



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO EUROAMERICANO**

**PROYECTO DE TESIS**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TÍTULO DEL PROYECTO DE TESIS**

ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL USUARIO EN EL CENTRO DE  
ATENCIÓN IEES - URDESA DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, 2020

**PROPUESTA:**

PROPUESTA DE IMPLEMENTACION DE UN PROGRAMA INTEGRAL DE SERVICIO  
DE CALIDAD EN EL CENTRO DE ATENCIÓN IEES - URDESA DE LA CIUDAD DE  
GUAYAQUIL, 2020

**AUTOR:**

Irene Del Rocío Barriga Tacuri

**TUTOR:**

Eco. Luis Aníval Ordóñez Navas, MSC

**AÑO:**

2020

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO EUROAMERICANO**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**DIRECTIVOS**

---

Ing. ANTONIO MARQUES FIRMINO, MSc.

**RECTOR**

---

Ing. WALTER MALDONADO DE LA CRUZ, MSc

**VICERRECTOR**

---

Ing. ANTONIO MARQUES GUTIERREZ

**SECRETARIO GENERAL**

## ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Fecha: 11 de diciembre del 2020.

**Ing. ANTONIO MARQUES FIRMINO, MSC.**

**RECTOR**

**Ciudad.**

Tengo el bien de informar que el egresado: **Irene Del Rocío Barriga Tacuri** con cédula de identidad: **0920201795** diseñó y ejecuto el Proyecto de investigación con el tema: **ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL USUARIO EN EL CENTRO DE ATENCIÓN IEES - URDESA DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.**

. El mismo que ha cumplido con la directrices y recomendaciones dados por el (la) suscrito (a).

El autor ha ejecutado satisfactoriamente las diferentes etapas constitutivas del proyecto. Por lo expuesto se procede a la aceptación que pone a vuestra consideración el informe de rigor para los efectos legales correspondientes.

Eco. Luis Ordóñez Navas, MSC

Tutor

**ACEPTACIÓN DE LA PROPUESTA****Fecha: 11 de diciembre del 2020.****Ing. ANTONIO MARQUES FIRMINO, MSC.****RECTOR****Ciudad.**

Tengo bien informar que el egresado **Irene Barriga Tacuri** con cédula de identidad **0920201795** diseñó, elaboró e implemento la propuesta: **PROPUESTA DE IMPLEMENTACION DE UN PROGRAMA INTEGRAL DE SERVICIO DE CALIDAD EN EL CENTRO DE ATENCIÓN IEES - URDESA DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.**

El mismo que ha cumplido con las directrices y recomendaciones técnicas dadas por el suscrito.

El autor ha ejecutado satisfactoriamente las diferentes etapas constitutivas del desarrollo de la propuesta técnica; por lo expuesto se procede a la APROBACIÓN y pone a vuestra consideración el informe de rigor para los efectos legales correspondientes.

Atentamente

**Ing. Walter Maldonado de la Cruz, MSc.**

**DERECHOS DE AUTOR**

**Fecha: 11 de diciembre del 2020.**

**Ing. WALTER MALDONADO DE LA CRUZ, MSC.**

**VICERRECTOR ACADÉMICO**

Ciudad.

Para los fines legales pertinentes comunico a usted que los derechos intelectuales del Proyecto de Investigación:

**ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL USUARIO Y PROPUESTA DE IMPLEMENTACION DE UN PROGRAMA INTEGRAL DE SERVICIO DE CALIDAD EN EL CENTRO DE ATENCIÓN IEES - URDESA DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, 2020**

Pertenecen al INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR EUROAMERICANO.

Atentamente

**Irene Del Rocío Barriga Tacuri**

C.C. 0920201795

EGRESADA.

## DEDICATORIA

Este proyecto lo dedico en primer lugar a Dios por ser quien me ha dado fortaleza y constancia a lo largo de este camino y fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los muchos anhelos más deseados.

Quiero también dedicar este trabajo a la memoria de mi señora madre y abuelito, quienes han sido mi guía durante toda mi etapa de vida, por su amor incondicional, por el trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ellos he logrado llegar hasta donde estoy ahora incluyendo mi perseverancia convirtiéndome así en el orgullo y el privilegio de ser su hija, son los padres más ejemplares que Dios me ha dado, gracias a sus enseñanzas y principios que me dejaron puedo continuar y aferrarme a terminar lo que inicie hace aproximadamente tres años y algo más, y sé que es un deber dedicarles este trabajo a ustedes mis padres queridos.

También dedico a mi hermana por estar siempre presente en mi vida y a cada momento ofrecerme su ayuda como guía en esta carrera la cual no pudo terminar agradeciendo su apoyo moral y por ser una persona admirable en todo sentido.

A toda mi familia, hijos, sobrinas y amistades que me han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar al Instituto Tecnológico Superior Euroamericano donde adquirí los conocimientos necesarios para convertirme en una profesional competente. Al director de esta tesis Eco. Luis Ordóñez Navas, MSC por la entera y total guía que ha sido para mí en la realización de este proyecto. A mis compañeros, con quienes he compartido muchos momentos de aprendizajes y de trabajos en grupo. A mi amiga Evelyn Tarira con quien he tenido el gusto y entero placer de haber compartido proyectos e ilusiones durante estos años. Como también a la Lcda. Lady por la entera paciencia y tiempo al haberme ayudado con mis atenciones en todo momento.

Gracias infinitas también a mi esposo, mis hijos por su entera paciencia, la constancia de estar conmigo en estos años y por el tiempo que me han concedido, diría que es un tiempo robado a nuestra historia familiar, pero con grandes frutos en este momento sin su apoyo este trabajo nunca se habría realizado, a mis padres y a mi hermana, ya que gracias a ellos compartí una infancia feliz y puedo decir que ha sido uno de los recuerdos más bellos que guardo y que es un aliento para seguir adelante con más propósitos que tengo por cumplir. ,

Gracias a todos mis amigos que siempre han brindado su total apoyo moral y humano, necesarios en los momentos difíciles de la vida.

## **DECLARACIÓN EXPRESA**

“La responsabilidad del contenido de este Proyecto de Titulación, me corresponden exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma al INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO EUROAMERICANO

Irene Del Rocío Barriga Tacuri

C.C. 0920201795

EGRESADA.



## CERTIFICADO DEL GRAMATÓLOGO



### CERTIFICADO DE GRAMATÓLOGO

2 de diciembre del 2020

Por medio de la presente, certifico que he revisado la redacción y la ortografía del contenido de la tesis con el Tema:

**"ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL USUARIO Y PROPUESTA DE IMPLEMENTACION DE UN PROGRAMA INTEGRAL DE SERVICIO DE CALIDAD EN EL CENTRO DE ATENCIÓN IEES - URDESA DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, 2020"**

Elaborado por la alumna: **IRENE DEL ROCÍO BARRIGA TACURI**, previo a la obtención del Título de: **TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**. Para el efecto he procedido a leer y analizar de manera profunda el estilo y la forma del contenido concluyendo que:

- Se denota la pulcritud de la escritura en todas sus partes
- La acentuación es precisa
- Se utilizaron los signos de puntuación de manera acertada
- En todos los ejes temáticos se evita los vicios de dicción
- Existe concreción y exactitud en las ideas
- No incurre en errores en la utilización de las letras
- La aplicación de la sinonimia es correcta
- Se maneja con conocimiento y precisión la morfosintaxis
- El lenguaje es pedagógico, académico, sencillo y directo por lo tanto de fácil Comprensión.

**Recomendación. - Antes de imprimir revisar con mucha precaución las faltas ortográficas, recordar que las mayúsculas también se tildan. Falta la carrera. Falta nombre y tutor. Mejorar el formato de veredicto final**

Por lo expuesto y en uso de mis derechos como Lcda. en Ciencias de la Educación mención literatura y español, recomiendo la VALIDEZ ORTOGRÁFICA de su tesis previo a la obtención del título de: **TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Atentamente

*Lcda. Patreco Bernal Susana Emilia*  
 DOCENTE UNIVERSITARIO  
 REG: 2311-13-164182

2288440 - 2399502  
 www.euroamericano.edu.ec

f /itseuroamericano  
 098 3898237

Quisquis 1317 y Los Ríos, Guayaquil - EC  
 admisiones@euroamericano.edu.ec

**ACTA DE VEREDICTO FINAL**  
**PARA LA SUSTENTACIÓN DE TESIS**

En la ciudad de Guayaquil a la fecha \_\_\_\_\_, el **INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO EUROAMERICANO**, convoco al tribunal integrado por los señores Mgs. Antonio Marques Firmino (**Rector**), Mgs. Walter Maldonado de la Cruz (**Vicerrector Académico**), Ing. Antonio Marques Gutiérrez (**Secretario**), xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx (**Docente**), en calidad de jurado calificador para la sustentación de tesis de grado del alumno egresado:

**IRENE DEL ROCÍO BARRI TACURI**

De la carrera de: **“ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS”**.

Después de haber observado y realizado las preguntas respectivas este TRIBUNAL resuelve:

**APROBAR**                       **NO APROBAR**                       **SUSPENDER**

**EL TEMA: ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL USUARIO Y PROPUESTA DE IMPLEMENTACION DE UN PROGRAMA INTEGRAL DE SERVICIO DE CALIDAD EN EL CENTRO DE ATENCIÓN IEES - URDESA DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, 2020**

En la ciudad de Guayaquil al \_\_\_ día de \_\_\_\_\_ del 20\_\_\_, el **INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO EUROAMERICANO**, otorga el título de:

**TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

---

**MGS. ANTONIO MARQUES FIRMINO**

**Promotor - Rector**

---

**MGS. WALTER MALDONADO CRUZ**

**Vicerrector Académico**

---

**ING. ANTONIO MARQUES GUTIERREZ**

**Secretario**

---

**IRENE DEL ROCÍO BARRIGA T.**

**Egresada.**

**INDICE DE TABLAS**

TABLA 1 ..... 50

TABLA 2 ..... 51

TABLA 3 ..... 53

TABLA 4 ..... 54

TABLA 5 ..... 56

TABLA 6 ..... 57

TABLA 7 ..... 59

TABLA 8 ..... 60

TABLA 9 ..... 62

TABLA 10 ..... 63

TABLA 11 ..... 65

TABLA 12 ..... 66

TABLA 13 ..... 68

TABLA 14 ..... 69

**INDICE DE GRÁFICOS**

GRÁFICO 1 .....	50
GRÁFICO 2 .....	52
GRÁFICO 3 .....	53
GRÁFICO 4 .....	55
GRÁFICO 5 .....	56
GRÁFICO 6 .....	58
GRÁFICO 7 .....	59
GRÁFICO 8 .....	61
GRÁFICO 9 .....	62
GRÁFICO 10 .....	64
GRÁFICO 11 .....	65
GRÁFICO 12 .....	67
GRÁFICO 13 .....	68
GRÁFICO 14 .....	70
GRÁFICO 15 .....	71
GRÁFICO 16 .....	73
GRÁFICO 17 .....	74
GRÁFICO 18 .....	76
GRÁFICO 19 .....	77
GRÁFICO 20 .....	79
GRÁFICO 21 .....	81
GRÁFICO 22 .....	84

## **RESUMEN**

La finalidad de este proyecto es brindar una propuesta de mejora a los procesos que se llevan a cabo en la actualidad por parte de los trabajadores del departamento de Atención al Jubilado del CENTRO DE ATENCIÓN IEES – URDESA.

Se logra evidenciar un malestar en los usuarios del Departamento de Atención al Jubilado por la falta de atención, pérdida de tiempo, trámites largos, confusión en la documentación física de los pacientes, entre otros factores que provocan una desmotivación y descontento con el servicio que ofrece esa dependencia.

El objetivo principal es poder describir varias de sus características orientándonos a fijar una cultura organizacional de servicio al cliente. Todo esto hallaremos una vez analizado con los resultados de investigación ya que con sus beneficios los clientes externos al recibir un Servicio Cliente Integral por parte de todos los colaboradores y no sólo por departamentos.

Este trabajo de investigación cuenta con una conceptualización completa sobre la calidad en el servicio direccionada a la atención al cliente donde se emplearán técnicas de investigación que permitan medir de manera cuantitativa y cualitativa el nivel de satisfacción que tienen los usuarios con los procesos internos de la empresa, buscando una alternativa que mejore esta problemática.

Adicionalmente, la elaboración de un manual que pueda permitir desarrollar las actividades de los colaboradores de una manera más eficiente y que use un lenguaje universal para la comodidad de los usuarios quienes no cuentan con capacitación técnica.

**ABSTRACT**

The purpose of this project is to provide a proposal to improve the processes currently being carried out by the employees of the “Retiree Service Department” of the IEES - URDESA CARE CENTER.

It is possible to show a discomfort in the users of the Retiree Care Department due to the lack of attention, loss of time, long procedures, confusion in the physical documentation of patients, among other factors that cause a demotivation and dissatisfaction with the service offered that dependency.

The main objective is to be able to describe several of its characteristics guiding us to establish an organizational culture of customer service. All this we will find once analyzed with the research results since with its benefits external clients receive a Comprehensive Customer Service from all collaborators and not only by departments.

This research work has a complete conceptualization of the quality of the service aimed at customer service where research techniques will be used to measure in a quantitative and qualitative way the level of satisfaction that users have with the internal processes of the company, looking for an alternative that improves this problem.

Additionally, the preparation of a manual that can allow the activities of the collaborators to be carried out in a more efficient way and that uses a universal language for the convenience of users who do not have technical training.

## INTRODUCCIÓN

Todas las Empresas o Grupo de Empresas de una misma Industria necesitan en menor o mayor escala un “Programa Integral de Servicio al Cliente” para así poder llegar a otorgar un valor agregado a sus productos o servicios o una ventaja competitiva para sus empresas.

Como opinión personal se ven casos de alguna Empresas que comienzan con entusiasmo un Programa Integral de Servicio al Cliente, pero no lo mantienen activos, en otros casos no lo llegan a mejorar en el largo del tiempo; otras ni siquiera intentan diseñar o aplicar algo así dentro de su negocio y varios solo se conforman con tener un Área de Servicio al Cliente sin verlo desde una perspectiva global de la empresa.

Un ejemplo de Programa integral de servicio al cliente como una ventaja Competitiva para la empresa lo aplica el Hospital Gineco-Obstétrico “Enrique C. Sotomayor” de la Junta de Beneficencia de Guayaquil; según Gómez nos indica la Administradora del Hospital Enrique Sotomayor y Febres Cordero, Agustín Desde que se implementó en el 2009 un Programa Integral de Servicio al cliente en Hospital Enrique Sotomayor (HES) y hasta la fecha, el programa otorga buenos resultados en lo que respecta a fidelización de clientes y participación de mercado.

En el Capítulo I de esta investigación se detalla una problemática basada en la mala atención al cliente, se detalla la ubicación del problema, las causas y consecuencias, delimitación del objeto de estudio, mostrando la importancia del análisis de satisfacción al cliente y cómo aporta de manera positiva a la productividad de la empresa.

El Capítulo II contará con el Marco teórico donde se desarrollará los conceptos de los términos que abarca el estudio de la satisfacción de los usuarios a través del control organizacional priorizando la estructura de un Manual de Procedimiento.

El diseño y tipo de investigación realizada que se aplicará en el departamento de Atención a los Jubilados del Centro de Atención Universal del IEES – Urdesa toma criterios de análisis, gráficos estadísticos y conclusiones de los resultados, en lo que se denomina el Capítulo III Metodología de la Investigación.

El Capítulo IV detallan los resultados de la investigación, la Propuesta se explica en el Capítulo V dando como una alternativa, el desarrollo de un manual para los procedimientos que realiza el Departamento de Atención a los Jubilados con el objetivo de incrementar la productividad alcanzando mejores metas y cumpliendo con los objetivos planificados por la organización.

Terminando en el Capítulo VI con la elaboración de las Conclusiones y Recomendaciones acorde a la información levantada en esta investigación.



## **CAPÍTULO 1:**

### **EL PROBLEMA**

#### **Planteamiento del Problema**

En el Ecuador el sistema de calidad por parte de nosotros hacia los usuarios aun no es totalmente profesional debido a que para ello la empresa deben brindarnos capacitación constante para que así haya un buen desempeño por parte de los colaboradores.

La organización aspira realizar nuevas capacitaciones en conjunto con otros departamentos con el objetivo de poder mejorar al equipo de trabajo en general, con el objetivo de que vaya aumentando el crecimiento de buena opinión por parte de los usuarios en su atención correspondiente. Sin embargo, ha venido dando una serie de problemas dentro de nuestra organización con respecto a la falta de calidad de atención causando que los usuarios no puedan sentir satisfechos a la hora de ayudarlos en sus trámites o consultas correspondientes.

A lo largo de todo este tiempo hemos recibido buenas y malas críticas por parte de los usuarios en donde exigen un mejor servicio al cliente a la hora de ser atendidos en sus consultas o tramites respectivos, ya que no en todos los casos el usuario no queda totalmente satisfecho, es por ello que existe el buzón de sugerencia, el cual nos permitirá seguir viendo todas las opiniones y sugerencias por parte de nuestros usuarios.

Nuestro trabajo tiene como objetivo reconocer todos los factores necesarios así también como falencias que existan en nuestra dependencia. Es muy fundamental el análisis el proceso de formulación, el mismo que debe realizarse bajo estricta seriedad, luego de ello las revisiones y controles de cada uno de nuestros funcionarios para poder evaluar su desempeño. Departamentos Administrativos y de Control formarán parte de este importante proceso de cambio, cuyo objetivo final es mejorar la empresa, apegados a políticas de Responsabilidad Social Empresarial exigidas por la Constitución.

Liderazgo Flexible para poder implementar una “Cultura Organizacional de servicio al cliente integral” debemos implementarlo manteniendo un control a diario y así mejorar el proceso continuamente ya sea con capacitaciones hacia nuestros trabajadores dar ese convencimiento a los empleados y funcionarios de la importancia de una Cultura Organizacional dirigida a la excelencia en el servicio al cliente. A nivel de funcionarios y empleados tanto del sector público o privado, opinan que el servicio al cliente es solo con el cliente externo y no con su compañero de trabajo (cliente interno), no conocen para que les va a beneficiar, no conocen quienes deben dar un servicio al cliente integral (empleados, funcionarios, departamentos), no conocen como deben capacitarse o quién los va a capacitar, cuánto tiempo debe otorgarse o durar el servicio al cliente, esos temas son fundamentales en la preparación de una calidad en atención.

La calidad en el servicio de atención al usuario actualmente poco a poco toma una gran importancia en todas las empresas. Ya que los usuarios piden que les brinden la debida atención a los requerimientos y necesidades en solución de sus trámites. A finales del siglo pasado, la

calidad en el servicio empezó a tomar fuerza y a sea considerada un elemento básico para destacar y darle un valor agregado a las empresas, con la tecnología que va avanzando ahora manejamos distintas formas de atención al usuario ya sea de manera personal o de manera virtual, sea cual sea el modo el usuario pide que le atienda de una forma satisfactoria ya que antes no era tan importante la formalización de la atención al cliente y no tenía totalmente considerada la calidad en obtener y satisfacer en su totalidad al cliente por encima de sus expectativas.

### **Factores intermedios:**

El problema radica en que funcionarios de la institución no conocen como desarrollar un Programa Integral de Servicio al Cliente o si logran desarrollar alguno a su medida no lo retroalimentan o no lo mantienen o no lo mejoran. Los directivos de las empresas en ciertos aspectos no suelen estar convencidos totalmente del poder que tiene la implementación de un Programa Integral de Servicio al Cliente o simplemente creen que será difícil su implementación o que va a tomar mucho tiempo para que todos los empleados y funcionarios estén involucrados hacia una Cultura Organizacional de Servicio al Cliente. No conocen de la importancia que otorga una estrategia de servicio al cliente integral o si la conocen la estrategia solo la aplican en ciertos momentos o por momentos o solo la aplican olvidándose de los grandes beneficios que pueden obtener para ellos, sus familias y para las empresas que laboran; no existen líderes (empleados o funcionarios) con sus respectivos liderazgos situacional y flexible que pongan el ejemplo de ir construyendo una Cultura Organizacional de Servicio al Cliente Integral en sus oficinas, áreas, departamentos como un efecto dominó para el resto de la organización. Los

usuarios externos suelen quejarse de forma pública cuando no les parece el tipo de trato o atención que hayan recibido, y es allí donde debe evitar la empresa algo así.

### **Factores inmediatos:**

Los beneficios que lograrían implementar un Programa Integral de Servicio al Cliente sería algo notorio entre los usuarios, ya que nuestra dependencia está caracterizada por garantizar una excelente calidad hacia el usuario, desde que realiza sus consultas hasta la solución correspondiente de sus trámites.

Si el problema no es atendido no podrá ser implementar y desarrollar una Cultura Organizacional hacia el Servicio al Cliente y cada departamento o alguien interno tendrá su punto de vista de lo que es un Servicio al Cliente o quienes deben facilitarlo si es que tal grupo de empleados no se encuentran totalmente capacitado.

### **Formulación del Problema**

¿Cómo influye el bajo nivel de atención a los clientes jubilados del centro de Atención Integral Urdesa en la Calidad del Servicio?

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

Tenemos como conocimiento que hoy en día muchas dependencias del estado están conscientes de que no está dando toda la capacidad que debe dar a los usuarios, a veces no es culpa de los colaboradores o empleados, sino que siempre debe mantener en constante

capacitación para que su desempeño sea mucho mejor saben que no está dando toda la capacidad que podría dar. Sin embargo, si este elemento aplicara la calidad en el servicio al cliente puede ser de gran utilidad para las empresas quienes aún no creen en el valor de este concepto. Los colaboradores de todas las áreas ocupan un papel fundamental que hace funcionar de manera exitosa a las empresas.

Un cliente satisfecho en la atención requerida es alguien que siempre compartirá con los demás como le fue en la atención al cliente, siempre y cuando ayudando en la solución respectiva, de lo contrario si esto no es así, el cliente analizará que no fue lo que esperaba en atención de su requerimiento y por ello elegirá otro lugar para atender todos estos puntos son muy claves para que la empresa vaya avanzando de forma exitosa. Es aquí donde siempre jugará este papel fundamental en la importancia de la calidad en el servicio, porque la relación humana entre el empleado y el cliente, o sea entre la empresa y el consumidor a nivel nacional es la única que pueda compensar.

Es por eso que hablando en general un cliente bien atendido más allá de lo que esperaba, desarrolla una lealtad profunda a dicho lugar.

### **Situación Conflicto**

A nivel nacional hoy en día algunas Empresas encuentran la situación con una problemática administrativa en su organización ya que como obligación nuestra es buscar cual es la total satisfacción del cliente y por ello esto genera cierta incertidumbre en la toma de decisiones ya que los clientes eligen el lugar donde mejor los hayan atendido. Siempre debemos mantenernos

con una organización en el día a día y trabajando en equipo para hacer quedar bien a la empresa, significa incluso que es conveniente mantener cierto grado de imprecisión en la organización, esto significa que la directiva principal deberá llevar a cabo varias capacitaciones para los distintos departamentos; es decir deben cumplir y la forma en que sus funciones se relacionan unas con otras y así puedan brindar una excelente atención a los clientes. También como Empresa debemos adicionar que los usuarios puedan dar su opinión sobre la calidad de nuestra atención al usuario. La calidad de un bien o servicio tiene que ver con muchas variables que en ocasiones son descuidadas por parte de la organización en general y conduce al rechazo de los clientes es por ellos que en el presente estudio se realizara análisis de la calidad y atención del servicio.

### **Causas y Consecuencias del Problema**

- Falta de capacitación hacia nuestros colaboradores.
- Calidad de atención no satisfecha para los usuarios.
- Poca implementación de ideas para poder hacer que los empleados puedan brindar una buena atención.
- Se refleja en la calidad y es allí en donde los usuarios se van con una mala imagen de nuestra empresa por no poder corresponder a la atención que necesitan.
- Los directivos no brindan la motivación necesaria para que puedan desempeñarse de tal forma.
- La calidad de atención ira bajando hasta que los empleados no sean instruidos de una buena manera.

### **Delimitación del Problema**

- CAMPO: Empresarial: Calidad de atención al usuario
- AREA: Administración de Empresas
- ASPECTO: Social, Tecnología
- TEMA: Propuesta De La Implementación De Un Programa Integral De Servicio De Calidad En La Ciudad De Guayaquil

### **Alcances del Problema**

El trabajo que está enfocado a la directa aplicación en el que llevaremos a cabo un proceso de mejoramiento continuo dentro de la organización. A continuación, la metodología propuesta estará orientada al desarrollo de un mejor sistema de calidad en atención hacia el usuario dentro de las instalaciones de las Oficinas del IEES – Urdesa por todo el personal.

### **Objetivos de la Investigación**

#### **Objetivo general**

- Diseñar un Programa de Servicio Integral al Cliente.

#### **Objetivos Específicos:**

- Conocer las características orientada hacia una Cultura Organizacional de servicio al cliente, producto del desarrollo e implementación de un Programa Integral de Servicio al Cliente.

- Determinar los estándares de Servicio de calidad en atención necesarios en las Oficinas de IEES Urdesa.
- Especificar los puntos clave dentro de la Atención Integral al Cliente.

### **Justificación e Importancia de la Investigación**

Las empresas ecuatorianas y especialmente las empresas públicas como es nuestro caso aún no reconocemos o no vemos el poder que tiene un excelente servicio al cliente en forma integral.

En cambio, otras empresas como dependencias públicas y privadas, algunas comienzan con entusiasmo un Programa Integral de Servicio al Cliente, pero no lo continúan o no lo mantienen o no lo mejoran en el largo del tiempo; otras ni siquiera intentan diseñar o ser partícipes de un Programa Integral de Servicio al Cliente y varias sólo se conforman con tener un Área de Servicio al Cliente en función exclusivamente del cliente externo y manejado directamente. El alcance de la investigación es poder llegar a lograr implementar un plan positivo que pueda contribuir a la total mejora de servicios y atención al cliente que genere como resultados la satisfacción de los usuarios como objeto de estudio y lugar donde se desarrolla el problema.



## **CAPÍTULO II:**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **Antecedentes del Estudio**

La calidad de atención hacia el usuario ha venido desde siglos atrás siendo un factor muy importante en grandes compañías ya que esto definiría que el cliente se quede dentro de nuestra organización o simplemente elija ser atendido en otro lugar. Debido a que el cliente es la razón de ser de toda empresa el servicio consiste en satisfacer sus demandas y para que éste llene las expectativas de los mismos debe basarse en las estrategias y políticas que nosotros como organización pongamos para una correcta calidad de atención. Y para esto todos los colaboradores desde el más alto directivo hasta el de nivel más bajo dentro de la organización deben ocuparse en satisfacer la demanda, gustos y preferencias de los clientes puesto que para llegar a alcanzar el éxito es sumamente importante poder satisfacer las expectativas de los mismos.

El Servicio al Cliente constituye una de las herramientas de marketing más importantes para lograr que el consumidor o cliente compre un producto o adquiera un determinado servicio; a nivel técnico se lo concibe como un conjunto de prestaciones que el cliente espera además del producto o servicio básico en este sentido quienes están a cargo de estos negocios deben concentrarse en la satisfacción y aprender cómo darla ello creará confianza y estimulará más satisfacción para los clientes como para ellos.

En este contexto cabe recalcar que la satisfacción a largo plazo se consigue sólo con clientes altamente satisfechos ya que el mercado cambia constantemente, así como las necesidades y exigencias de los clientes ahora se ve en la necesidad de crear estrategias con el fin de mejorar la calidad del servicio que presta.

En este sentido se puede determinar que son necesarias todas las estrategias que ayuden a la atención del cliente para así lograr la satisfacción del cliente y contribuir a la expansión económica de la compañía siendo este caso en el ámbito gastronómico es indispensable el buen trato al cliente al momento de ofertar el servicio.

Podemos encontrar el inicio de la atención al cliente en la Organización Internacional de Normalización, o por sus siglas ISO creando los primeros estándares sobre la atención al cliente y la calidad en el servicio por tanto podemos ubicar en el año 1.946 la creación de la atención al cliente.

### **Década de 1980**

Agencias como el Instituto de Calidad de Servicio iniciar la capacitación de empleados y empresas con la creación de seminarios y cursos logrando mejorar la estandarización en los procesos de atención al cliente. Se debe resaltar que a partir de la década de los 80 se inicia el uso de las nuevas tecnologías, por ejemplo, la creación de encuestas en línea.

### **Década de 1990 en adelante**

Se produce un boom de las nuevas tecnologías que impactan positivamente en la atención al cliente se inician estrategias de marketing como la bonificación y regalos a los clientes con el objetivo de lograr su fidelidad.

Es de resaltar que Internet se convierte rápidamente en una herramienta para la capacitación logrando:

- Mejorar la homogeneidad y estandarización de procesos de capacitación al cliente.
- Interiorizar la importancia de la atención al cliente para las empresas.
- Creación de nuevos canales de comunicación entre cliente y empresa.
- Formación continua y en tiempo real de la atención al cliente para los empleados.

El servicio es un valor percibido por los clientes de manera subjetiva y para nada tangible depende del punto de vista de cada persona y puede variar tantas veces como clientes tenga una compañía, ante este panorama es difícil lograr un nivel de servicio que satisfaga al 100 % de los clientes y los mantenga fieles al producto o propuesta de servicio que tenga la organización. Por eso se hace importante cuestionar permanentemente la percepción que tienen los clientes sobre la calidad de nuestro servicio ya que deben generar métodos de tabulación de información que produzcan cuestionarios cada vez más cercanos a los puntos de interés de los clientes en lo concerniente al producto o servicio que se ofrece. Se hace necesario contar con un sistema de evaluación cuyos resultados sirvan para mejorar hacia el interior de la organización y permita mostrar los cambios y progresos que tiene la empresa basada en las inquietudes y sugerencias de los clientes lo que permitirá lograr en parte la fidelidad de los mismos. Hacer de la evaluación un hábito no es tan difícil como exigente; una organización orientada hacia el servicio convierte en símbolo o propósito estratégico el conocimiento de sus clientes y nunca renuncia a sus esfuerzos de descubrir todo lo que se pueda sobre sus clientes.

### **“Propuesta de Programa Integral de Servicio al Cliente (PISC) como gestión estratégica en las concesionarias automotrices de la ciudad de Guayaquil”**

Así mismo, Guerrero (2012) en su tesis “Propuesta de Programa Integral de Servicio al Cliente (PISC) como gestión estratégica en las concesionarias automotrices de la ciudad de Guayaquil” planteó como objetivo definir el impacto en la gestión estratégica de concesionarias automotrices con una propuesta de diseño e implementación de un programa integral de servicio al cliente, describiendo los aspectos claves que integran una cultura de servicio, siendo la idea central del servicio al cliente: satisfacer al cliente y hacerle la vida más agradable por medio de soluciones rápidas, coherentes y creativas. Generar una actitud de servicio y no simplemente realizar la función de atención al cliente, aunque por lo general este tipo de implementaciones no llega a toda la organización sino solo al área comercial, dicho esto se puede llegar a la conclusión de que el programa de propuesta integral de servicio al cliente debe englobar a toda la organización, y llegar a todas las funciones y departamentos para mantener así clientes satisfechos. El paquete de estrategias para implementar este plan integral debe incluir: capacitación, aprendizaje, incentivos para todos, y mejoramiento de procesos.

### **“Estudio de Satisfacción en la calidad del servicio para medir la relación que existe entre el Cliente Interno y Externo de la Dirección Provincial del Guayas del Instituto Ecuatoriano De Seguridad Social (IESS)”**

Gavilánez y Ortiz (2009) en su tesis “Estudio de Satisfacción en la calidad del servicio para medir la relación que existe entre el Cliente Interno y Externo de la Dirección Provincial del Guayas del Instituto Ecuatoriano De Seguridad Social (IESS)” planteó determinar la 18

satisfacción de los clientes y cuál es el grado de correlación que existe entre el cliente interno y externo, determinando los principales problemas y sugiriendo posibles soluciones para reformar y mejorar la relación de los clientes con la institución.

### **Clientes y mercados**

Un cliente es una persona o entidad que compra los bienes y servicios que ofrece una empresa. También la palabra cliente puede usarse como sinónimo de comprador, el cliente puede comprar un producto y luego consumirlo; o simplemente comprarlo para que lo utilice otra persona.

Sin duda, el cliente es el principal foco de atención de cualquier empresa, puesto que todas los planes y las estrategias de marketing deben enfocarse, desarrollarse e implementarse en función del cliente.

Además, las empresas tienen diferentes compradores o clientes de acuerdo con el tipo de mercado en el que compiten, o en el que comercializan sus productos.

### **Mercado de consumo y los clientes**

Resulta que en el mercado de consumo los clientes son personas o familias que solicitan los bienes y servicios de una empresa y luego los utilizan para su consumo personal.

Por ejemplo, una familia que compra en un supermercado comestibles o productos de limpieza que luego serán utilizados dentro del hogar.

**Mercados industriales y los clientes**

Mientras que los clientes de los mercados industriales son todas las empresas que demandan los satisfactores que produce una empresa, con el propósito de usarlos en su proceso de producción, para posteriormente transformarlos y elaborar un nuevo producto, que será puesto en el mercado.

Así que, este caso lo podemos ejemplificar con una empresa que se dedica a la venta de pan y compra harina para producir los productos, que posteriormente pondrá en venta en el mercado.

**Mercados de revendedores y los clientes**

Por otra parte, los clientes en el mercado de revendedores son todas las empresas que comprar los bienes y servicios de una empresa, y luego los ponen en venta para el uso de los consumidores finales.

Con relación a este caso, podemos mencionar a empresas como supermercados que le compran a una gran cantidad de empresas diferentes tipos de productos, que luego son vendidos en los supermercados.

**Mercados de gobierno y clientes**

Asimismo, el gobierno o las dependencias del gobierno actúan como clientes en este mercado, puesto que compran los bienes y servicios de otras empresas para ulteriormente ofrecer servicios públicos.

## **Mercados internacionales y clientes**

De la misma forma, en los mercados internacionales podemos incluir como clientes a los consumidores, a los productores, a los revendedores y a los gobiernos de otro país distinto al nuestro, que soliciten y compren los productos que ofrece la empresa.

### **Importancia de los clientes para el marketing**

Por consiguiente, los clientes son muy importantes para cualquier empresa, debido a que, desde la perspectiva del marketing; lo que se busca es lograr un intercambio de valor, entre las empresas y sus mercados.

En consecuencia, la empresa lo que pretende valiéndose del uso adecuado del marketing es entregar a los clientes un producto que les permita la satisfacción de una necesidad, a cambio de obtener utilidades. Nos damos cuenta entonces, que la única manera de lograr utilidades para una empresa es mediante la satisfacción de los clientes.

Por esa razón todos los esfuerzos de marketing están orientados a lograr la satisfacción de los clientes, puesto que esto determina la posibilidad que la empresa siga teniendo éxito y que permanezca dentro del mercado.

### **Procesos comerciales Atención al cliente.**

(González, 2011), expresa “a veces se habla de atención y servicio como si fueran lo mismo o una sola unidad; sin embargo, son conceptos diferentes. La atención es la relación interpersonal amable y cordial y el servicio incluye los procesos, asesoría, ayuda e información que le podamos brindar a un cliente”.

Es entonces donde no solo se debe de tomar en cuenta la predisponían que pueda tener el empleado al momento de realizar el acercamiento con el cliente, sino de todo cómo está planificado el sistema de procesos interno de la empresa, abarcando de manera integral la interrelación entre trabajadores o consumidores internos.

(Londoño, 2011), “la atención al cliente se considera como una de los principales pilares en la competitividad de las empresas del nuevo milenio”.

Los consumidores de hoy ya no sólo buscan buenos precios y productos de buena calidad, sino también, que se les brinde una buena atención. Una buena atención no sólo hará que el cliente decida volver a nuestro negocio, sino que también, muy probablemente, hará que nos recomiende con otros consumidores. Mientras que, por otro lado, una mala atención no sólo hará que el cliente deje de visitarnos, sino que también, muy probablemente, hará que hable mal de nosotros a otros consumidores.

A continuación, los factores que intervienen en la atención al cliente:

- **Saludo:** Una buena atención empieza con dar un buen recibimiento al cliente.
- **Trato amable:** Al cliente se le debe tratar con amabilidad y cortesía en todo momento, bajo cualquier circunstancia.
- **Actitud:** En la atención al cliente lo que realmente importa es la actitud.
- **Rápida atención:** Para que una buena atención al cliente sea considerada como tal, ésta debe ser rápida.



- **Atención personalizada.** Hoy en día los clientes aprecian que se les brinde una atención personalizada.
- **Comodidad:** Para que el cliente sienta que se le ha brindado una buena atención, es necesario que se sienta cómodo.
- **Seguridad:** Así como el cliente buscar sentirse cómodo en un negocio, también busca sentirse seguro.
- **Higiene:** Una buena atención al cliente también implica contar con un local limpio y un personal aseado.
- **No presionar:** Una buena atención también implica no presionar al cliente.
- **No discutir:** No se debe presionar ni apurar al cliente, y mucho menos discutir con él.
- **Información:** Una buena atención al cliente también implica que los vendedores estén bien informados.
- **Servicios adicionales:** Finalmente, una forma de brindar una buena atención al cliente consiste en ofrecer servicios adicionales que sean, de preferencia, gratuitos.

En otras palabras el conjunto de acciones que se denominad como atención al cliente es clave para poder buscar la satisfacción que éstos puedan adquirir al momento de realizar una compra, va a depender de esta conexión entre trabajador y cliente no solo la decisión de compre sino también el valor agregado que genere lo que puede volver a ese cliente espontáneo uno fijo, siendo también un ente que difunda a modo de publicidad boca a boca para lograr captar la atención de otros posibles clientes.

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

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

Desde el punto de vista de las autoras consideran que, ante la dificultad de conseguir nuevos clientes, no basta con saber qué servicios ofrecer o como desarrollarlos, ya que un servicio de calidad incorpora otros elementos conceptuales básicos del ser humano como son la actitud, profesionalismo, cortesía, empatía o lo que es lo mismo la predisposición para brindar un adecuado servicio y que el cliente obtenga la máxima satisfacción en la experiencia.

## **Satisfacción del cliente**

Hoy en día la satisfacción al cliente es esencial para las empresas, no importa el rubro al que pertenezcas, ya no basta con llegar primero al mercado o con contratar al artista de moda. Los tiempos han cambiado y con ello la forma en la que los consumidores piensan, y esto nos lleva a que hemos modificado los hábitos de compra.

El consumidor actualmente tiene una elección difícil a la hora de adquirir un producto o servicio, delante de él se encuentran 50 marcas del mismo tipo que buscan su preferencia, pero, ¿cómo lograr que consuman tu producto o servicio? la respuesta es sencilla: Lograr la satisfacción del cliente.

Para lograr la tan anhelada satisfacción verifica paso a paso lo que sucede con tu producto o servicio desde que está dentro de la empresa, hasta que llega al consumidor. Debes considerar 3 elementos:

### **Producto o servicio:**

En este punto debemos hacer un análisis profundo sobre lo que nosotros ofrecemos. Antes de querer saber qué piensan tus clientes de la empresa los altos mandos deben de enfocarse en los clientes. Los servicios, desde el punto de vista del mercadeo y la economía, son las actividades que intentan satisfacer las necesidades de los clientes. Los servicios son lo mismo que un bien, pero de forma no material o intangible. Esto se debe a que el servicio solo es presentado sin que el consumidor lo posea.

### **Calidad del producto o servicio:**

Pon atención a lo que ofreces, en el caso de un producto, aún si piensas que lo conoces bien, vuelve a tenerlo en tus manos, revisa cada aspecto detenidamente. Si es un servicio, úsalo, y busca a alguien de tu confianza que pueda usar el servicio por ti, al final pide su opinión.

### **Clima laboral:**

Un empleado feliz en su trabajo lo proyecta a la gente, dale importancia a mejorar las relaciones entre ellos. Una encuesta de clima laboral es una gran herramienta para saber cómo se siente tu fuerza laboral

### **Factores que influyen en la satisfacción al cliente**

- **Distribución:** Este punto depende del canal de distribución de tu producto.
- **Ventas en línea:** Haz un pedido a la casa de tu vecino y verifica el estado en el que llega.  
Pon más atención a tus distribuidores, verifica que el trato que le dan al producto, visita los puntos de ventas y asegúrate que el cliente esté recibiendo producto de calidad.
- **Cliente:** Ponte en los zapatos del cliente, y contesta las siguientes preguntas:
  - ¿El producto que recibes vale realmente el precio que pagaste?
  - ¿Los empleados fueron amables y quiero que me vuelvan a atender en el futuro?

Te compartimos los KPIs de servicio al cliente más efectivos para que les des seguimiento y logres mejores resultados para tu negocio.

### **Ventajas de lograr la Satisfacción al cliente**

Un cliente plenamente satisfecho no solo compra una vez, no solo compra dos veces, compra toda la vida. Un cliente que está feliz con tu marca se encarga de difundir con su familia y amigos las grandes ventajas que tiene consumir tu producto o servicio.

Si cumples con sus expectativas, él te defiende de todos, siempre verá los puntos buenos de la marca y se encargará que otros lo sepan. Un cliente satisfecho no conoce otra marca más que la tuya y no importa si la competencia saca un producto con mejores características o a mejor precio, siempre estará contigo.

Lamentablemente nada asegura que la satisfacción al cliente será para siempre, por eso debes medir la satisfacción del cliente y saber qué piensan tus consumidores.

### **Valor**

El Valor Percibido es aquel valor que el cliente considera haber obtenido a través del desempeño del producto o servicio que adquirió. Los aspectos más relevantes del Valor Percibido son los siguientes:

- Los determina el cliente, no la empresa.
- Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio.
- Se sustenta en las percepciones del cliente, y no necesariamente en la realidad.
- Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente.
- Depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos.

Dada su complejidad, el Valor Percibido puede ser determinado luego de una exhaustiva investigación que comienza y termina en el cliente.

Las Expectativas, en cambio, conforman las esperanzas que los clientes tienen por conseguir algo, y se producen por el efecto de una o más de estas cuatro situaciones:

- Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.
- Experiencias de compras anteriores.
- Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión (p.ej.: deportistas famosos).
- Promesas que ofrecen los competidores.

Ante los aspectos que dependen directamente de la empresa, ésta se encuentra con el dilema de establecer el nivel correcto de expectativas, ya que las expectativas demasiado bajas no atraen suficientes clientes; pero las expectativas demasiado altas generan clientes decepcionados luego de la compra.

Un detalle muy interesante a tener en cuenta es que la disminución en los índices de satisfacción del cliente no siempre está asociada a una disminución en la calidad de los productos o servicios; en muchos casos, es el resultado de un aumento en las expectativas del cliente, algo atribuible a las actividades de marketing.

Según (Wirtz, 2009) “muchas empresas de servicios aún se enfocan en el número de clientes que atienden, sin poner suficiente atención al valor de cada uno de ellos.”

Es un modelo teórico que gráfica y permite describir las actividades de una organización para generar valor al cliente final y a la misma empresa”. En base a esta definición se dice que una empresa tiene una ventaja competitiva frente a otra cuando es capaz de aumentar el margen (ya sea bajando los costos o aumentando las ventas). Este margen se analiza por supuesto a través de la cadena de valor de (Porter, 1985). La cadena de valor despliega el valor total, y consisten las actividades de valor y del margen.

- Margen. Es la diferencia entre el valor total y el costo colectivo de desempeñar las actividades de valor.
- Actividades de Valor: Son las distintas actividades que realiza una empresa.

### **Relación del marketing y los clientes**

El marketing, por tanto, maneja dos objetivos prioritarios respecto a sus clientes, y estos los resumimos así:

#### **Atraer clientes nuevos**

Toda empresa que espera en un futuro cercano tener un mayor crecimiento y aumentar su participación de mercado, debe esforzarse en conseguir nuevos clientes.

Los clientes nuevos se convierten en su fuente de oportunidad para crecer y ser rentable.

Para atraer nuevos clientes las empresas deben ofrecer un valor superior, que logre convencer al cliente que el satisfactor que nos compran ofrece valores agregados, que superan las ofertas de la competencia.

### **Conservar clientes actuales**

Los clientes que la empresa posee actualmente son un activo muy valioso; sobre todo para mantener el nivel de participación dentro del mercado total.

Los clientes actuales no ayudan a la empresa a crecer más, pero permiten que se sigan manteniendo el nivel de participación de mercado, lo que les asegura que sigan teniendo utilidades.

Para conservar a los clientes actuales, las empresas deben lograr la plena satisfacción de sus clientes, no sólo con la entrega de productos de excelente calidad, sino brindando un nivel de servicio que los mantenga contentos y que no quieran dejarnos.



## CAPÍTULO III:

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### **Diseño de la Investigación**

La Investigación es esencial en el proceso del conocimiento que hemos adquirido durante todos estos años de estudio y por ello cada tema es investigado y analizado, de esta forma habrá un mejor entendimiento sobre el planteamiento que aplicaremos en nuestra Empresa y así poder mejorar y extender a nivel nacional la excelente calidad de atención al usuario que debe ofrecerse para que así puedan llevar una buena imagen, nuestra investigación está realizada paso a paso explicando cada argumento. Así se pretende que las respuestas a los problemas planteados tengan coherencia y también fundamento científico, esto se debe a que hay que usar la razón y la metodología para que nuestros conocimientos se acerquen a lo que queremos proyectar con nuestra tesis.

La Metodología dice que debemos ordenar todos nuestros conocimientos y aprendizajes y solo así sabremos que métodos podemos manejar para que pueda ser seguro a la hora de sustentar nuestro proyecto. En este caso debemos tener como idea principal que la metodología significa que se concentra en estudiar todas nuestras ideas y propuestas en nuestro proyecto, para así llegar a la conclusión de cuál será el método que vamos a aplicar a nuestra investigación o trabajo. El presente trabajo de investigación obedece a la modalidad de proyecto factible con una propuesta de modelo operativo viable.

## **Tipo de investigación**

### **Investigaciones descriptivas**

Describir en términos metodológicos consiste en indicar todas las características del fenómeno que se estudia. Hernández (2012) precisan aún más esto señalando que “...Desde el punto de vista científico, describir es medir”. Puede ser cuantificable o no dependiendo de su estudio.

### **Método Deductivo:**

En este método nos basamos en estudiar cosas puntuales para que pueda ser algo concreto lo que vayamos a mostrar y de allí parte lo general para explicar o demostrar lo más importantes de nuestra tesis. Nos centramos en conceptos y definiciones.

### **Método Inductivo:**

En este método nos basamos en cómo está actualmente la calidad de atención al usuario.

Como opinión personal el método y la metodología se caracterizan por haber realizado los pasos anteriores de forma explicativa, clara y concisa para así poder llegar a una conclusión entendible en la cual deduciremos cuáles serán los puntos claves que aplicaremos para su mejora.

## POBLACIÓN Y MUESTRA

Según Garcés (2000) expresa que ...”el universo constituye el conjunto de elementos que tienen una característica similar y que se hallan dentro de una circunscripción.”.

### Población

La población del objeto de estudio está delimitada al Departamento de Atención al jubilado del Centro de Atención Universal del IEES – Urdesa, unidad que atiende alrededor de 180 usuarios diariamente teniendo un aproximado de 3,500 usuarios mensuales.

### Muestra

Según Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio (2006) en su libro de Metodología de la Investigación define a la muestra como un subgrupo de la población del cual se recolectan los datos, siendo esta representativa de esta.

Para poder determinar la muestra a usar para el levantamiento de información se procederá a usar la siguiente fórmula:

*Fórmula:*

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p (1 - p)}{(N - 1) \times e^2 + Z^2 \times p (1 - p)}$$

$$n = \frac{3500^2 \times 1.96^2 \times 0.6 \times 0.4}{3499 \times 0,04^2 + 1.96^2 \times 0.6 \times 0.4}$$

$$n = \frac{12250000 \times 3.8416 \times 0.6 \times 0.4}{3499 \times 0.0016 \times 3.8416 \times 0.6 \times 0.4}$$

$$n = \frac{11,294,304}{6.520384}$$

$$n = 173$$

### **Técnicas e instrumentos de la investigación**

Dentro de las técnicas que se van a utilizar dentro del proceso de recolección de datos para la validación del Objeto de Estudio, será:

#### **Recolección de la Información**

- Encuesta: Esta técnica es una herramienta usada para recopilar información de una manera más directa y personal, donde los involucrados interactúan a través de preguntas y respuestas (ya sean abiertas o cerradas) con el fin de obtener información ya sea cualitativa o cuantitativa.

#### **Procesamiento y Análisis**

- Hoja de Cálculo de Excel.
- Cuadros y Gráficos estadísticos.

## CAPÍTULO IV:

### RESULTADOS

Una vez aplicada la encuesta se procede a analizar los datos para su debida interpretación a través de cuadros y gráficos, dando como resultado:

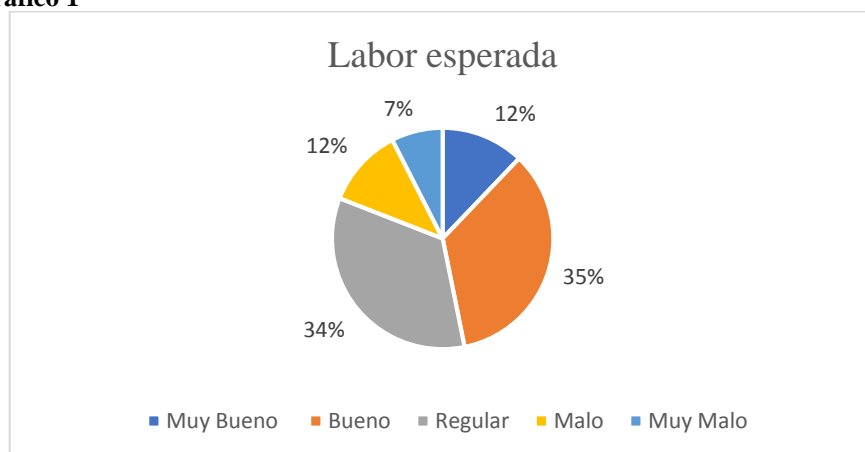
#### Enunciado 1:

Tabla 1

La unidad /servicio realiza la labor esperada

Alternativas	Respuesta	Porcentaje
Muy Bueno	21	12%
Bueno	60	35%
Regular	59	34%
Malo	20	12%
Muy Malo	13	7%
<b>Total</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

Gráfico 1



Las estadísticas resultantes muestran que solo el 21% de los usuarios consideran muy buena la labora de los colaboradores, mientras un 35% la considera buena, un 34% piensa que es Regular, por otro lado 12% considera Mala a la labor y un 7% Muy Mala

### **Interpretación:**

Los usuarios muestran un descontento con la labor que realizan los trabajadores de la Unidad de Atención a Jubilados, pero afortunadamente se mantienen en un nivel positivo los porcentajes más altos por lo tanto hay que aplicar una mejora en la atención al usuario.

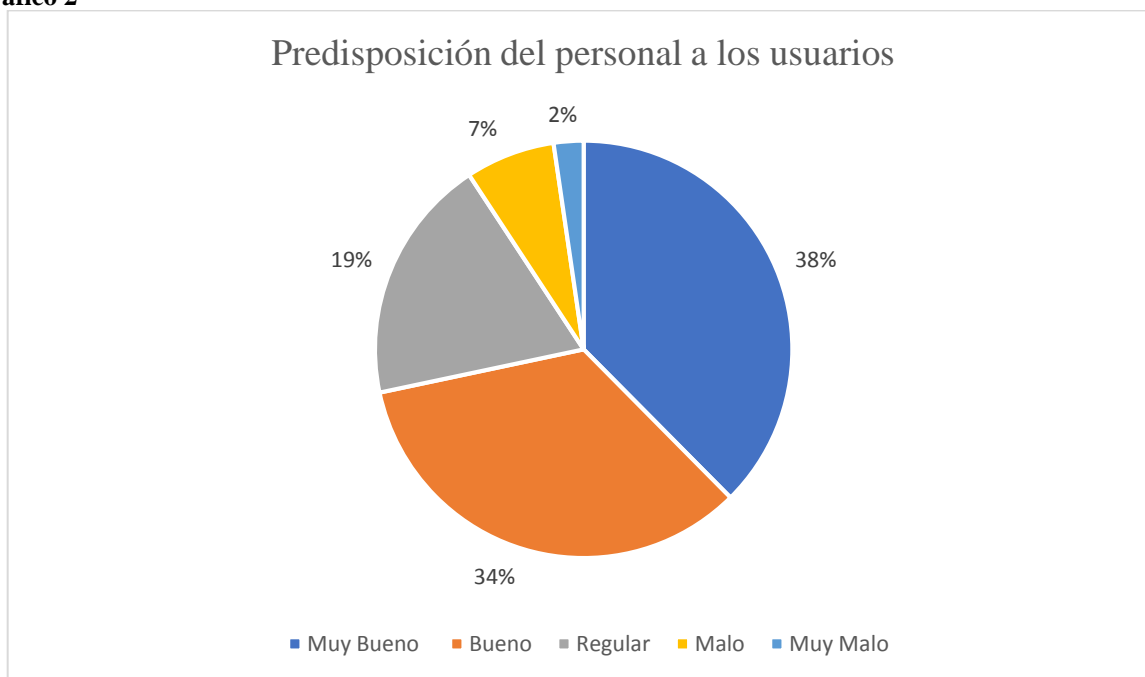
### **Enunciado 2:**

Tabla 2

#### **El personal se muestra dispuesto a ayudar a los usuarios**

<b>Alternativas</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Muy Bueno</b>	65	38%
<b>Bueno</b>	59	34%
<b>Regular</b>	33	19%
<b>Malo</b>	12	7%
<b>Muy Malo</b>	4	2%
<b>Total</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

Gráfico 2



Las estadísticas resultantes muestran que el 38% considera Muy Buena a la predisposición del personal a ayudar a los usuarios, mientras un 34% la considera buena un 19% Regular, también un 7% la perciben mala y solo un 2% de usuario consideran muy mala la predisposición de ayuda.

### **Interpretación:**

En esta ocasión las estadísticas se muestran un poco más favorables en comparación con la labor del personal, la predisposición del personal tiene un nivel muy alto de aceptación es decir que, entienden uno de los principios más importantes a la hora de analizar la atención al cliente como lo es la predisposición de ayuda.

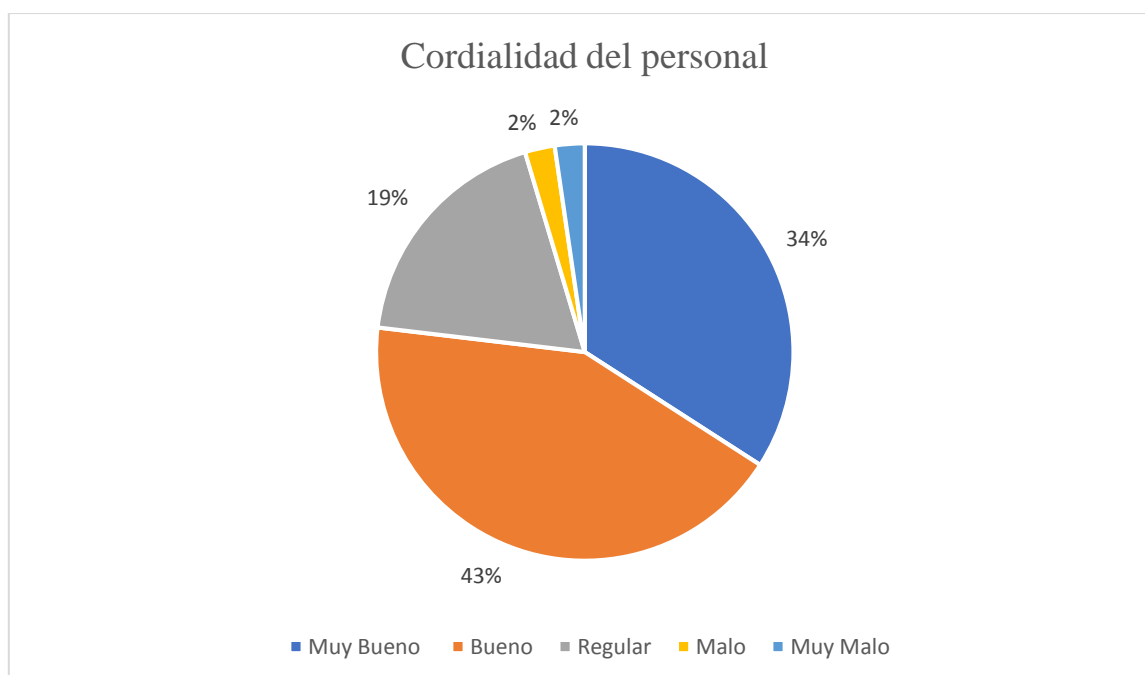
**Enunciado 3:**

Tabla 3

**El trato del personal con los usuarios es considerado y amable (Saludos, trato, despido, etc)**

Alternativas	Respuesta	Porcentaje
Muy Bueno	59	34%
Bueno	74	43%
Regular	32	19%
Malo	4	2%
Muy Malo	4	2%
<b>Total</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

Gráfico 3





Las estadísticas resultantes muestran que el 34% de los encuestados considera muy buena el trato amable que reciben por parte del personal, un 43% lo considera buena, un 19% calificó a la cordialidad de los trabajadores como regular mientras que un 2% dijo que era mala y solo un 2% muy mala.

### **Interpretación:**

La cordialidad de los trabajadores según las estadísticas muestra índices positivos de aceptación por parte de los usuarios, teniendo un porcentaje muy bajo que está en desacuerdo con el trato recibido, pudiéndose tratar de situaciones de conflicto.

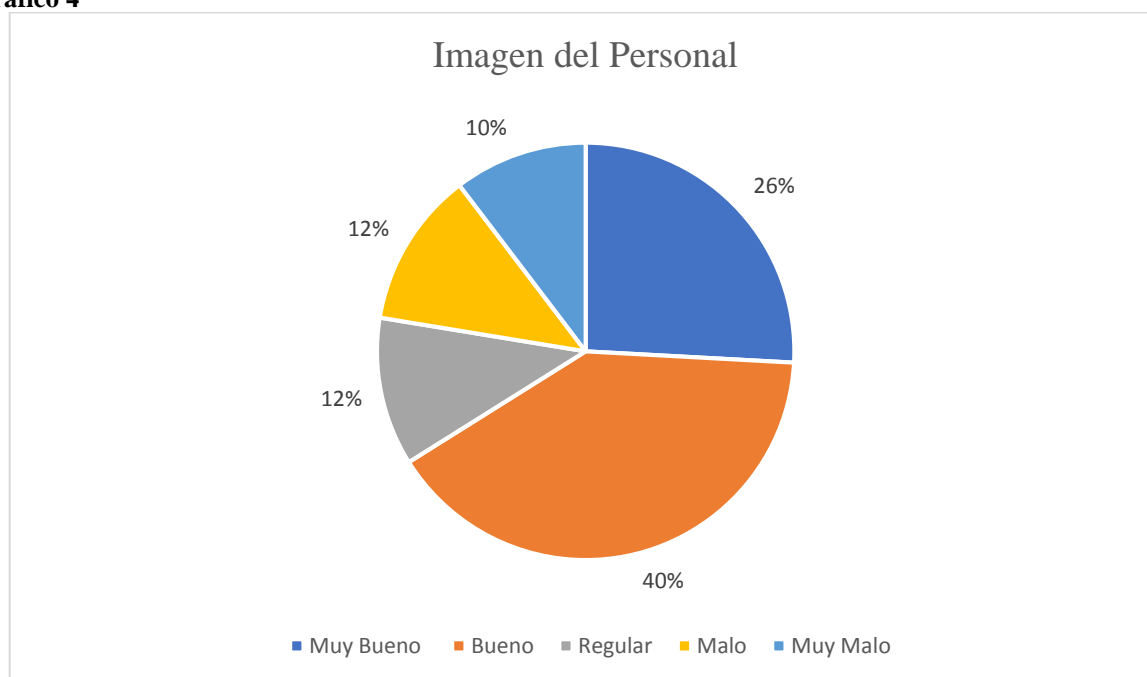
### **Enunciado 4:**

**Tabla 4**

**El personal da la imagen de estar totalmente cualificado para las tareas que tiene que realizar.**

<b>Alternativas</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Muy Bueno</b>	45	25%
<b>Bueno</b>	70	40%
<b>Regular</b>	20	12%
<b>Malo</b>	21	12%
<b>Muy Malo</b>	18	10%
<b>Total</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

Gráfico 4



Las estadísticas resultantes muestran que el 25% de los usuarios encuestados perciben como muy buena a la imagen de los trabajadores, el 40% percibe como buena a la imagen de los trabajadores el 12% como regular, otro 12% dice que la imagen es mala y un 10% de los encuestados

#### **Interpretación:**

La relación que tienen la imagen del empleado con el nivel de aceptación tiene mucho que ver entre sí, desde el cómo lleva el uniforme hasta su apariencia física, los encuestados han presentado situaciones de descontento con la imagen de algunos de los trabajadores del departamento de Atención al Jubilado.

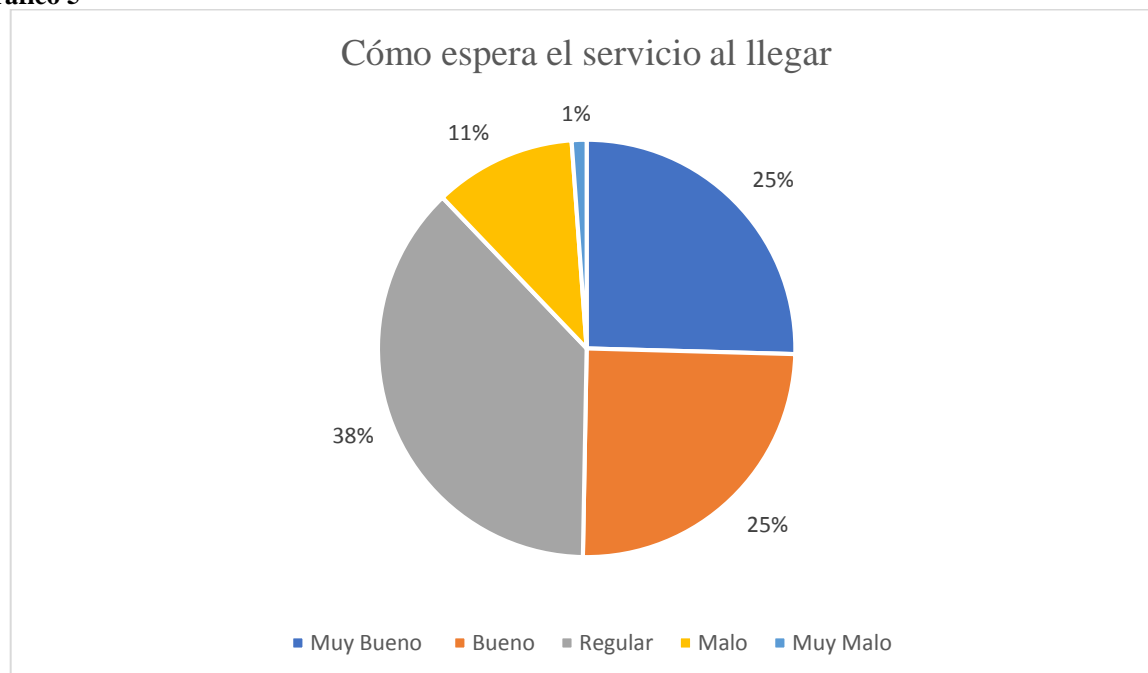
**Enunciado 5:**

Tabla 5

**Cuando acudo al Servicio/unidad sé que podré solucionar mis necesidades.**

Alternativas	Respuesta	Porcentaje
Muy Bueno	44	25%
Bueno	43	25%
Regular	65	38%
Malo	19	11%
Muy Malo	2	1%
<b>Total</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

Gráfico 5



Las estadísticas resultantes muestran que el 25% de los usuarios esperan encontrar una buena atención al llegar a las instalaciones, otro 25% las considera buenas mientras que un 38% tiene expectativas regulares del servicio, por otro lado, un 11% de encuestados dicen que esperan una mala atención y solo 1% expresa que siente una muy mala percepción a la atención.

### **Interpretación:**

Las expectativas que tienen los usuarios del departamento de Atención al Jubilado llegan a las oficinas esperando tener un trato REGULAR (Según el dato más relevante que da el levantamiento de información), pero sigue manteniendo un indicador positivo.

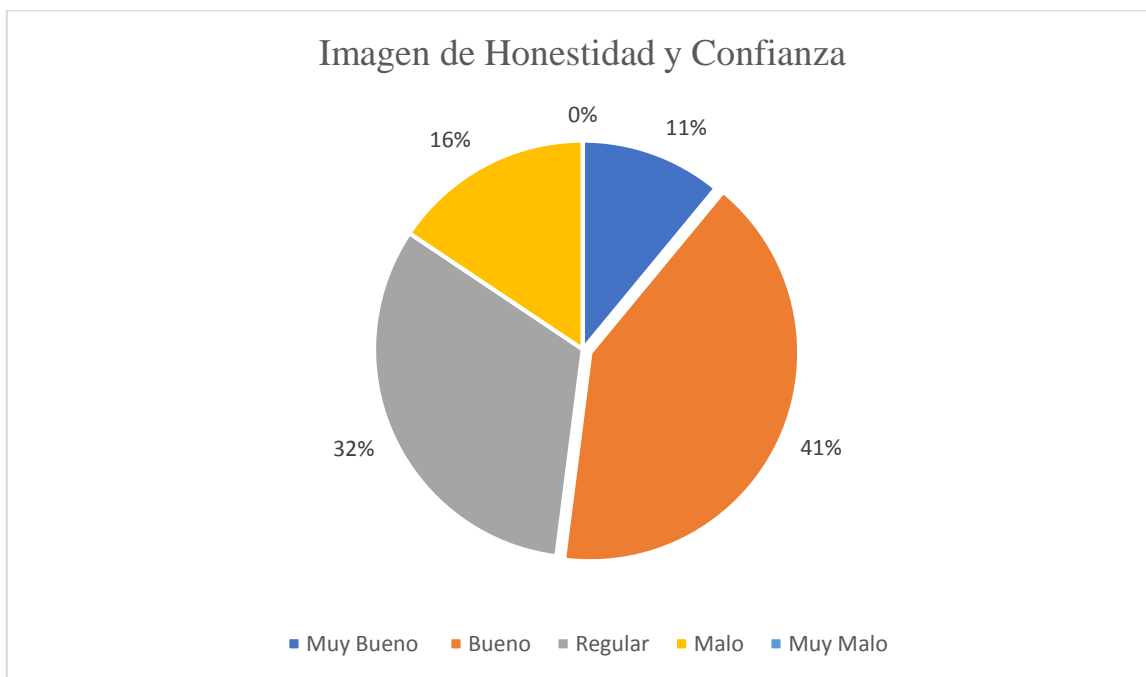
### **Enunciado 6:**

Tabla 6

#### **El personal da una imagen de honestidad y confianza**

<b>Alternativas</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Muy Bueno</b>	19	11%
<b>Bueno</b>	71	41%
<b>Regular</b>	56	32%
<b>Malo</b>	27	16%
<b>Muy Malo</b>	0	0
<b>Total</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

Gráfico 6



Las estadísticas resultantes muestran que el 11% de los usuarios encuestados considera muy buena a la imagen de honestidad y confianza de los trabajadores, el 41% dice que es muy buena mientras que el 32% es algo regular, por otro lado, un 16% asume la imagen de los trabajadores como mala, y un 0% como muy mala

### Interpretación:

La satisfacción del cliente basa su nivel de aceptación en la confianza que pueda crear al momento de interactuar con algún trabajador, por lo tanto, contar con un nivel de confianza alto permite un flujo de información entre las partes. También se nota un dato favorable al no existir usuarios que consideren como Muy Mala a la confianza y honestidad de los trabajadores.

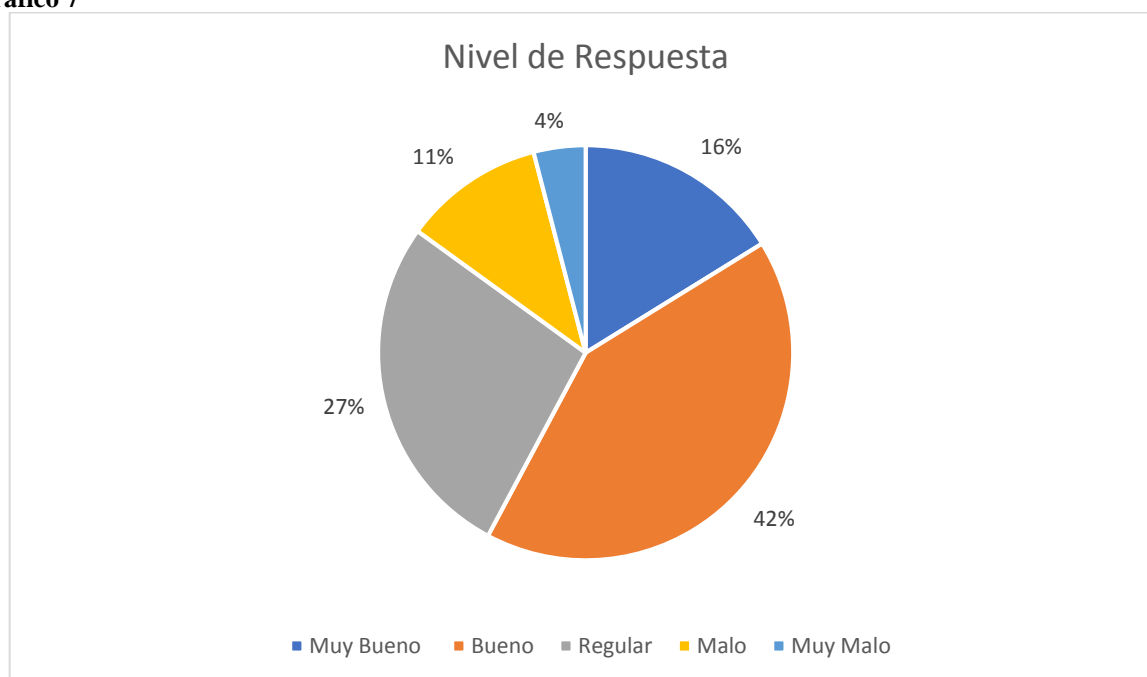
**Enunciado 7:**

Tabla 7

**Cuando acudo al servicio, no tengo problemas en contactar con la persona que puede responder a mis demandas. (Nivel de Respuesta)**

Alternativas	Respuesta	Porcentaje
Muy Bueno	28	16%
Bueno	72	42%
Regular	47	27%
Malo	19	11%
Muy Malo	7	4%
<b>Total</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

Gráfico 7



Las estadísticas resultantes muestran que el 16% de los encuestados se encuentran muy satisfechos con el nivel de respuesta de los empleados, un 42 % considera buena mientras el 27% creen que es regular, por otro lado, el 11% dice que el nivel es malo y el 4% opina que el nivel de respuesta es muy malo.

### **Interpretación:**

Los resultados demuestran que un porcentaje de satisfacción bueno por parte de los usuarios en relación al nivel de respuesta de los empleados, pero existen muchas situaciones que colocan un porcentaje bajo que represente el nivel de satisfacción más elevado, se mantiene el indicador medio alto de satisfacción.

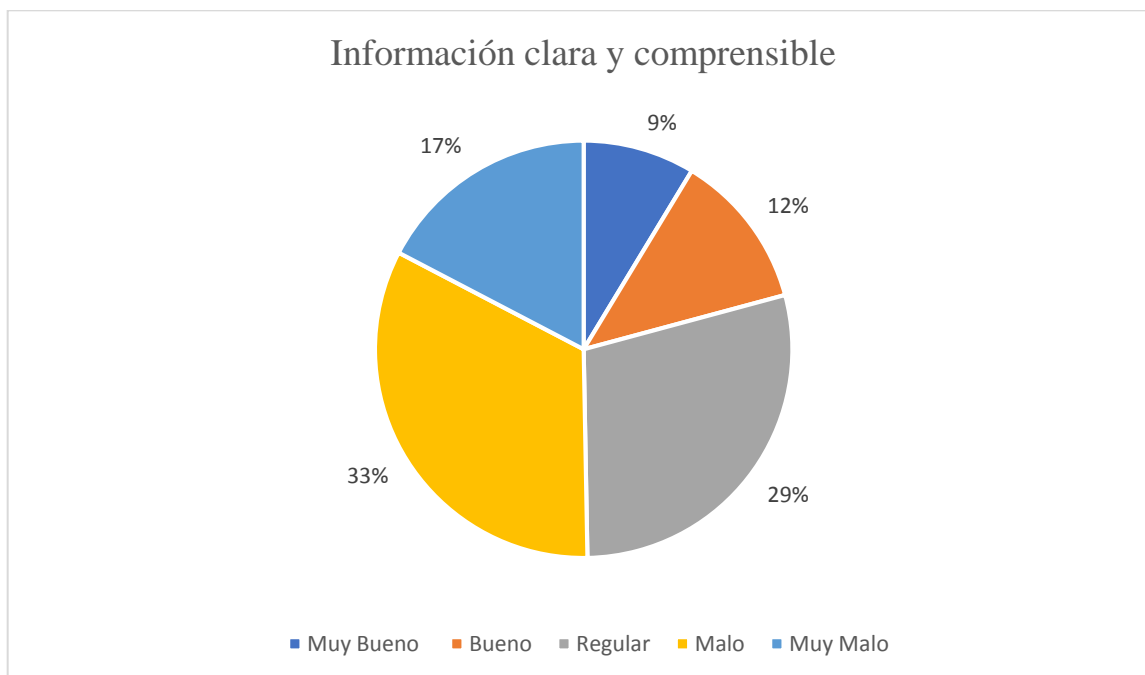
### **Enunciado 8:**

**Tabla 8**

**El servicio /unidad informa de forma clara y comprensible a los usuarios**

<b>Alternativas</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Muy Bueno</b>	15	9%
<b>Bueno</b>	21	12%
<b>Regular</b>	50	29%
<b>Malo</b>	57	33%
<b>Muy Malo</b>	30	17%
<b>Total</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

Gráfico 8



Las estadísticas resultantes muestran que solo el 9% de los encuestados consideran muy buena la información que reciben de los trabajadores, el 12% la considera buena, el 29% del usuario dice que es regular, mientras que el 33% expresa que es mala y, por otra parte, el 17% perciba de muy mala forma la manera de recibir información

### **Interpretación:**

El proceso de comunicación es clave al momento de tratar con los clientes, en este caso los indicadores juegan en contra ya que reflejan una tendencia NEGATIVA en un nivel medio bajo lo que complica la agilidad de la tramitología de los usuarios y por eso existe muchas situaciones de conflictos.



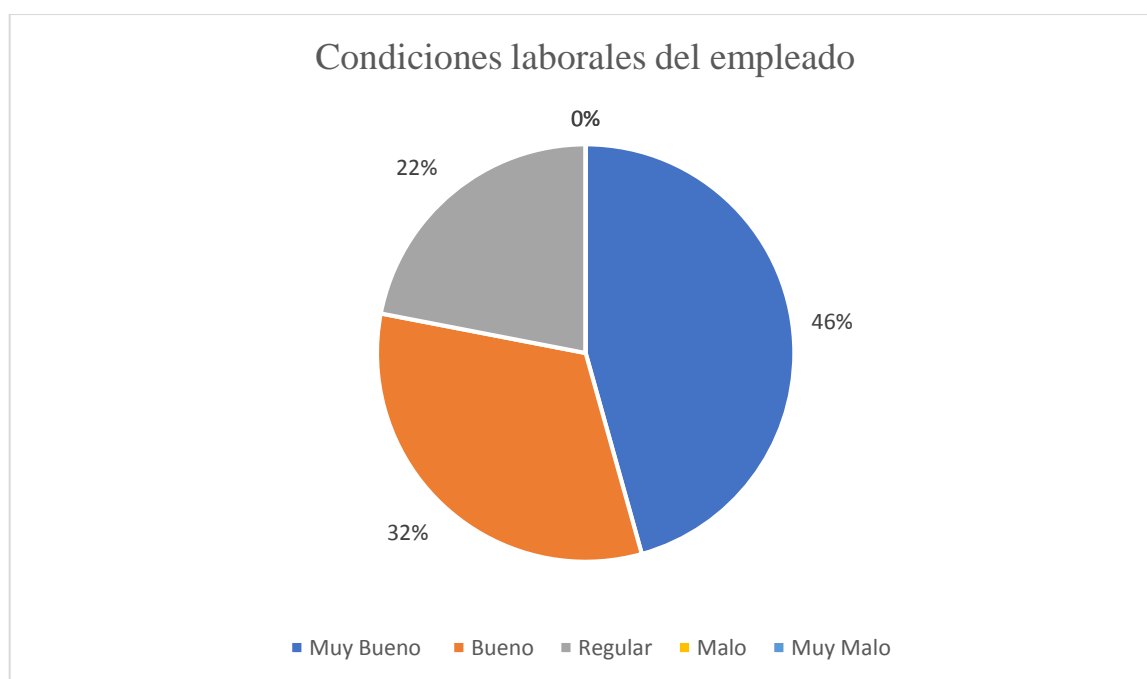
**Enunciado 9:**

Tabla 9

**He tenido la oportunidad de comprobar que el personal cuenta con recursos materiales suficientes para llevar a cabo su trabajo (Condiciones laboral del empleado).**

Alternativas	Respuesta	Porcentaje
Muy Bueno	79	46%
Bueno	56	32%
Regular	38	22%
Malo	0	0
Muy Malo	0	0
<b>Total</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

Gráfico 9



Las estadísticas resultantes muestran que el 46% de los usuarios encuestados consideran que los empleados cuentan con las condiciones idóneas para trabajar, mientras que el 32% dice que las condiciones son buenas y, por otro lado, el 22% dice que las condiciones son regulares, lo que sorprende es que no hubo usuarios que hayan considerado negativa las condiciones.

### **Interpretación:**

En esta ocasión la información levantada de los usuarios en relación las condiciones de trabajo de quienes los atienden fueron favorables, es decir, los trabajadores cuentan con todos los equipamientos de oficina para que se pueda efectuar una buena gestión al atender las necesidades de los usuarios.

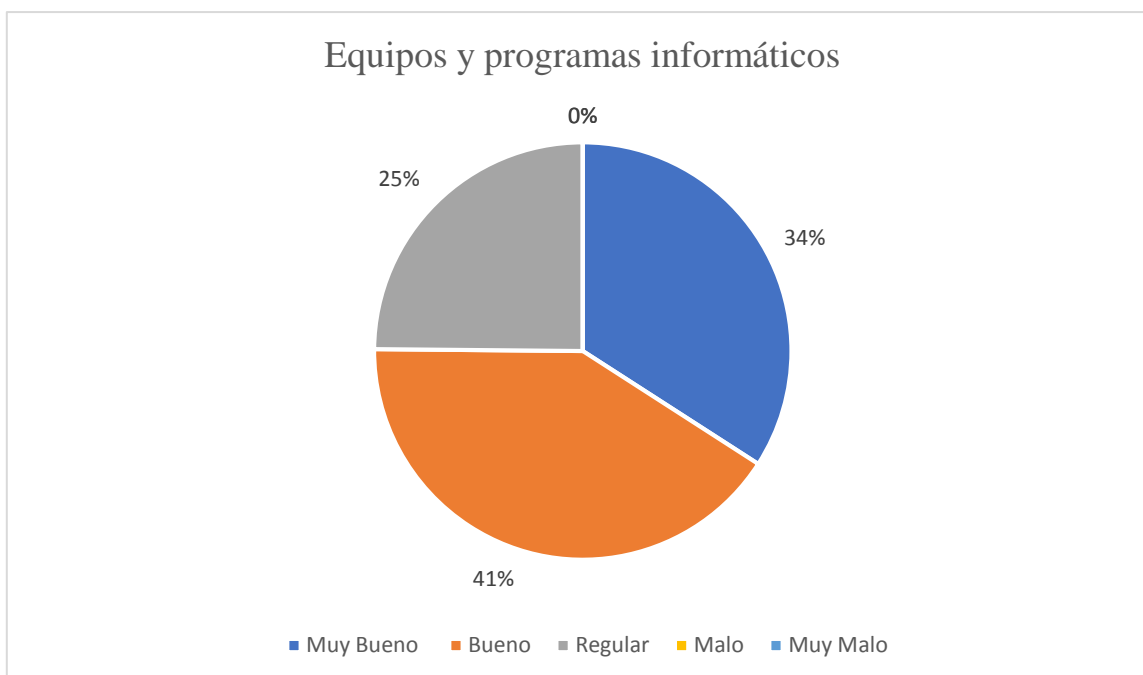
### **Enunciado 10:**

**Tabla 10**

**He podido comprobar que el personal dispone de programas y equipos informáticos adecuados para llevar a cabo su trabajo**

<b>Alternativas</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Muy Bueno</b>	59	34
<b>Bueno</b>	71	41
<b>Regular</b>	43	25
<b>Malo</b>	0	0
<b>Muy Malo</b>	0	0
<b>Total</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

Gráfico 10



Las estadísticas resultantes muestran que el 34% de los encuestados consideran que los equipos de programa informáticos son muy buenos, mientras que el 41% opina que los trabajadores cuentan con buenos equipos y programas informáticos, por otro lado, el 25% dice que son regulares y no existe datos de niveles inferiores.

### **Interpretación:**

Los usuarios han podido identificar que los trabajadores del departamento de Atención a los jubilados cuentan con herramientas y sistemas informáticos idóneos que les permiten cumplir con las actividades planificadas, sin tener un dato negativo.

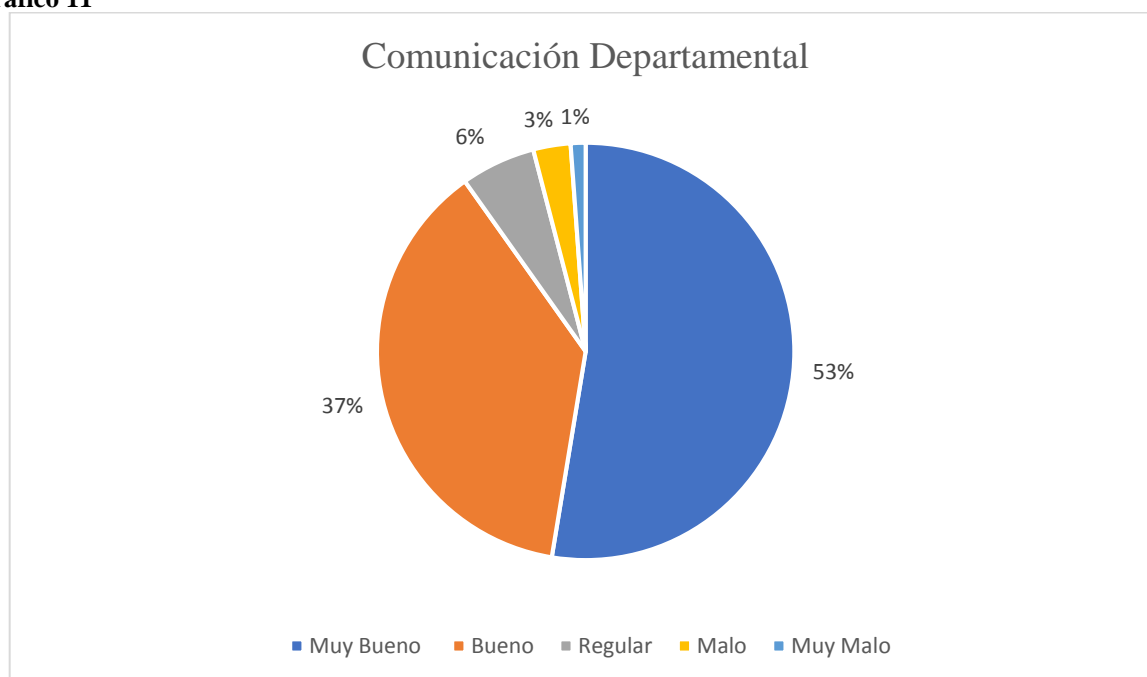
**Enunciado 11:**

Tabla 11

**He podido comprobar que el personal dispone de medios adecuados de comunicación con otros Servicios de la Unidad para facilitar su labor**

Alternativas	Respuesta	Porcentaje
Muy Bueno	91	53%
Bueno	65	37%
Regular	10	6%
Malo	5	3%
Muy Malo	2	1%
<b>Total</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

Gráfico 11



Las estadísticas resultantes muestran que el 53% de los encuestados percibieron una muy buena comunicación entre los empleados al momento de realizar un trámite, un 37% dijo que era buena, un 6% del total cree que es regular, hay un grupo que representa el 3% que define la comunicación como mala y solo el 1% coloca a la comunicación como muy mala.

### **Interpretación:**

Los indicadores de comunicación de los trabajadores del departamento de Atención a los Jubilados se reflejan positivamente, por encima del nivel medio alto, es decir, cuentan con herramientas o recursos que le permiten comunicarse rápidamente con otros trabajadores del departamento.

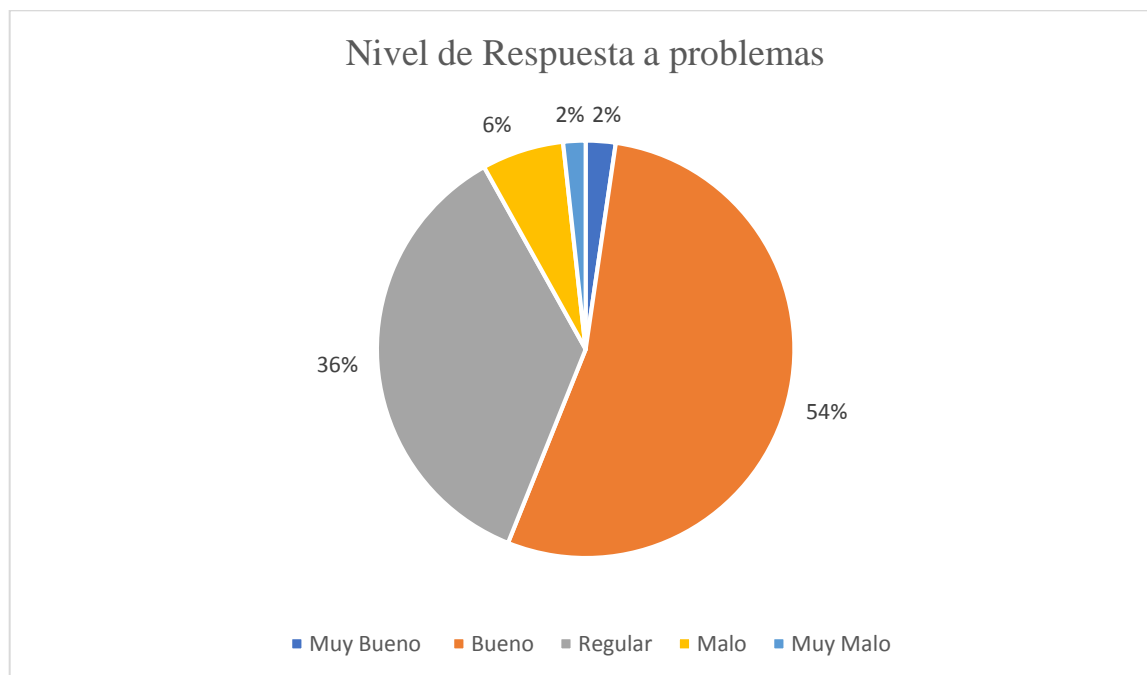
### **Enunciado 12:**

**Tabla 12**

#### **El Servicio da respuesta rápida a las necesidades y problemas**

<b>Alternativas</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Muy Bueno</b>	4	2%
<b>Bueno</b>	93	54%
<b>Regular</b>	62	36%
<b>Malo</b>	11	6%
<b>Muy Malo</b>	3	2%
<b>Total</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

Gráfico 12



Las estadísticas resultantes muestran que solo el 2% de los encuestados se encuentra muy de acuerdo con la rapidez de solución de problemas del departamento de atención a los jubilados, el 54% dice que es buena, el 36% percibe esa rapidez como regular, el 6% califica de malo y un 2% de muy mala gestión de los problemas.

### **Interpretación:**

Los resultados muestran un nivel de satisfacción por parte de los usuarios en relación con la rapidez que tienen los empleados con la solución de problemas media alta y los datos que existen negativos pueden ser situaciones que se han convertido en un conflicto al no poder resolver la necesidad de algún usuario.

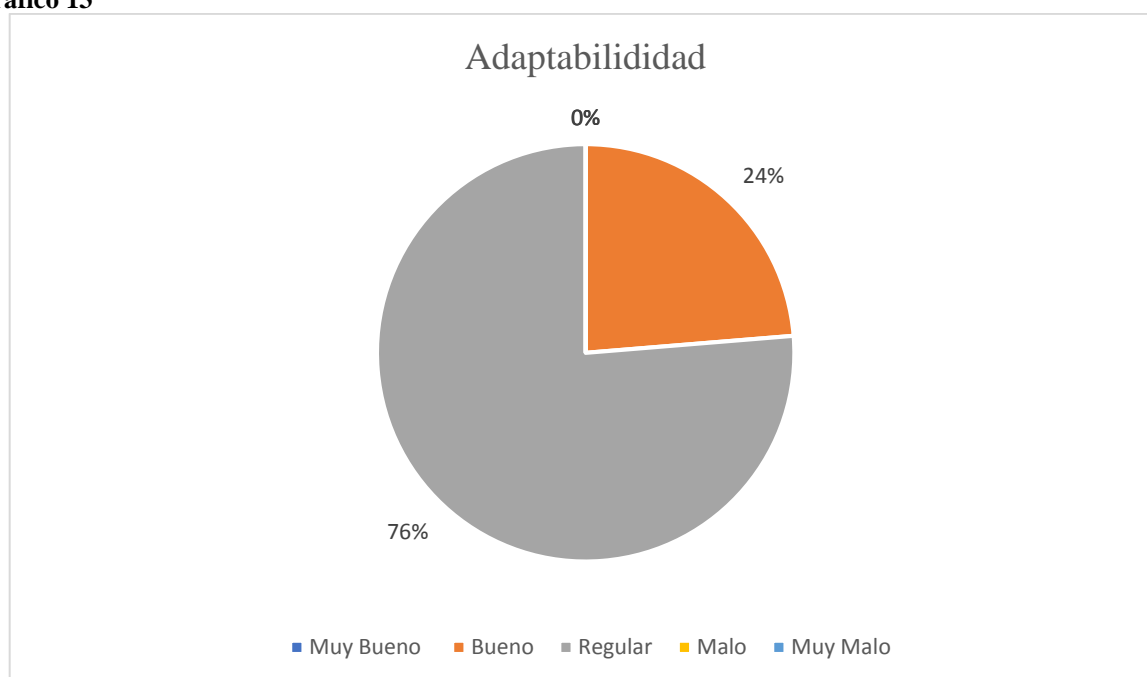
**Enunciado 13:**

Tabla 13

**El Servicio se adapta perfectamente a mis necesidades como usuario**

Alternativas	Respuesta	Porcentaje
Muy Bueno	0	0
Bueno	41	24%
Regular	132	76%
Malo	0	0
Muy Malo	0	0
<b>Total</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

Gráfico 13



Las estadísticas resultantes muestran que el 24% de los encuestados sienten que la adaptabilidad de los trabajadores a las necesidades como usuario con buenas mientras que con un nivel de satisfacción inferior un 76% de encuestados muestra una adaptabilidad por parte de los trabajadores regular.

### **Interpretación:**

No cuenta con un grado extremadamente negativo, mantiene el nivel de satisfacción en el nivel medio, ya que la mayoría de usuarios perciban una adaptabilidad regular y tiende a subir un poco, pero las situaciones se pueden tornar un poco incómodas para los trabajadores al tratarse de adultos mayores por lo que mejorar la empatía ayudaría incrementar este indicador.

### **Enunciado 14:**

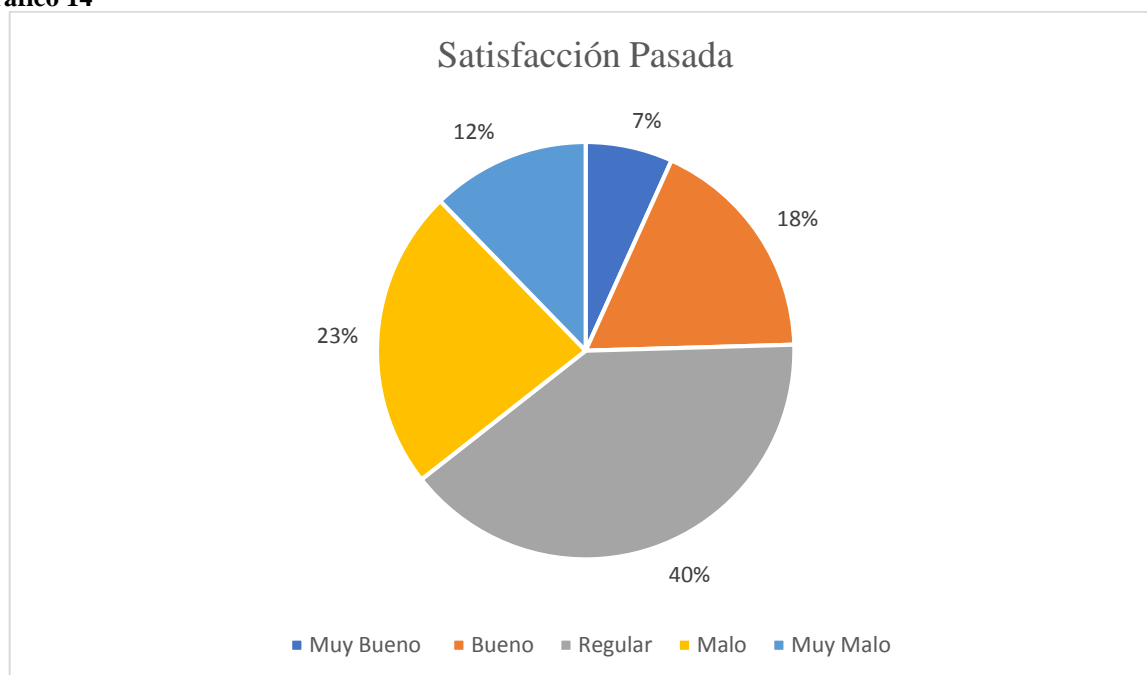
Tabla 14

#### **El Servicio ha solucionado satisfactoriamente mis demandas en ocasiones pasadas**

<b>Alternativas</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Muy Bueno</b>	11	7%
<b>Bueno</b>	29	18%
<b>Regular</b>	65	40%
<b>Malo</b>	38	23%
<b>Muy Malo</b>	20	12%
<b>Total</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>



Gráfico 14



Las estadísticas resultantes muestran que solo el 7% de los encuestados encuentran muy buena la última vez que visito las instalaciones, un 18% dijo que tuvo una buena experiencia, el 40% mantiene un nivel de satisfacción intermedio con una experiencia regular, el 23% dice que es mala y un 12% tuvo una muy mala experiencia pasada.

### **Interpretación:**

El departamento de Atención a los jubilados necesita mejorar, innovar o cambiar los procesos con los que se relaciona con el cliente ya que hasta la actualidad mantiene un nivel de satisfacción intermedio, existe un alto número de personas que han ya tenido una mala experiencia por lo tanto es necesario ajustar ese trato.

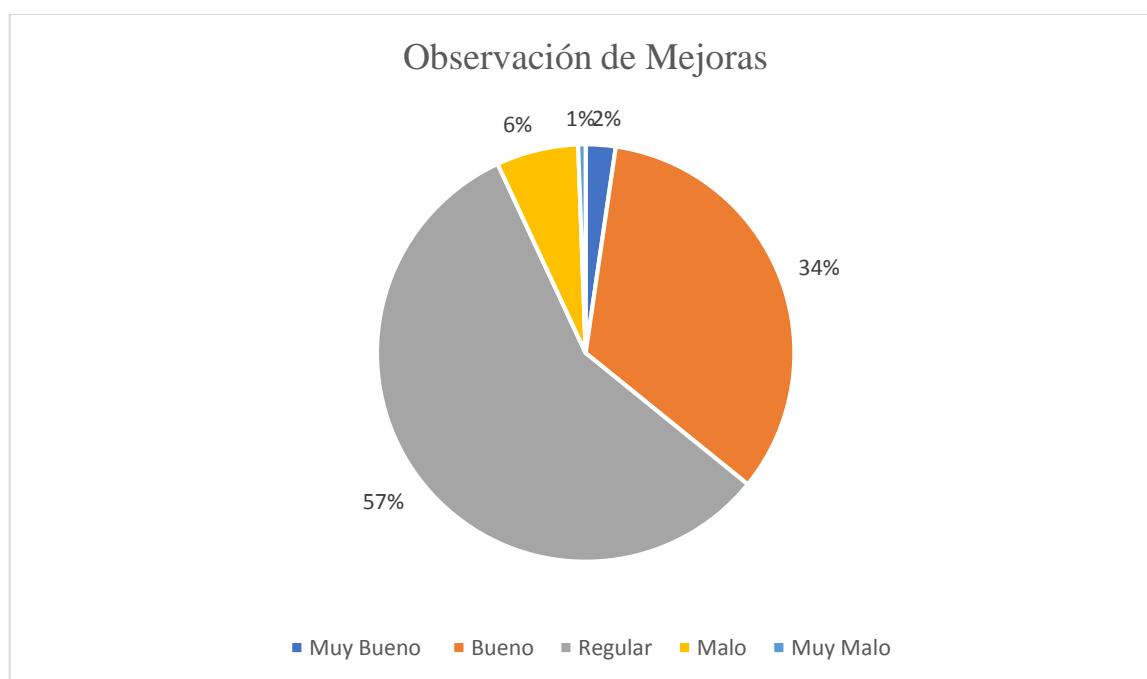
**Enunciado 15:**

Tabla 15

**He observado mejoras en el funcionamiento general del Servicio en mis distintas visitas al mismo**

Alternativas	Respuesta	Porcentaje
Muy Bueno	4	2%
Bueno	58	34%
Regular	99	57%
Malo	11	6%
Muy Malo	1	1%
<b>Total</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

Gráfico 15



Las estadísticas resultantes muestran que solo el 2% se muestra muy de acuerdo al momento de percibir mejoras en la atención, mientras que un 34% dice que su percepción, un 57% considera regular, el 6% dice que no hay mejoras y, por otro lado, solo el 1% no ha notado mejora alguna en la atención.

### **Interpretación:**

El nivel de satisfacción se vuelve a mantener en la línea media, existe un porcentaje de usuarios que consideran que el nivel de atención ha mejorado y aquí se hace relación con la pregunta anterior sobre las experiencias negativas, se debe de mejorar en la comunicación de la adaptación o mejora de los procesos a los usuarios.

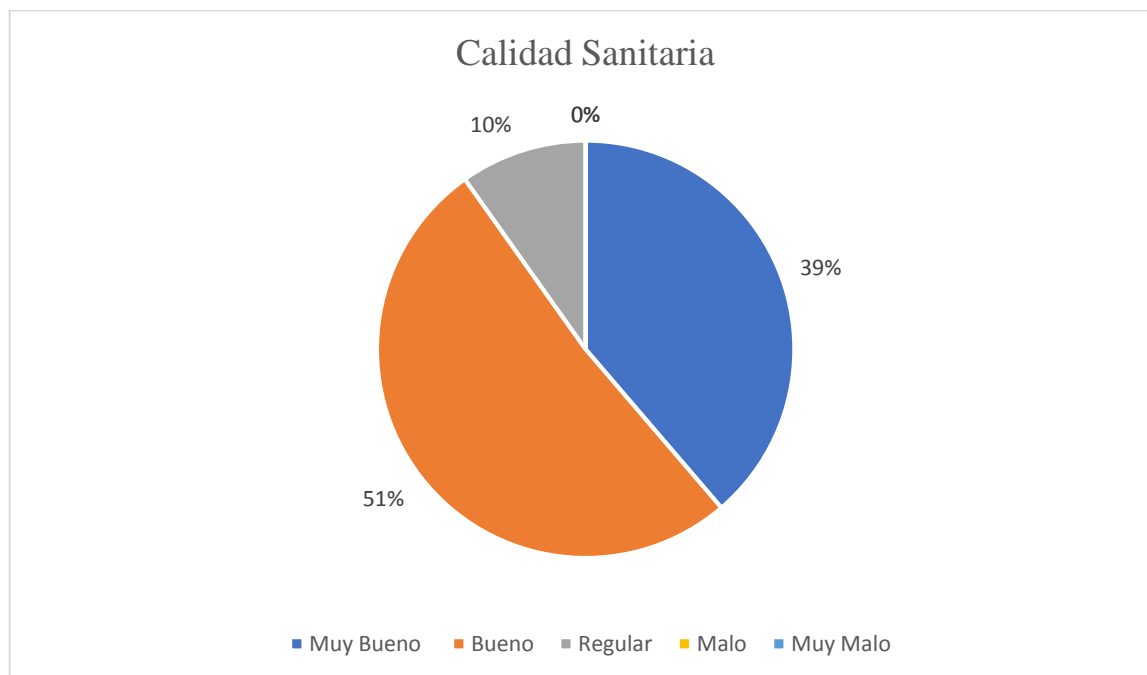
### **Enunciado 16:**

**Tabla 16**

**La calidad de la asistencia sanitaria que usted ha recibido ha sido:**

<b>Alternativas</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Muy Bueno</b>	67	39%
<b>Bueno</b>	89	51%
<b>Regular</b>	17	10%
<b>Malo</b>	0	0
<b>Muy Malo</b>	0	0
<b>Total</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

Gráfico 16



Las estadísticas resultantes muestran que el 36% de los encuestados califica de muy bueno a la calidad sanitaria de las instalaciones, el 51% de los usuarios percibe un buen sistema de sanitización y un 10% da como resultado de una calidad sanitaria regular, no existes indicadores inferiores o graves en relación con la calidad sanitaria.

### **Interpretación:**

Los indicadores que miden la satisfacción con el nivel de calidad sanitaria son positivos, es decir que los usuarios perciben un ambiente adecuado para poder realizar sus trámites sin molestias ni incomodidades.

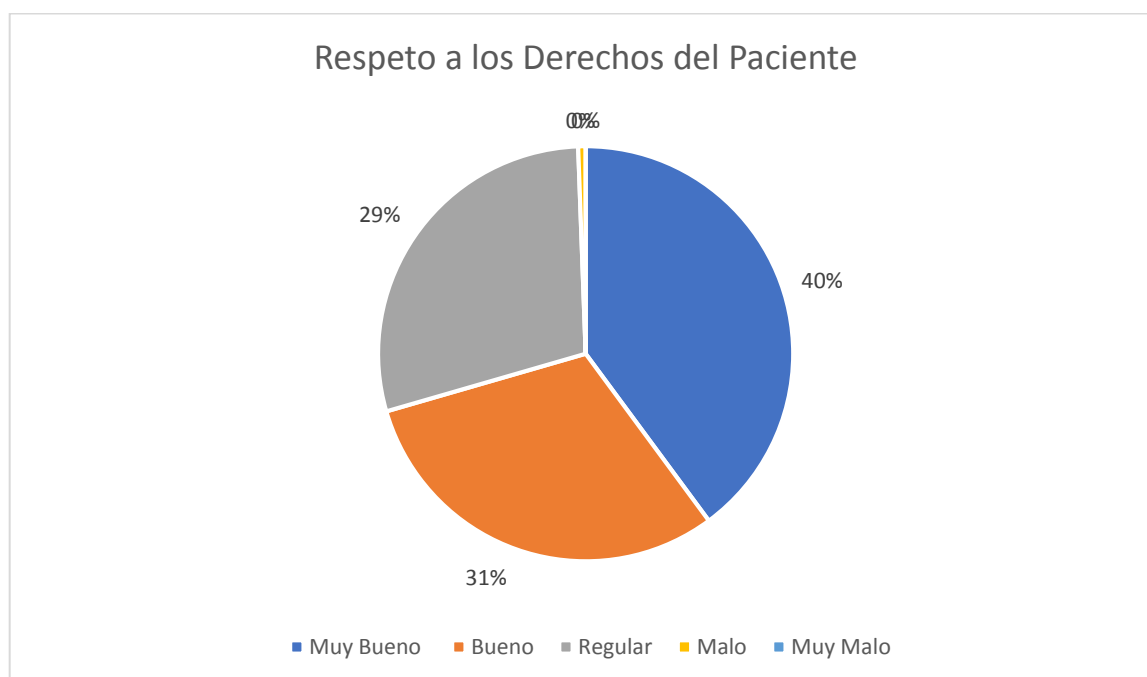
**Enunciado 17:**

Tabla 17

**El respeto a sus derechos como paciente ha sido:**

<b>Alternativas</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Muy Bueno</b>	69	40%
<b>Bueno</b>	53	31%
<b>Regular</b>	50	29%
<b>Malo</b>	1	1%
<b>Muy Malo</b>	0	0
<b>Total</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

Gráfico 17



Las estadísticas resultantes muestran que el 40% de los encuestados califican de muy bueno al respeto de sus derechos como pacientes, el 31% dice que el nivel es de bueno mientras un 29% califica como regular y solo 1% de los encuestados tuvo alguna situación mala, sin tener datos de conflictos.

### **Interpretación:**

Los usuarios del Departamento de Atención a Jubilados muestran un nivel de satisfacción favorable en relación al respeto que se tiene por sus derechos al momento de que se acercan a realizar algún trámite, teniendo como dato adicional que no ha existido ningún conflicto hasta el momento grave.

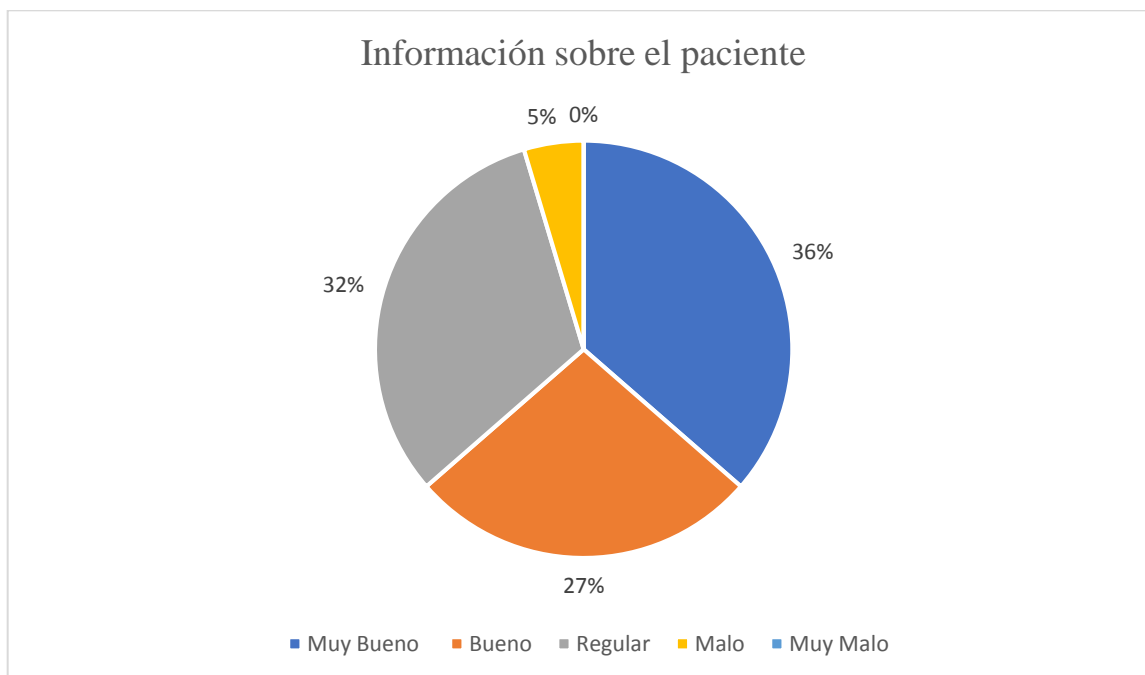
### **Enunciado 18:**

**Tabla 18**

**El modo en el que se le informó sobre su estado de salud ha sido:**

<b>Alternativas</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Muy Bueno</b>	63	36%
<b>Bueno</b>	47	27%
<b>Regular</b>	55	32%
<b>Malo</b>	8	5%
<b>Muy Malo</b>	0	0
<b>Total</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

Gráfico 18



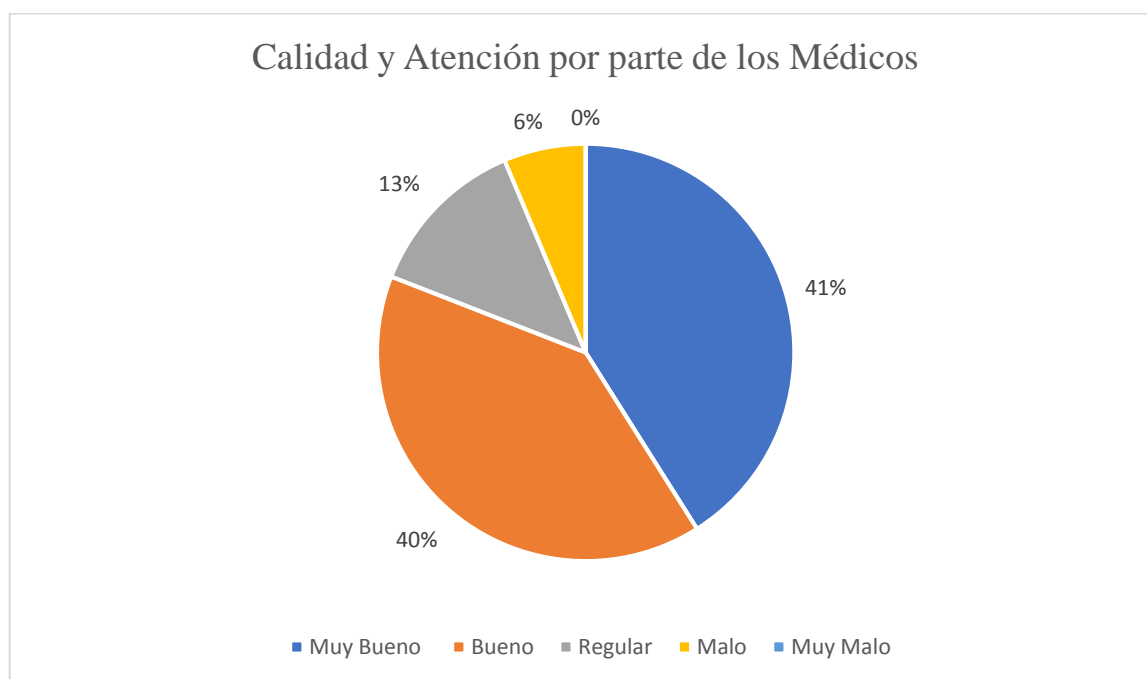
Las estadísticas resultantes muestran que el 36% de los encuestados califica de muy buena la información que recibió, el 27% de los usuarios dijo que es bueno, mientras que el 32% mantiene una posición neutra de regular y un 5% del total dijo que ha sido una mala experiencia al momento de recibir información.

### **Interpretación:**

Los indicadores se mantienen altos en el nivel de satisfacción medio, pero existe un gran porcentaje que está muy de acuerdo con las prácticas por parte de los trabajadores al momento y ha existido pocas situaciones de descontento por parte de los usuarios en relación con la información personal de cada uno de ellos.

**Enunciado 19:****Tabla 19****Su opinión de la calidad y competencia de los médicos es:**

<b>Alternativas</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Muy Bueno</b>	71	41%
<b>Bueno</b>	69	40%
<b>Regular</b>	22	13%
<b>Malo</b>	11	6%
<b>Muy Malo</b>	0	0
<b>Total</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 19**



Las estadísticas resultantes muestran que el 41% de los encuestados calificó como muy buena la atención recibida por parte de los médicos, el 40% dijo que su atención fue buena, 13% dijo que su atención fue regular mientras que el 6% de los encuestados dijo que fue mala y no existe de que haya algún conflicto.

### **Interpretación:**

El porcentaje de muestra favorable en relación al trato que tienen los usuarios con los médicos tratantes, es decir, existe una buena comunicación y buen trato por parte de los médicos, pero existe un porcentaje dentro del grupo que considera que se puede mejorar el tiempo de consulta y otro grupo presentó situaciones que pudieron resolverse en el momento,

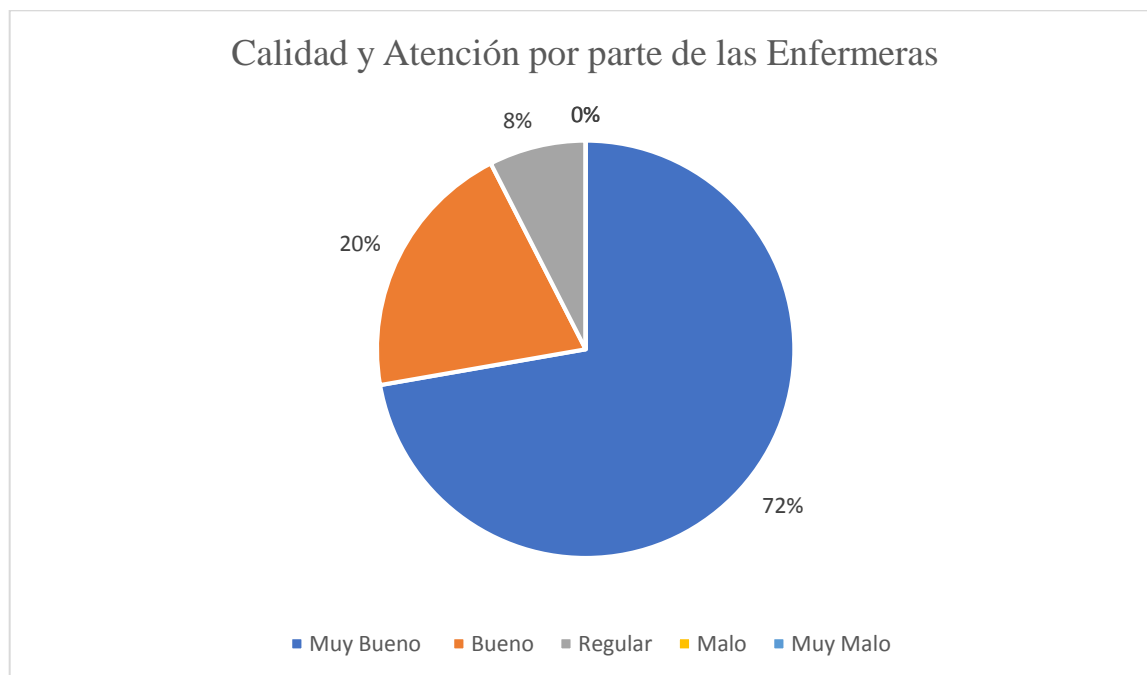
### **Enunciado 20:**

**Tabla 20**

**Su opinión de la calidad y competencia de las enfermeras es:**

<b>Alternativas</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Muy Bueno</b>	125	72%
<b>Bueno</b>	35	20%
<b>Regular</b>	13	8%
<b>Malo</b>	0	0
<b>Muy Malo</b>	0	0
<b>Total</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

Gráfico 20



Las estadísticas resultantes muestran que el 72% de los encuestados se encontró conforme con el trato que tuvo con las enfermeras; mientras que otro 20 % calificó solo de bueno el trato y solo un 8% considera un trato regular.

#### **Interpretación:**

Existe un trato muy cordial y amable que tienen las enfermeras para con los jubilados, el trato es de suma importancia ya que al tratarse de jubilados la edad juega un rol muy importante. Existen situaciones adversas pero que se controlan, pero sin llegar a convertirlos en conflictos laborales.

## **CAPÍTULO V:**

### **PROPUESTA**

#### **Título de la propuesta**

PROGRAMA INTEGRAL DE SERVICIO DE CALIDAD EN EL CENTRO DE ATENCIÓN IEES - URDESA DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

#### **Objetivos de la propuesta**

##### **Objetivo general**

- Definir el correcto proceso de atención al cliente por parte del departamento de Atención a los Jubilados.

##### **Objetivos específicos**

- Elaborar diagramas que permitan delimitar los roles y responsabilidades de los trabajadores del departamento
- Especificar el Plan de Capacitaciones para la fuerza laboral.
- Establecer sanciones y reconocimientos para la fuerza laboral.


#### **Importancia**

A nivel empresarial mantener una atención al cliente toma importancia al momento de medir la productividad que como se especificó en el Marco Teórico se mide por la diferencia del número de salidas y entradas.

La satisfacción de los clientes son la mejor publicidad en la una empresa puede invertir, ya que, esos mismos clientes satisfechos serán los encargados de difundir el mensaje dentro de su círculo social.

## Selección del Perfil del Asistente del Departamento de Atención al Jubilado.

Gráfico 21

	<b><u>UNIDAD DE ATENCIÓN INTEGRAL DEL IESS</u></b>				
		<b><u>PERFIL DE TRABAJO:</u></b> <b><u>ATENCIÓN AL CLIENTE</u></b>			
FECHA: _____	SEDE: URDESA				
<b>1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>					
DENOMINACIÓN: Asistente de Atención	CÓDIGO: 2214				
NIVEL: Operativo	ASIGNACIÓN SALARIAL: \$550.00				
DEPENDENCIA: Departamento de Atención al Jubilado.					
<b>2. OBJETO GENERAL DEL CARGO</b>					
<b>3. REQUISITOS MÍNIMOS</b>					
3.1 FORMACIÓN ACADÉMICA					
3.2 EXPERIENCIA LABORAL					
<b>4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES</b>					
<b>FUNCIONES</b>		<b>PERIODICIDAD</b>	<b>TIPO</b>		
Atención al cliente.					
Atención telefónica.					
Brindar información técnica a los usuarios					
Gestión administrativa de su espacio de trabajo					
Gestión de archivos y documentos.					
Mantener una comunicación asertiva					
Apoyo en las tareas relacionadas con contabilidad, facturación y almacenes.					
Gestión preventiva de los riesgos laborales.					
Reportar a administración.					
Preparación y organización del correcto servicio de atención al cliente					
Limpieza de la zona de trabajo.					
<b>Convenciones</b>	TIPO DE FUNCIÓN	Ejecución (e)	Análisis (a)	Dirección (d)	Control (c)
	PERIODICIDAD	Ocasional (o)	Diaria (d)	Mensual (m)	Trimestral (t)

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
<b>5.1 GENERALES</b>				
1	Adaptación	x		
2	Ambición profesional		x	
3	Análisis	x		
4	Aprendizaje		x	
5	Asertividad	x		
6	Autocontrol	x		
7	Autonomía	x		
8	Creatividad			x
9	Delegación			x
10	Dinamismo		x	
11	Flexibilidad		x	
12	Independencia		x	
13	Iniciativa	x		
14	Integridad	x		
15	Juicio		x	
16	Liderazgo	x		
17	Negociación y conciliación	x		
18	Orientación al servicio	x		
19	Persuasión	x		
20	Planificación y Organización			x
21	Resolución de problemas		x	
22	Sensibilidad interpersonal			x
23	Sociabilidad			x
24	Toma de decisiones			x
25	Trabajo bajo presión			x
26	Trabajo en equipo	x		
<b>5.2 TECNICAS</b>				
1	Atención al detalle	x		
2	Atención al público	x		
3	Autoorganización	x		
4	Comunicación no verbal	x		
5	Comunicación oral y escrita	x		
6	Disciplina	x		
7	Razonamiento numérico	x		
8	Sentido de Urgencia		x	
6. RESPONSABILIDADES		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
a. Bienes y valores: "Equipamientos de Oficina", "Herramientas digitales", entre otros.		x		
b. Información: Contar con la información completa de los procesos a cumplir.		x		
c. Relaciones interpersonales: Mantener siempre una postura profesional dentro de las instalaciones.			x	
d. Dirección y coordinación: Lograr el cumplimiento de las actividades planificadas.		x		

7. REQUERIMIENTOS FÍSICOS Y MENTALES					PORCENTAJE DE LA JORNADA LABORAL			
					0 - 25%	26 - 50%	51 - 75%	76 - 100%
<b>7.1 CARGA FÍSICA</b>								
a. Posición Sedente				x				
b. Posición Bípeda				x				
c. Posturas mantenidas				x				
d. Alternar posiciones			x					
e. Motricidad Gruesa				x				
f. Motricidad Fina				x				
g. Destreza Manual								x
h. Levantamiento y Manejo de Cargas	x							
i. Velocidad de Reacción								x
<b>7.2 CARGA MENTAL</b>								
a. Recibir información oral/escrita								x
b. Producir información oral/escrita								x
c. Análisis de información								x
d. Emitir respuestas rápidas								x
e. Atención								x
f. Concentración								x
j. Habilidad para solucionar problemas						x		
k. Interpretación de signos y símbolos	x							
l. Percepción causa - efecto			x					
m. Valoración de la realidad						x		
<b>7.3 SENSOPERCEPCIÓN</b>								
a. Percepción Visual								x
b. Percepción auditiva								x
c. Percepción gustativa								x
d. Percepción olfatoria						x		
e. Percepción táctil								x
f. Percepción / discriminación de detalles			x					
g. Integración sensorial requerida								x
m. Constancia de la forma			x					
n. Percepción del color								x
o. Planificación motora						x		
<b>8. EXÁMENES OCUPACIONALES DE INGRESO</b>								
<b>TIPO</b>		<b>REQUERIDO</b>	<b>NO REQUERIDO</b>					
a. Exámen Médico		x						
b. Visiometría		x						
c. Audiometría		x						
d. Espirometría		x						
e. Cuadro Hemático			x					
f. Glicemia			x					
g. Frotis de Sangre Periférica			x					
h. Rx de columna		x						

**Fuente:** Elaborado por el Autor.

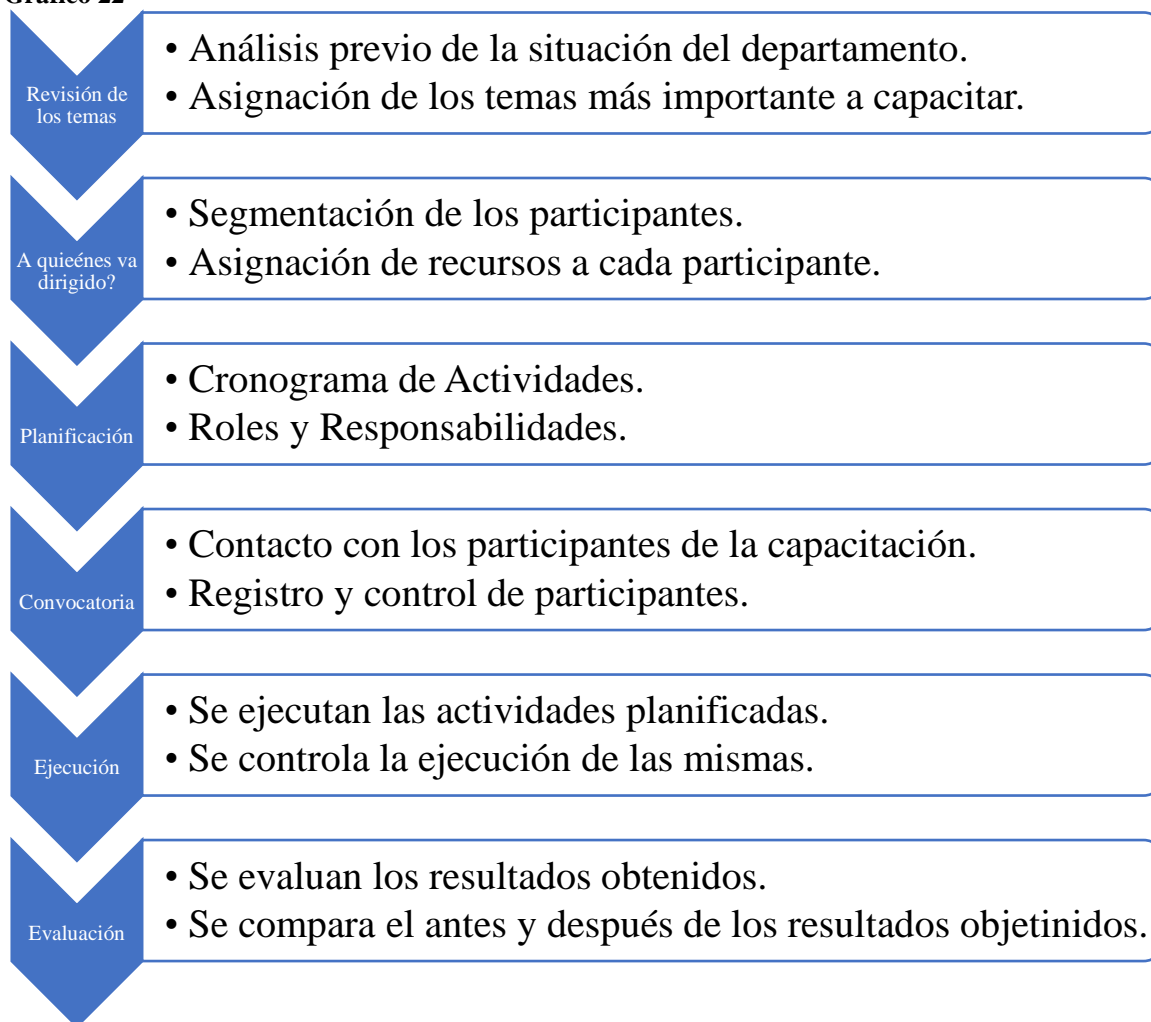
## Diseño del Plan de Capacitaciones

Dentro de las alternativas que se sugieren implementar para mejorar el nivel de satisfacción de los clientes del Departamento de Atención al Jubilado del Centro de Atención Integral del IESS

– Urdesa se presentan las siguientes alternativas:

### Plan de Capacitación a los trabajadores en Atención al Cliente:

Gráfico 22



El presente gráfico demuestra el proceso de capacitación que se debería de implementar contratando una empresa a través de la metodología outsourcing.

## **Sanciones y Reconocimientos**

### **Sanciones Leves:**

- Falta de Limpieza del centro de trabajo que ponga en riesgo la integridad y salud de la fuerza laboral del departamento.
- No elaborar la rendición de cuentas con los superiores sobre las actividades realizadas en los periodos establecidos.
- No comunicar a los jefes inmediatos sobre situaciones adversas a los procesos de atención al cliente.
- Cualquiera que sea la situación que afecte el desempeño de la fuerza laboral del departamento.

### **Sanciones Graves:**

- Incumplir con las obligaciones de integrar la prevención de riesgos laborales dentro de las instalaciones.
- No realizar las evaluaciones médicas solicitadas por la administración para el control de la salud de los trabajadores.
- No comunicar en tiempo y forma a los superiores, conforma a las políticas de la empresa, los incidentes ocurridos y situaciones de conflicto que afecten la integridad de los trabajadores.



## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **Conclusiones**

- Las estadísticas de la investigación aplicadas demuestran que los clientes se encuentran en un nivel de satisfacción bajo que influye de manera negativa en la imagen de la institución.
- El análisis fue enfocado en la satisfacción de los clientes del Centro de Atención Integral del IEES – Urdesa, pero aplicando la técnica de observación se pudo notar que los trabajadores se encuentran preocupados por la situación que atraviesa el mundo con la pandemia del Covid-19
- Es necesario reforzar al área de atención al usuario con un seguimiento y control más minucioso.

### **Recomendaciones**

- Se recomienda a los altos mandos del Centro de Atención Integral del IEES - Urdesa que apliquen la ficha de selección de perfil del asistente de atención al usuario del departamento de atención al jubilado para mejorar la precisión del talento humano al momento de realizar las actividades planificadas por el departamento.
- Se recomienda evaluar de manera periódica la satisfacción de los clientes externos e interno de la Institución, logrando conseguir el levantamiento de información que ayude a generar alternativas de mejora al servicio de atención al cliente.
- Se recomienda a los altos mandos poner en práctica planes de control para el reconocimiento y sanciones a los trabajadores del departamento de Atención al Jubilado .

- **BIBLIOGRAFÍA**

Garcés, H. (2000). *Investigación Científica*. Quito: Abya-Yala.

González, S. K. (2011). *Marketing para*. Bogotá D.C.: Ecoe Ediciones.



Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: Graw Hill / Interamericana Editores S.A. de C.V.

Londoño. (2011). *Atención al Cliente y Gestión de Reclamaciones*. España: Editorial Fundación Confemetal.

Wirtz, L. y. (2009). *Marketing de servicios. Sexta edición*. México: Pearson Educación.

## ANEXOS

## Encuesta de la Investigación

 <b>Encuesta de satisfacción del cliente-usuario en el Centro de Atención Integral IEES de Urdesa</b> 						
<p>Gracias por realizar la Encuesta de satisfacción del cliente. No tardará más de 2 minutos en completarla y nos será de gran ayuda para mejorar nuestros servicios. Los datos que en ella se consignen se tratarán de forma anónima.</p>						
<p>Clasifique su nivel de satisfacción de acuerdo con las siguientes afirmaciones:</p> <p>1 = Muy Malo 2 = Malo 3 = Regular 4 = Bueno 5 = Muy Bueno</p>						
<b>Nociones:</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1. La unidad /servicio realiza la labor esperada						
2. El personal se muestra dispuesto a ayudar a los usuarios						
3. El trato del personal con los usuarios es considerado y amable						
4. El personal da la imagen de estar totalmente cualificado para las tareas que tiene que realizar						
5. Cuando acudo al Servicio/unidad sé que encontraré las mejores soluciones						
6. El personal da una imagen de honestidad y confianza						
7. Cuando acudo al servicio, no tengo problemas en contactar con la persona que puede responder a mis demandas						
8. El servicio /unidad informa de forma clara y comprensible a los usuarios						
9. He tenido la oportunidad de comprobar que el personal cuenta con recursos materiales suficientes para llevar a cabo su trabajo						
10. He podido comprobar que el personal dispone de programas y equipos informáticos adecuados para llevar a cabo su trabajo						
11. He podido comprobar que el personal dispone de medios adecuados de comunicación con otros Servicios de la UCO para facilitar su labor						
12. El Servicio da respuesta rápida a las necesidades y problemas de los usuarios						
13. El Servicio se adapta perfectamente a mis necesidades como usuario						
14. El Servicio ha solucionado satisfactoriamente mis demandas en ocasiones pasadas						
15. He observado mejoras en el funcionamiento general del Servicio en mis distintas visitas al mismo						
16. La calidad de la asistencia sanitaria que usted ha recibido ha sido:						
17. La limpieza del hospital ha sido:						
18. El respeto a sus derechos como paciente ha sido:						
19. La rapidez para resolver sus problemas ha sido:						
20. El modo en el que se le informó sobre su estado de salud ha sido:						
21. Su opinión de la calidad y competencia de los médicos es:						
22. Su opinión de la calidad y competencia de las enfermeras es:						