULA: 1207840925



NOTARIO(A) JAIME TOMMY PAZMIÑO PALACIOS

NOTARÍA SÉPTIMA DEL CANTÓN GUAYAQUIL

Dr. Jaime T. Pazmiño Palacios, Msc
NOTARIO SÉPTIMO
DEL CANTÓN GUAYAQUIL



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

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

CERTIFICO:

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

Luis Alberto Andrade  *Luis Alberto Andrade*

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT

Firma