

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**HUMANÍSTICAS**  
**SECRETARIADO EJECUTIVO GERENCIAL**



**TESIS DE GRADO**

**TEMA:**

**“NORMAS DE CALIDAD DE SERVICIO Y ATENCION AL  
CLIENTE, EN LA ALCALDÍA DEL CANTON LATACUNGA,  
PROVINCIA DE COTOPAXI, EN EL AÑO  
2011-2012.”**

Tesis presentada previa a la obtención del Título de LICENCIATURA EN  
SECRETARIADO EJECUTIVO GERENCIAL.

Autores:

Ana Lucía Gutiérrez Chicaiza

Jesica Marlene PilatasigChaluisa

Director:

Ing. Eliana Nathalie Palma Corrales

Latacunga – Ecuador

Abril, 2013



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**HUMANÍSTICAS**  
**Latacunga – Ecuador**

---

**AUTORIA DE TESIS**

Ana Lucia Gutiérrez Chicaiza y Jessica Marlene Pilatasig Chaluisa estudiantes de la Unidad Académica de ciencias administrativas y humanistas, de la Universidad Técnica de Cotopaxi, declaramos de forma libre y voluntaria que la presenta investigación y elaboración de la tesis que versa: **“NORMAS DE CALIDAD DE SERVICIO Y ATENCION AL CLIENTE, EN LA ALCADÍA DEL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, EN EL AÑO 2011-2012.”**, así como las expresiones vertidas en la misma son de autoría de las comparecientes quienes lo hemos realizado en base a recopilación bibliográfica de la legislación ecuatoriana e internacional y del mismo modo las consultas realizadas en el internet.

En consecuencia asumimos la responsabilidad de la originalidad de la misma y el cuidado respectivo a remitirse a las fuentes bibliográficas respectivamente citadas para fundamentar el contenido expuesto.

Atentamente,

Ana Lucía Gutiérrez Chicaiza  
C.I.: 050324897-3

Jesica Marlene PilatasigChaluisa  
C.I.: 050364523-6



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**HUMANÍSTICAS**  
**Latacunga – Ecuador**

---

**AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS**

En calidad de Director de Trabajo de Investigación sobre el tema: **“NORMAS DE CALIDAD DE SERVICIO Y ATENCION AL CLIENTE, EN LA ALCADÍA DEL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, EN EL AÑO 2011-2012.”**, de Gutiérrez Chicaiza Ana Lucia y Pilatasig Chaluisa Jessica Marlene, egresadas de Secretariado Ejecutivo Gerencial, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos siguientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Tesis que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y Calificación.

Latacunga, Septiembre del 2012

Ing. Eliana Nathalie Palma Corrales

C.I: 0503032351

**TUTORA**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**HUMANÍSTICAS**  
**Latacunga – Ecuador**

---

**APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, los postulantes: Ana Lucía Gutiérrez Chicaiza y Jesica Marlene Pilatasig Chaluisa. Con el título de tesis: **“Normas de Calidad de Servicio y Atención al Cliente en la Alcaldía del Cantón Latacunga Provincia de Cotopaxi en el año 2011-2012”**. Han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, 26 de Marzo del 2013

Para constancia firman:

.....  
Ing. Yadira Borja  
PRESIDENTE

.....  
Ing. Mathuis Mendoza  
MIEMBRO

.....  
Lic. Martha Cueva  
OPOSITOR

### **AGRADECIMIENTO**

*Agradezco a Dios, a mis Padres y a mi hija por su apoyo incondicional y por su confianza, las mismas que permitieron desarrollar mi carrera.*

*Del mismo modo un agradecimiento muy especial a mi alma mater, que me abrió las puertas hacia el éxito formándome como un profesional íntegro y de calidad.*

*Ana Lucía Gutiérrez*

### **DEDICATORIA**

*La presente investigación desarrollo y ejecución del mismo va dedicada hacia la Alcaldía del Cantón Latacunga, quienes sin reparo alguno ayudaron de una u otra manera y aquí está presente.*

*A mis padres, quienes me apoyaron incondicionalmente.*

*A la Ing. Eliana Palma maestra tutora de tesis por ser quien nos dirigió en este camino, en si dedico este trabajo a todas las personas que confiaron en mi para la realización de este trabajo.*

*Ana Lucía Gutiérrez*

### **AGRADECIMIENTO**

*Antes que a todos quiero agradecer a Dios por darme la fortaleza en los momentos de flaqueza por estar a mi lado y permitirme caminar con su sabiduría.*

*Un agradecimiento muy especial a todos los maestros que me guiaron para un buen aprendizaje y ser una mejor persona.*

*Jessica Marlene Pilatasig*

### **DEDICATORIA**

*Quiero dedicar este trabajo a mi familia, a mi Padres, por sus sabios consejos y estar ahí en los momentos en que ya daba un paso atrás.*

*A mis hermanos es especial a Laidy, quien me acompaño en esas horas de madrugada y estar ahí cuando ya no daba más es por esto y muchas cosas más que sin expresarlo son mi apoyo y mi fuerte para vencer cualquier obstáculo que se me presente.*

*Jessica Marlene Pilatasig*

## ÍNDICE

<b>TEMA</b>	<b>PÁGINA</b>
Portada .....	i
Autoría.....	ii
Aval del Director de Tesis.....	iii
Aprobación del Tribunal de Grado .....	iv
Agradecimiento .....	v
Dedicatoria .....	vi
Agradecimiento .....	vii
Dedicatoria .....	viii
Resumen .....	xvi
Abstract .....	xvii

## CAPÍTULO I

<b>TEMA</b>	<b>PÁGINA</b>
Introducción. ....	1
1. Fundamentación Teórica.....	3
1.1 Antecedentes .....	3
1.2 Categorías Fundamentales .....	5
1.3 Marco Teórico.....	5

1.3.1Gestión Administrativa .....	5
1.3.1.1 Propósito de la Gestión Administrativa .....	7
1.3.1.2 Evolución .....	7
1.3.1.3 Origen .....	7
1.3.1.4 Características de la Gestión Administrativa .....	8
1.3.2.Marketing .....	9
1.3.2.1 Definición .....	9
1.3.2.2 Marketing Relacional .....	10
1.3.3 Relaciones Sociales .....	12
1.3.4 Normas de Calidad de Servicio y Atención al Cliente .....	13
1.3.4.1 Definición .....	13
1.3.4.2 Servicio y Atención al Cliente .....	14
1.3.4.3 Importancia del Servicio al Cliente .....	15
1.3.4.4 Las Características de las Normas de Calidad .....	16
1.3.4.5 Tipos de Atención .....	16
1.3.4.6 Fidelidad de los Clientes .....	17
1.3.5 Normas ISO .....	18

## CAPÍTULO II

<b>TEMA</b>	<b>PÁGINA</b>
2. Caracterización de la Institución .....	20
2.1 Misión .....	23
2.2 Visión .....	23
2.3 Valores Institucionales .....	24

2.3.1 Políticas Municipales Generales .....	25
2.4 Análisis FODA .....	27
2.5 Organigrama Estructural .....	29
2.6 Diseño Metodológico .....	33
2.6.1 Tipos de Investigación .....	33
2.6.1.1 Investigación Descriptiva .....	33
2.7 Metodología .....	33
2.7.1 No Experimental .....	33
2.8 Unidad de Estudio .....	34
2.9 Métodos y Técnicas .....	36
2.9.1 Método de Investigación .....	36
2.9.1.1 Método Deductivo .....	36
2.9.1.2 Método Inductivo .....	36
2.9.2 Técnicas de Investigación .....	37
2.9.2.1 La Observación .....	37
2.9.2.2 La Entrevista .....	37
2.9.2.3 La Encuesta .....	37
2.9.2.4 Instrumento .....	38
2.9.2.5 Cuestionario .....	38
2.10 Análisis e Interpretación de Resultados .....	39
2.10.1 Análisis de la entrevista aplicada a la secretaria .....	49
2.10.2 Análisis e interpretación de la Encuesta a los Usuarios .....	49
2.10.3 Análisis de la Ficha de Observación .....	50
2.11 Comprobación de las preguntas directrices .....	52
2.11.1 Conclusiones y Recomendaciones .....	53

## CAPÍTULO III

TEMA	PÁGINA
3. Diseño de la Propuesta .....	55
3.1 Antecedentes .....	56
3.2 Justificación.....	57
3.3 Objetivos .....	59
3.3.1 Objetivo General .....	59
3.3.1.1 Objetivos Específicos.....	59
3.4 Propuesta.....	60
3.4 Desarrollo de la Propuesta .....	67
3.4.1 Normas de Calidad de Servicio y Atención al Cliente.....	67
3.4.1.1 Incrementar dos días de Atención .....	67
3.4.1.2 Aumento de horas por lo menos 8 horas .....	67
3.4.1.3 Entregar 40 cupos en la mañana y en la Tarde .....	68
3.4.1.4 Un Uniforme Adecuado .....	68
3.4.1.5 Ayuda de un Guardia de Seguridad .....	69
3.4.1.6 Tener dialogo personalmente con el Alcalde .....	70
3.4.1.7 El Secretariado se Capacite Permanentemente .....	71
3.4.1.8 Control de Registros.....	73
3.4.1.9 Control de Documentos .....	74
3.5 Calidad en la Atención al Cliente .....	76
3.5.1 Principio de Calidad de Servicio y Atención al Cliente.....	77
3.5.1.1 Principios de Gestión de Calidad .....	77

3.5.1.2 Planificación de la Atención al Cliente .....	78
3.5.1.3 Fases de la planificación de Atención al Cliente .....	79
3.5.1.4 Etapas de la Organización de Atención al Cliente .....	79
3.5.1.5 El Triángulo del Servicio y Atención al Cliente .....	80
3.5.1.6 Procesos de Servicio y Atención al Cliente .....	81
3.5.1.7 Elementos Claves en la Organización de Atención al Cliente .....	82
3.5.1.8 Potencial para el Trato con Clientes.....	83
3.5.1.9 Organización Orientada hacia el Servicio al Cliente .....	83
3.6.2.1 Satisfacción del Cliente .....	84
3.6.2.2 Medición de la Satisfacción del Cliente .....	85
3.6.2.3 Como se Construye la Calidad en la Institución .....	86
3.6.2.4 Condiciones Propicias para un Servicio de Calidad .....	87
3.6.2.5 Propósitos del Sistema de Gestión de Calidad de Servicio.....	87
3.6.2.6 Reglas Importantes de Servicio y Atención .....	88
3.7 Tipos de Comunicación.....	89
3.7.1 Comunicación Verbal.....	89
3.7.1.1 Comunicación no Verbal.....	91
3.7.2 Los Diez Mandamientos para Atender al Cliente .....	93
3.7.2.1 Elementos del Servicio y Atención al Cliente.....	95
3.7.2.2 Factores que Afectan el Servicio y la Atención .....	95
3.7.2.3 Influencia de las Relaciones Humanas .....	97
3.7.2.4 Propuesta para Tipos de Clientes .....	99
3.8 Atención al Público .....	100
3.8.1 El Servicio en el Futuro.....	101
3.9 Normas ISO.....	101
Conclusiones .....	103

Recomendaciones.....	104
Bibliografía .....	105

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1; Categorías Fundamentales .....	5
Tabla N° 2; Análisis Foda .....	28
Tabla N°3: Población .....	35
Tabla N°4: Trabajo de los Directivos de la Institución .....	39
Tabla N°5: Actitud de los Directivos con los Usuarios.....	40
Tabla N°6: Capacidad que tiene la Secretaria .....	41
Tabla N°7: Relación entre la Secretaria y el Usuario.....	42
Tabla N°8: Le Gusta Permanecer en la Institución .....	43
Tabla N°9: La Institución Brinda Apoyo a los Usuarios.....	44
Tabla N°10: Suelen Acudir Periódicamente a la Alcaldía .....	45
Tabla N°11: Se Resuelven Conflictos Mediante Diálogos .....	46
Tabla N°12: Las Instalaciones son Seguras .....	47
Tabla N°13: Servicios Básicos .....	48
Tabla N°14 Incrementar dos Días .....	67
Tabla N°15: Aumento de Horas .....	67
Tabla N°16: Uniforme Adecuado.....	68
Tabla N°17: Ejemplo de Control de Registros .....	72

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1: Trabajo de los Directivos de la Institución .....	39
Gráfico N°2: Actitud de los Directivos con los Usuarios .....	40
Gráfico N°3: Capacidad que tiene la Secretaria.....	41
Gráfico N°4: Relación entre la Secretaria y el Usuario .....	42
Gráfico N°5: Le Gusta Permanecer en la Institución.....	43
Gráfico N°6: La Institución Brinda Apoyo a los Usuarios .....	44
Gráfico N°7: Suelen Acudir Periódicamente a la Alcaldía .....	45
Gráfico N°8: Se Resuelven Conflictos Mediante Diálogos .....	46
Gráfico N°9: Las Instalaciones son Seguras .....	47
Gráfico N°10: Servicios Básicos .....	48
Gráfico N°11: Guardia de Seguridad .....	69
Gráfico N°12: Dialogo Personalmente con el Alcalde .....	70
Gráfico N°13: Secretariado se Capacite.....	71
Gráfico N°14: Control de Registros.....	73
Gráfico N°15 Proceso de Control de Documentos .....	74
Gráfico N°16: El Triángulo del Servicio .....	80
Gráfico N°17: Proceso de Servicios y Atención al Cliente .....	81
Gráfico N°18: Elementos Claves en la Organización de Atención .....	82
Gráfico N°19: Satisfacción del Cliente .....	84
Gráfico N°20: Tipos de Métodos .....	85
Gráfico N°21: Modelo de Gestión .....	92
Gráfico N°22: Elementos del Servicio y Atención .....	95
Gráfico N°23: Atención al Público .....	100



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

## UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Latacunga – Ecuador

---

**TEMA:** “Normas de calidad de Servicio y Atención al Cliente”

**Autoras:** Gutiérrez Chicaiza Ana Lucía y Pilatasig Chaluisa Jesica Marlene

### RESUMEN

La presente investigación fue realizada en la Alcaldía del Cantón Latacunga, está ubicada en la Avenida Calle San Vicente Mártir, General Manuel Maldonado y Sánchez de Orellana frente al Parque Vicente León, es una prestigiosa Institución que lucha por el bienestar de la colectividad, en especial de aquellas personas que necesitan mejorar la calidad de vida. El Señor Alcalde busca de forma constante gestionar por el bienestar de la sociedad, por lo cual la misma trata de cumplir con la exigencias de sus usuarios.

Las Normas de Calidad de Servicio y Atención al Cliente, se ha desarrollado con la finalidad de satisfacer las necesidades de los usuarios que llegan a la Alcaldía a solicitar la ayuda para un buen vivir, a la secretaria que tiene relación directa con el cliente, con el propósito de mejorar la atención que se proporciona al usuario; estas normas ayudan a ampliar los conocimientos, tomando en cuenta el recurso humano y las necesidades del mismo. Para cumplir con la investigación desarrollada, se ha utilizado técnicas como la observación y la encuesta, con su respectivo análisis e interpretación de resultados obtenidos, para de esta forma rescatar el problema existente para tener un amplio conocimiento y aplicación de cómo atender a un cliente.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**HUMANÍSTICAS**  
**Latacunga – Ecuador**

---

**Theme:** "Quality Standards and Customer Service"

**Authors:** Gutierrez Chicaiza Ana Lucia y Pilatasig Chaluisa Jesica Marlene

**ABSTRACT**

The present investigative work was made in Latacunga Canton, it is located at San Vicente Mártir avenue and council General Manuel Maldonado and Sanchez de Orellana streets in front of Vicente Leon park, is a relevant institution struggle for the community welfare, especially to those people who need to improve the quality of life. The mayor seeks manner constantly to manage the welfare of the society, which it is to meet the demands its users.

Standards of Quality and Service Customes to have been developed in order to satisfy the needs of them who come to the council for asking help for a better life style the secretary who has direct relationship with the customer, in order to improve the attention that is provided to them these standards help them expanding knowledge, taking into account the human resource and their needs. To perform research's developed has been used the observation and survey as techniques, its respective analysis and interpretation results obtained, this way rescues the existing problem to have an extensive knowledge and aplynces about to meet something.

## INTRODUCCIÓN

Alcanzar el buen vivir de todas y todos los ecuatorianos es el principal objetivo del Gobierno Nacional, es por eso que ha propuesto al país un replanteamiento del viejo paradigma del “desarrollo” entendido como progreso y crecimiento económico. Desde la perspectiva del Buen Vivir el ser humano constituye el motivo y el fin de la acción pública en procura de alcanzar una vida en armonía entre los seres humanos y la naturaleza.

Para alcanzar el Buen Vivir es indispensable la transformación del Estado como un actor fundamental del cambio, garante de la distribución y provisión universal de un conjunto de bienes y servicios públicos destinados a asegurar la vigencia de los derechos fundamentales de las personas.

Todos estos son conceptos que recogen cada uno de los ecuatorianos, y se desenvuelven en un marco de respeto y consideración peor aún para cada uno de los Alcaldes de las diferentes Provincias, la atención al usuario es un mal común que en ciertos casos se le toma como mera referencia, esto se ha venido cambiando con el pasar de los años, por lo que en el presente trabajo mereceremos más atención en el cliente que somos todos los usuarios.

Más aún por parte de la secretaria quien es el enlace entre el Señor Alcalde y toda la ciudadanía, la cual hace un uso de lenguaje corporal y hablado para realizar esta dura tarea, esa persona es como el cliente de éxito que se preocupa primero por el cliente, y luego por los servicios que presta la Alcaldía, la misma que es la casa de todos.

Para lograr un servicio de calidad es deber de las autoridades capacitar tanto al personal que interactúa con los clientes así como los que no ya que nosotros mismos nos convertimos en ambos actores y usuarios, satisfaciendo nuestros propios sinsabores.

La presente Investigación se enmarca en varios capítulos detallándolos en síntesis.

Capítulo I.- Se detalla como fuente de investigación mostrando todo lo que se refiere a teoría de nuestra investigación, se utiliza la técnica de recopilación de información vía internet y mediante libros. Marco Teórico, es un sustento que está basado en las categorías fundamentales.

Capítulo II.- Por medio de la investigación realizada a los usuarios que acuden a la Alcaldía mediante las técnicas de la encuesta y la observación: se pudo constatar de qué forma brindan la atención a los usuarios. Haremos un resumen detallado del funcionamiento de la Alcaldía y su Historia Institucional, análisis FODA, Organigrama Estructural, Diseño Metodológico, Unidad de Estudio, Métodos y Técnica, Técnicas de Investigación, Análisis e Interpretación de Resultados.

Capítulo III.- Este capítulo nos muestra la propuesta con la que estamos trabajando y con lo planificado para el éxito.

Se ubica el diseño de la propuesta, antecedentes, justificación, objetivos, diseño de la propuesta **“NORMAS DE CALIDAD DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA ALCALDÍA DEL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL AÑO 2011-2012.”** Se enfocan esencialmente a dar respuestas a los problemas más emergentes de la investigación.

Por último se dará a conocer las conclusiones y recomendaciones con resultados positivos que se ha logrado obtener con la atención al cliente.

# CAPÍTULO I

## 1. Fundamentación Teórica

### *1.1 Antecedentes*

Desde el principio de los tiempos, los seres humanos se reunían y compartían sus bienes, beneficiando de este modo a su clan o grupo familiar. Los excelentes servicios podían ser intercambiados entre pueblos y sociedades, de este modo se crea un servicio en si como todo los servicios ayudan a satisfacer las necesidades de todas las personas, de modo que todo salían ganando.

La cultura de servicios, se debe partir reconociendo que como consecuencia de que las organizaciones, en su evolución histórica, hayan adoptado una filosofía orientada hacia el cliente y en busca de satisfacer plenamente todas su necesidades se ha recurrido a distintos método comparativos fundamentalmente dentro de la institución llegando hoy a pensarse que el cliente en el mayor activo y parte fundamental de la Institución.

Con el paso del tiempo, cada individuo fue experimentándose y especializándose en tareas diferentes, llegando incluso a involucrar al resto de la familia, aparece por tanto la aparición las normas de calidad atención al cliente, creándose de este modo los distintos oficios y un perfeccionamiento de los servicios a los clientes creados.

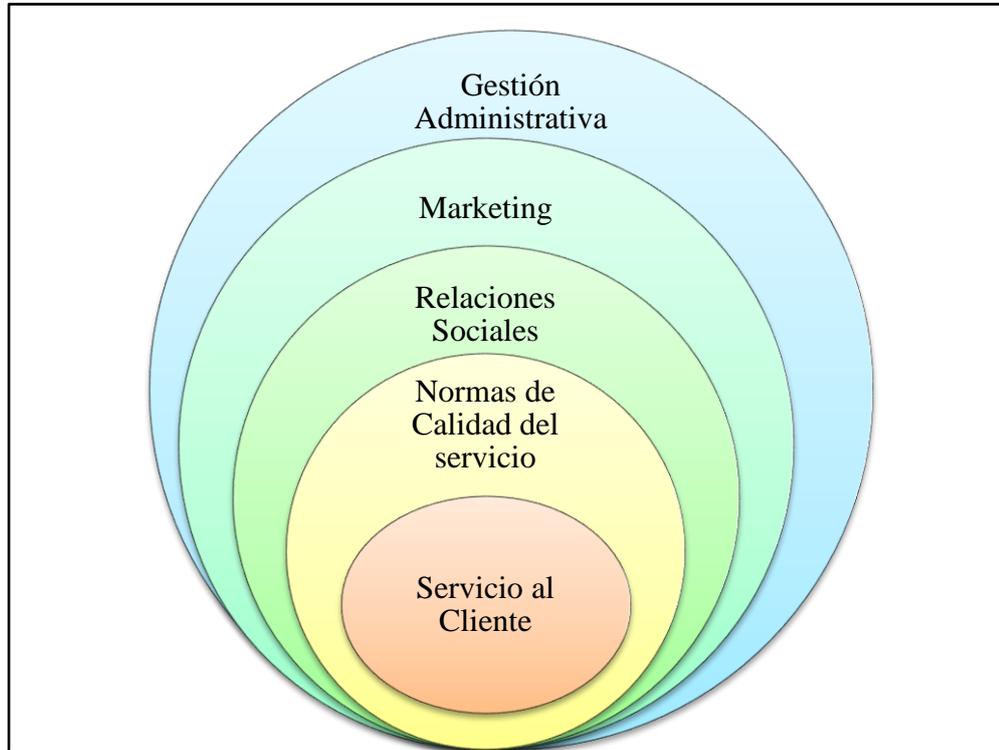
Las normas que se aplicaran en la Alcaldía de Cantón Latacunga servirán para que el personal que labora en ella tenga una buena comunicación con los usuarios que todos los días requieren los servicios de esta institución.

En la ciudad de Latacunga existe un problema como la mala información a los clientes como en la Alcaldía del Cantón Latacunga, es por eso que hemos decidido plantear estas normas de calidad de servicio y atención al cliente ya que día a día todos los ciudadanos requerimos de estos servicios tan indispensables por lo tanto se requiere de una buena atención ya que el usuario es la persona más importante de toda Institución.

Sólo cuando los líderes de una organización tocan profundamente el espíritu humano y desafían e inspiran a los seres humanos hacia los mayores logros, es posible superar todas las barreras y obstáculos.

## ***1.2 Categorías Fundamentales***

Tabla N° 1: CATEGORÍAS FUNDAMENTALES



*Fuente: Propia*  
*Elaborado por: Las Investigadoras.*

## **1.3 Marco Teórico**

### ***1.3.1 Gestión Administrativa***

En si es el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que trabajando en grupos los individuos cumplen eficientemente objetivos específicos que se realiza para la consecución de algo o la tramitación de un asunto, es acción y efecto de administrar, alcanzar y evaluar sus propósitos con el adecuado uso de los recursos disponibles, es coordinar todos los recursos disponibles para conseguir determinados objetivos.

Según, TERRY, George; Gestión Administrativa Pag.1, 2008. Es un proceso distintivo que consiste en planear, organizar, ejecutar y controlar, desempeñada mente para determinar y lograr objetivos manifestados mediante el uso de seres humanos y de otros recursos.

Según, CHIAVENATO, Idalberto; Gestión Administrativa Pág. 1, año 2009. Es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales.

Según, FAYOL, Henry, Operativamente la Gestión Administrativa Pág. 6, año 2008. Diciendo que la misma consiste en "proveer, organizar, mandar, coordinar y controlar" además consideró que era el arte de manejar a los hombres.

Según las investigadoras, se definen que la Gestión Administrativa es un proceso muy importante para los seres humanos que cumplen con los objetivos de dar un excelente servicios a los usuarios en la Alcaldía del Cantón Latacunga.

Si nos enfocamos en la aplicación del concepto de gestión para llevar a cabo las actividades de una empresa, es importante destacar que por lo general, el mismo suele tener mucha más aplicación de las normas de calidad de servicios y atención al cliente en las Institución públicas que son más conocidas como el sector público Institucional.

De todas formas debemos decir que las Institución que le pertenecen al sector público, es decir, aquellas que son propiedad del estado, también suelen tener buenos modelos de gestión, pero los mismos suelen independizarse bastante de lo que es el concepto de gestión más técnico.

Y es aquí en donde radica la diferencia más grande, ya que el sector privado, aplicando el concepto de gestión en el desarrollo de sus actividades obtiene muchas más ganancias que una Institución correspondiente al sector público, es por ello que es importante considerar la tecnicidad del concepto de gestión como parte de la gestión Institucional.

### ***1.3.1.1 Propósitos de la Gestión Administrativa.***

- Dar soporte en la planificación y control de las actividades Institucionales.
- Gestionar el sistema de información.
- Detectar y anticipar las necesidades de financiación de la Institución y a su vez seleccionar la combinación de fuentes de financiación que permitan satisfacer las mismas de la forma más eficiente.
- Analizar desde el punto de vista administrativo las decisiones de la Establecimiento en cuanto a: políticas, presupuestos, propuestas, etc.

### ***1.3.1.2 Evolución.***

La toma de decisiones y la ejecución se convierten en los fundamentos administrativos de la edad antigua, como lo demuestra en el nuevo testamento, esta como la forma de manejar los asuntos en la antigua Grecia, Egipto, Roma y China, en donde se encontraron vestigios del proceso administrativo.

Se pueden apreciar signos evidentes de nacionalización administrativa y dirección. Algunos tratados revelan las direcciones de propiedades y las obligaciones funcionales administrativas. Hubo una notable evolución de las ideas administrativas.

### ***1.3.1.3 Origen.***

La administración y las organizaciones son servicios de su momento y su contexto histórico y social, por tanto, la evolución de la gestión administrativa se entiende en términos de cómo han resuelto las personas las cuestiones de sus relaciones en momentos concretos de la historia que viene formando la gestión administrativas.

Según las investigadoras en este ámbito, el problema de la Gestión Administrativa debe ser llevado en tal forma que no afecte los derechos fundamentales de los trabajadores, el empleador, se encuentra limitado por el sentido social que tiene el trabajo adecuado.

#### ***1.3.1.4 Características de la gestión Administrativa.***

Existen cuatro modelos importantes que están relacionados con la gestión administrativa, sin ellos es imposible hablar de gestión administrativa.

##### ***Planeación.***

La cual implica que los encargados piensan con antelación las metas y acciones a tomar, los mismo que se basan en algún método, alguna corazonada o sencillamente utilizando la lógica.

##### ***Organización.***

Son sistemas sociales diseñados para lograr metas y cumplir con objetivos por medio de los recursos humanos, en si se trata de distribuir el trabajo, el tiempo, la autoridad y los recursos.

##### ***Ejecución.***

Dirigir implica realizar un trabajo influyendo en el talento humano con motivación para que estos a su vez realicen las tareas esenciales del objetivo en común.

##### ***Control.***

Si se cumple con las anteriores el control es solamente una añadidura sencilla ya que en este se verá reflejado las actividades planificadas, es decir el encargado tiene que ser consciente de las capacidades intelectuales y de colaboración de cada

uno de los empleados y así delegar funciones los cuales les llevará a cumplir con las metas establecidas en la Institución.

### ***1.3.2 Marketing***

#### ***1.3.2.1 Definición.***

Partiremos de la siguiente definición de marketing: “conjunto de actividades que tratan de organizar la comunicación y el intercambio entre el servicio de calidad de atención al cliente.

Desde que el hombre existe se han producido numerosas relaciones de intercambio, desde las más simples, como el trueque, hasta las más complejas de hoy en día. Pero al mismo tiempo que evolucionaban estas relaciones el término marketing también lo hacía.

A finales de la década de los 70, el marketing estaba relacionado con las Instituciones de modo que su definición se limitaba a las relaciones de intercambio que se producían en el mercado. Es decir, se limitaba a la idea de las transacciones de servicios.

A principios de 1969 Kotler y Levy proponen una nueva corriente de pensamiento que pretendía ampliar el marco de acción del marketing a todo tipo de organizaciones, con fines o no de lucro. De modo que el término marketing necesitaba un cambio. Lo que trataban de proponer es que el marketing no sólo se limitara a las transacciones de tipo comerciales, es decir, al intercambio de servicios, sino que se incluyeran los intercambios de cualquier entidad de total, tales como los sentimientos, las ideas, etc.

Pero ha sido en los últimos años cuando ha surgido una nueva idea, la preocupación por el bienestar social, de modo que la nueva definición de marketing es un mecanismo económico y social a través del cual los individuos

ven satisfechos sus necesidades y deseos, a través de la creación y el intercambio de servicios y atención al cliente.

### ***1.3.2.2 Marketing Relacional.***

El marketing que se utiliza en la investigación es el marketing relacional para mantener una relación estrecha y beneficiosa con los clientes es uno de los fundamentos del marketing relacional. Este habla sobre uno de los tipos de marketing más importantes de pleno contacto con el cliente y un sistema total de actividades que incluye un conjunto de procesos mediante los cuales, se identifican las necesidades o deseos de los consumidores o clientes para luego satisfacerlos de la mejor manera posible al promover el intercambio de servicios de valor con ellos, a cambio de una utilidad o beneficio para la Institución u organización.

Según, JEROME, Carthy; Del libro: El marketing de Philip Kotler, Pág. 58, año 2008. “El marketing es la realización de aquellas actividades que tienen por objeto cumplir las metas de una organización, al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y al encauzar un flujo de mercancías aptas a las necesidades y los servicios que el productor presta al cliente”.

Según, STANTON, Etzel, del libro Fundamentos de marketing, Pág. 7, año 2007. “El marketing es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precios, promover y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización”.

Según las Investigadoras, se define el Marketing es la realización de aquellas actividades que tienen por objeto cumplir las metas de una organización, al anticiparse a los requerimientos de los usuarios.

***Marketing relacional, se puede mejorar lo alcanzado.***

En las últimas décadas se han hecho algunos estudios alrededor de la importancia y el impacto de los programas de marketing relacional. Mucho se ha hablado de que el costo de adquirir un nuevo cliente es mayor que el hecho de retener los que tenemos. Se insiste en cambiar las estrategias de servicios simplemente transaccionales por otras en las que se involucre más a los clientes.

Encontramos como objetivos indiscutibles la fidelización y el aumento de la satisfacción de la base de clientes. Sin embargo el éxito alcanzado por algunos de estos programas para algunas Institución ha sido escaso o nulo.

***Resulta factible y rentable una estrategia de marketing relacional en mi situación.***

A lo mejor mi demanda está tan concentrada que mal haría en desperdiciar recursos implementando una herramienta de este tipo o bien la información que podría levantar de un programa no agregaría valor a la oferta.

***Qué clientes apreciarán este tipo de estrategias.***

Dentro de toda base de clientes hay algunos que no quieren ser identificados y que incluso estrategias como éstas podrían deteriorar la relación con el cliente y destrozar valor para la compañía.

***Qué intensidad tendrán en un inicio las estrategias de marketing relacional.***

Tendremos que medir en qué etapa del marketing relacional nos encontramos y determinar a dónde queremos llegar en el mediano y largo plazo. Por lo tanto conviene tener en cuenta que el marketing relacional no es un camino que sea apropiado para todo tipo de Institución y que los frutos no son temporales sino que se dan paulatinamente junto con el avance del programa.

### ***1.3.3 Relaciones Sociales***

En tanto, las relaciones sociales son aquellas interacciones sociales que se encuentran reguladas por normas sociales entre dos o más personas, presentando cada una de ellas una posición social y desplegando un papel social.

Las relaciones sociales, interpersonales, de alguna manera, establecen las pautas de la cultura de grupo y su transmisión a través del proceso de socialización, fomentando la percepción, la motivación, el aprendizaje y las creencias.

El vivir en sociedad implica llevar a cabo un proceso, por el cual el individuo tome elementos socioculturales de su ambiente y los integre a su personalidad, para adaptarse en la sociedad que vive, las personas son las responsables de otorgar significado particular a estas características psicosociales, las cuales constituyen, a su vez, el contexto en el cual ocurren las relaciones sociales, estos fenómenos permiten a los jóvenes practicar habilidades de interacción social que les serán de utilidad en su vida adulta, para establecer relaciones cercanas, comunicarse adecuadamente con otras personas, solucionar los conflictos y aumentar la confianza en los otros.

En si es una relación entre dos personas para el convivir diario, los cuales están reguladas por normas sociales, teniendo cada una un papel importante en la relación.

Lo que nos hace pensar que cada vez y cuando esto está deteriorándose, por que las relaciones sociales que teníamos en los años 80 por ejemplo, en donde se hacía costumbre un saludo afectuoso hemos llegado a un sencillo apretón de manos entre personas desconocidas, porque cada vez que realizas este acto no sabemos que está pensando el otro individuo.

Sin embargo, la juventud actual está perdiendo sociabilidad al acostumbrarse al uso de celulares e internet para comunicarse, donde cada nueva generación recibe un computador incluso celular a edades cada vez más tempranas.

Según, SALLAN, Gairin; Relaciones Sociales Pág. 6, año 2009. “Las personas son las responsables de otorgar significado particular a estas características psicosociales, las cuales constituyen, a su vez, el contexto en el cual ocurren las relaciones sociales”.

Según, GARCÍA, Fernández; Relaciones Sociales Pág. 1, año 2007. “Permiten a los jóvenes practicar habilidades de interacción social que les serán de utilidad en su vida adulta, para establecer relaciones cercanas, comunicarse adecuadamente con otras personas, solucionar los conflictos y aumentar la confianza en los otros”.

Según las investigadoras, definimos a una multitud de interacciones sociales, reguladas por normas sociales, entre dos o más personas, teniendo cada una posición social y realizando un papel relación social hay una modificación de la conducta entre personas.

### ***1.3.4 Normas de Calidad de Servicios***

#### ***1.3.4.1 Definición.***

Las normas de calidad son la base la creación de productos y servicios destinados a satisfacer las necesidades y la demanda, tanto de clientes como de usuarios. Es por ello que la Institución pública y privada adopta normas internacionales de calidad, así sus servicios que obtengan la calidad deseada y contratada por clientes y usuarios.

Las normas de calidad más allá de una moda, son una necesidad, si usted desea que su Institución tenga un desarrollo organizacional sostenido, además de ofrecer servicios altamente competitivos, brindando mayor satisfacción a sus clientes y usuarios.

El término servicio define a la acción y efecto de servir. También permite referirse a la prestación humana que satisface alguna necesidad social y que no consiste en la elaboración de bienes materiales. En el campo de la economía es el conjunto de

actividades realizadas por una organización para responder a las necesidades del cliente. De esta forma, el servicio podría definirse como un bien inmaterial.

Los servicios se distinguen de los bienes materiales a partir de cuatro características: la intangibilidad, considerada la más sustancial diferencia entre los bienes y los servicios y posiblemente la única característica en común de todos los servicios, significa que el prestación no se puede apreciar con los sentidos antes de ser adquirido, por lo que supone un mayor riesgo percibido para los consumidores manifestado como el temor a verse insatisfechos tras la adquisición, la inseparabilidad, que significa que su servicio es inseparable de su empleo.

La que hace referencia a la dificultad de estandarización dada la alta variabilidad potencial en el desempeño de los servicios, así, los resultados de su prestación, pueden ser muy variables de servicio al cliente, etc. Y por último, el carácter breve, no pueden almacenarse.

Según, BOULDING, Llorens; Normas de calidad de servicio Pág. 14, año 2008. Ejerce una influencia directa sobre dos intenciones de comportamiento, el propósito de recompra y la voluntad para recomendar al servicio al cliente.

Según, SULLIVAN, Anderson; Norma de calidad del servicio Pág. 10, año 2006. Ejerce una influencia positiva sobre la satisfacción, la cual a su vez determina la intención de servicio al cliente.

Según el grupo de investigadoras el servicio y atención al cliente es una ayuda para mejorar la atención a la sociedad, para así poner lo que serviría a la propuesta que se revisara en el siguiente capítulo de las Normas en la Alcaldía del Cantón Latacunga.

#### ***1.3.4.2 Servicio y Atención al Cliente.***

Dar una buena atención al cliente es prioridad en cualquier empresa ya que la persona más importante es el cliente, por lo que sugerimos:

- El cliente no depende de usted, sino que usted depende del cliente. Usted trabaja para sus clientes.
- El cliente no interrumpe su trabajo sino que es el propósito de su trabajo.
- El cliente le hace un favor al visitarlo o llamarlo para hacer una transacción de negocios. Usted no le hace ningún favor sirviéndole.
- El cliente es una parte de su Institución como cualquier otra, incluyendo el inventario, el personal y las instalaciones. Si vendiera su servicio, sus clientes se irán con él.
- El cliente no es una fría estadística, sino una persona con sentimientos y emociones, igual que usted. Trate al cliente mejor de lo que desearía que a usted lo traten.
- El cliente no es alguien con quien discutir o para ganarle con astucia.
- Su trabajo es satisfacer las necesidades, deseos y expectativas de sus clientes y, siempre que sea posible, disipar sus temores y resolver sus quejas.
- El cliente se merece ser tratado con la mayor atención, cortesía y profesionalismo que usted pueda brindarle.
- El cliente es la parte más vital de su Institución, recuerde siempre que sin sus clientes, no tendría actividades de servicios de atención al usuario, usted trabaja para su clientela.

#### ***1.3.4.3 Importancia del Servicio al Cliente.***

La importancia de brindar un buen servicio o atención al cliente radica en los siguientes aspectos:

- La competencia es cada vez mayor, los servicios al cliente ofertados son cada vez mayores y más variados, por lo que se hace necesario ofrecer un servicio al cliente.
- Los competidores cada vez más, se van equiparando en calidad y servicio, por lo que se hace necesario buscar una diferenciación.

- Los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan servicio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido.
- Si un cliente queda insatisfecho por el servicio o la atención, es muy probable que hable mal de uno y cuente de su mala experiencia a otro servicio.
- Si un cliente recibe una buena atención, es muy probable que vuelva a adquirir nuestra prestación o que vuelvan a visitarnos.
- Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que nos recomiende con otros servicios y atención al cliente.

Por todas estas razones, hoy en día se hace casi obligatorio el brindar un buen servicio o atención al cliente.

Este debe estar presente en todos los aspectos del servicio al usuario en donde haya alguna interacción con el cliente, debe ir desde el saludo del personal encargado de la seguridad del atención al cliente, hasta la llamada contestada por la secretaria.

Para ello debemos capacitar a todo nuestro personal, todos deben estar motivados en dar una buena atención, todos deben mostrar siempre un trato amable y cordial con todos y cada uno de los clientes.

Y, por último, el buen servicio, no sólo debe darse durante el proceso de servicio, sino que también, debe estar presente después de la obtención, por ejemplo, al llamar al cliente para conocer su impresión del servicio, o al enviarle cartas o tarjetas de saludos.

#### ***1.3.4.4 Las Características de las Normas de Calidad y Servicio al Cliente.***

- La orientación hacia el cliente
- La gestión integrada
- El énfasis en el proceso de servicio al cliente
- La incorporación de la Mejora Continua

- La medición de la satisfacción del cliente

#### ***1.3.4.5 Tipos de Atención.***

##### **Activa y voluntaria.**

Es atención activa y voluntaria cuando se orienta y proyecta mediante un acto consciente, volitivo y con un fin de utilidad práctica y en su aplicación busca aclarar o distinguir servicio y atención al cliente.

##### **Activa e involuntaria.**

Es la orientada por una percepción.

##### **Pasiva.**

Es atención pasiva la que es atraída sin esfuerzo porque el objeto es grato y es este quien la orienta.

#### ***1.3.4.6 Fidelidad de los Clientes.***

Más allá de la satisfacción de un cliente, las Instituciones deben orientarse al logro de su fidelidad.

La fidelidad del cliente es una actitud positiva que supone la unión de la satisfacción del cliente formada por elementos racionales y cariñosos con una acción de servicios estable y duradero.

La fidelidad es considerada como un proceso y, por tanto, no sólo se obtiene mediante la Institución servicios brindados, sino que es la suma de dichos atención al cliente con el proceso de prestación de la asistencia y la atención percibida por el cliente.

Para alcanzar la lealtad de un cliente es necesario seguir un proceso estructurado y coherente que integre aquellas estrategias que resulten adecuadas para los diferentes tipos de clientes.

Los programas de confianza son pautas de acción encaminadas a estimular el servicio y atención al cliente para que éste se implique con la marca o Institución. Estos programas se basan en acciones productivos y de comunicación sistemáticas y mantenidas a lo largo del tiempo que añaden valor para el cliente.

### ***1.3.5.7 Normas ISO***

ISO 9000 es un término que se utiliza para referirse a una serie de normas internacionales establecidas para sistemas de calidad.

Las normas de aseguramiento de la calidad más modernas tienen su origen en las relaciones contractuales entre fabricantes y suministradores de algunos sectores en los que se requería la mayor fiabilidad, construcción de centrales nucleares y defensa principalmente. El suministrador garantizaba mediante contrato el proceso de las normas de calidad de servicio y atención al cliente. El usuario compraba los servicios con el compromiso de la calidad del proceso estaba asegurada. La transformación no se dejaría al azar ni al estado de ánimo de los operarios y directivos.

Es el software desarrollado en España por On Line para la gestión de los servicios que recoge las principales características de las normas ISO-9000. Estas normas pueden aplicarse prácticamente en cualquier compañía, desde fabricantes de efectos hasta el servicio. No están diseñadas especialmente para un servicio o industria determinada. La serie de normas de ISO 9000 consta de requisitos y directrices que permiten establecer y mantener un sistema de calidad en la compañía.

Estas normas pueden ser aplicadas en cualquier Institución tanto de manufactura como de servicio. Ahora, este grupo de normas se integran de varios requisitos

que permiten cumplir con un sistema total de calidad. Así que si no se cumplen con los requisitos, no se puede estar certificado bajo esa norma.

¿Está su Institución certificada bajo la norma ISO 9000?

En este momento no estamos certificados. En realidad llevamos tres años en un proceso de elaboración de procedimientos y de manuales de calidad. Sin embargo el proceso de certificación se ha dejado "stand by" ya que hemos dado prioridad a otros proyectos. Además, la empresa al ser una tenería hace que su proceso sea bastante particular por lo que ha hecho que el paso final a la certificación se atrase.

¿Qué tipo de certificación en lo que corresponde a control de calidad tiene la Institución?

La institución escogió la norma ISO 9001 ya que se encarga de desarrollar, procesar y distribuir sus propios servicios. Dándole también un seguimiento a los clientes.

A pesar de que la empresa aún no está certificada, la norma por la cual se está optando para la certificación es la norma ISO 9001 ya que es la norma de sistema de calidad que tiene la mejor aplicación para nuestra compañía dado que tenemos un departamento de desarrollo y de control de calidad. Existen departamentos de compras donde se aplican diferentes métodos para el control de proceso.

Según, MUÑOZ Sedano y PÉREZ, Román 2009: la fidelidad de los clientes se da mediante una buena atención al cliente que se ejercen en un organismo social para que alcance sus objetivos”, pág. 83.

Según las investigadoras concluyen que las Normas de Calidad son importantes para dar un buen servicio a los usuario, aplicar siempre y cuando la Secretaria que tenga trato con ellos en la Institución correspondiente.

## CAPITULO II

### 2. Caracterización de la Institución

El Municipio del Cantón Latacunga tiene su domicilio en la ciudad de Latacunga Provincia de Cotopaxi, funciona en el antiguo edificio ubicado en las calles San Vicente Mártir, General Manuel Maldonado y Sánchez de Orellana, frente al parque Vicente León.

Culminada la conquista, los españoles pusieron todo su esfuerzo en fundar, establecer y levantar ciudades, para lo cual necesitaron, ante todo, crear los cabildos, trazar las calles, repartir solares entre los primeros "vecinos" y señalar los sitios para los parques, plazas, templos y conventos.

Latacunga fue fundada por Antonio Clavijo en el año 1572, en 1851 al nombrarse Provincia de Cotopaxi, se hizo cantón de la nueva provincia, el 11 de Noviembre de 1811. Por otra parte, el jesuita Juan de Velasco cree que la fundación española se realizó sobre la ciudad indiana hacia 1534, y que hacia 1539 Gonzalo Pizarro la formalizó. No existe un documento que pruebe tal aseveración, lo recomendable sería que quien posea tal manuscrito lo publique y así no exista tal polémica.

Los esposos Costales mencionan tres momentos importantes en cuanto al proceso de mestizaje y colonización de lo que hoy es Latacunga.

**De 1534 a 1573**, periodo en que se establecieron los primeros en comendaderos y se inician los asentamientos.

**De 1573 a 1580**, cuando los Franciscanos se establecen en la ciudad; fundan y establecen conventos e iglesias, del mismo modo se inicia el asiento de "bancos", con vecinos y residentes.

**De 1580 a 1599**, en este último año se funda el Corregimiento, y cuenta con autoridad propia, separada ya de los corregimientos de Riobamba y Quito, a los que ha pertenecido en lo político y administrativo.

Latacunga se inició con 45 vecinos residentes y 8 Frailes Franciscanos. Este grupo de vecinos abarca de 1573 a 1594, en éste último año, que con 60 cabezas de familia ya formaba parte de la Real Audiencia de Quito, bajo la advocación de San Vicente Mártir (Santo de la iglesia católica).

Para 1579, se establecen en Latacunga Los Agustinos, cuando en esta ciudad se calcula una población de 5 mil personas en total, que deben haber cabido en unas 40 manzanas, como también quizás en los sitios de San Felipe y San Sebastián.

Hacia 1608 Los Dominicos levantan su iglesia y convento. Latacunga hacia 1593 era el tercer centro económico más importante de la Sierra centro-norte, superado solo por Quito y Otavalo. Para estos años, Latacunga tenía ingenios de azúcar, obrajes de paños y estancias con gran cantidad de ganado. Nuestros indios trabajaban inclusive en las minas de Zaruma, para 1594 se dona el terreno para la construcción de la iglesia la Matriz.

En 1599 Latacunga pide a la Real Audiencia de Quito que se ascienda a la categoría de Villa, lo cual se niega por asuntos económicos, pues las autoridades perdían el control de las mitas en Cotopaxi. Territorialmente, según el historiador NeptalíZúñiga, el Corregimiento de Latacunga se extendía desde Quito a Riobamba, y tenía parroquias notables como Sigchos, Angamarca, Mulaló y Mulliambato (hoy Salcedo).

Se recuerda también que en Latacunga se estableció una afamada fábrica de pólvora, que abasteció a los rincones de la Real Audiencia, esta fábrica se encontraba en donde actualmente está la Escuela Superior Politécnica del Ejército sede Latacunga.

En aquellos días Latacunga, era próspera en la colonia, llegó a contar con más de 20 mil habitantes a fines del siglo 18, el establecimiento de los jesuitas ayudó en mucho a la educación (junto a religiosos doctrineros), lamentablemente la majestuosa iglesia de la Compañía de Jesús, ubicada donde hoy se encuentra el Instituto "Vicente León", se desplomó como consecuencia de un terremoto ocurrido a las 5 de la tarde del 22 de febrero de 1757.

La Fundación del Cabildo el asiento de Latacunga jamás contó con un Cabildo, potestativo de Villas y ciudades, durante el dominio español sin ejecución a la verdad histórica; casi tres siglos, Latacunga se desarrolló sin ningún Cabildo, hasta cuando en 1813 se lo estableció, la constitución expedida por la corte de Cádiz en 1813 dispone en sus artículos 267 y 276 se creen Cabildos Constitucionales en América.

La Real Audiencia de Quito instruye, en tal virtud, al Corregidor de Latacunga, Jorge Ricaurte, el 21 de Octubre de 1813 que convoque las juntas Electorales para tal objeto, en forma solemne se instala el Cabildo en la Iglesia de la Matriz, con asistencia de los Electores, Por diversas circunstancias no se cumple con este mandato en otros lugares, según comunica el Corregidor de Quito, el 8 de Noviembre del mismo año.

La constitución había sido promulgada con la más grande solemnidad y jurada en la misma Iglesia Mayor. Fue Calificada de documento sabio y brillante. Dos años después, el mismo Corregidor indica al Presidente, Gobernador y Capitán General, Toribio Montes, que se había promulgado por bando la Cédula Real que derogaba los Cabildos Constitucionales. De manera que inmediato quedó "extinguido el que se hallaba establecido en este Asiento". La orden era del 30 de

Agosto de 1815, reaparece el Cabildo pocos años después. Más tarde lo Municipios son constituidos como una sociedad política, autónoma, subordinada al orden político constitucional del Estado, con personería jurídica de derecho público, patrimonio propio y capacidad para lograr el bien común y atender las necesidades del cantón.

En lo que respecta al edificio Municipal, todo fue construido en homenaje a esa piedra pómez, la misma que fue de las diferentes erupciones del majestuoso Volcán Cotopaxi, trabajos que se iniciaron en los primeros meses del año 1910 construyéndose la parte principal hasta el 24 de Mayo de 1918 en la que fue inaugurada con mucho regocijo, en aquel tiempo se trabajó arduamente sin culminar la obra, se acomodaron las oficinas Municipales para una labor honrada y sin perjuicios por parte de sus funcionarios.

### ***2.1 Misión***

La Alcaldía del Cantón Latacunga es un Gobierno local que promueve y facilita el desarrollo sustentable y equitativo del cantón, y la democracia participativa mediante la implementación de Planes, programas y proyectos desarrollados con participación ciudadana, y con un gran nivel de compromiso, y eficiencia de empleados y trabajadores, que de manera colectiva aspiran a convertir al Cantón Latacunga en un centro de desarrollo, equidad y prosperidad.

### ***2.2 Visión***

Para el año 2020, la Alcaldía de Latacunga es Gobierno Local, democrático participativo y eficiente que ha logrado convertir a Latacunga en un cantón próspero de gran desarrollo agroindustrial, agrícola, pecuario, comercial y turístico.

Un Cantón verde, reforestado, descontaminado, territorialmente planificado; desarrollado sustentablemente, integrado al mercado regional, nacional y mundial a través del comercio. Con recursos humanos altamente capacitados en establecimientos educativos de calidad, desarrollando para ello obras y servicios en función de las necesidades diversas de la población con un gran nivel de eficacia, solidaridad y mediante la participación ciudadana activa.

### ***2.3 Valores Institucionales***

El desempeño del Trabajo de la Alcaldía de Cantón Latacunga exige que los usuarios de diferentes comunidades asuman comportamientos y actitudes colectivos que favorezcan el desarrollo institucional y personal.

Los valores que se indican a continuación han sido identificados como “valores deseados para asegurar su vigencia futura”

#### **Lealtad.**

Cumplir las responsabilidades individuales para fortalecer la imagen institucional

#### **Responsabilidad.**

Cumplir con eficiencia las tareas encomendadas.

#### **Honestidad.**

Practicar la moral y la legalidad. Utilizando procedimientos transparentes en la gestión institucional.

#### **Oportunidad.**

Demostrar precisión y agilidad en las actividades institucionales.

#### **Confiabilidad.**

La comunidad observa resultados tangibles en sus condiciones de vida. Se entrega servicios con calidad, amplia cobertura y a costos razonables.

**Respeto.**

Interna y externamente es una práctica generalizada en el desempeño de las funciones institucionales.

**Eficiencia.**

Se entregan resultados de calidad en base a la planificación institucional.

**Comunicación fluida.**

Los actores sociales internos y externos están suficientemente informados de la gestión municipal. Se logra optimizar procesos y se obtiene consensos.

### ***2.3.1 Políticas Municipales Generales***

- Facilitar el desarrollo local, del cantón, impulsando de manera armónica las dimensiones del desarrollo sustentable: ambiental territorial, económico productivo, social, cultural, político institucional, e incorporando como ejes transversales: la equidad social, de género y la interculturalidad.
- Impulso de una gestión participativa de la gestión local, que coadyuve a la democratización y al fortalecimiento del tejido social.
- Eficiencia, eficacia, efectividad y solidaridad en la provisión de servicios sociales municipales de agua potable: higiene ambiental, abastecimiento de agua potable y alcantarillado.
- Eficiencia, eficacia, efectividad y solidaridad en la provisión de servicios sociales municipales con participación ciudadana.

- Incorporar en el quehacer municipal la visión de género, generacional y étnica de tal manera que los programas y proyectos incorporen las diversas y heterogéneas necesidades de la población.
- Incorporar principios de descentralización y desconcentración tendiente a lograr el trabajo institucional conjunto de las instituciones y organizaciones locales.
- Fortalecer las identidades locales y el sentido de pertenencia cantonal para lograr un quehacer conjunto para mejorar la calidad de vida de la población.
- Fortalecer la calidad educativa y la salud de la población, considerándolas ejes básicos del desarrollo local.
- Mejorar el proceso de gestión económica de la municipalidad y trabajar por la generación de recursos propios para lograr sustentabilidad del quehacer local.

## ***2.4 Análisis FODA***

De acuerdo a la matriz FODA, se puede observar que las Potencialidades resultan de la combinación de las Fortalezas con las Oportunidades.

Por otra parte, las Limitaciones resultantes de la combinación entre las Debilidades con las Amenazas, se deben considerar como una seria advertencia para el cumplimiento de la misión Institucional.

Los Riesgos y Desafíos surgidos de las combinaciones respectivas entre elementos internos y externos, exigirán una cuidadosa consideración por parte de la Alcaldía para definir correctamente el desarrollo que aproximen al futuro deseado.

El resultado del análisis de los elementos de la matriz FODA en la Misión es mayor que las limitaciones. Los riesgos y desafíos también resultan menos de modo que la Alcaldía deberá aprovechar al máximo sus potencialidades para poder enfrentar los riesgos y limitaciones que presenta, garantizando de esta manera la materialización efectiva de su Visión de Futuro.

Las principales Oportunidades, Amenazas, Fortalezas y Debilidades identificadas son las siguientes.

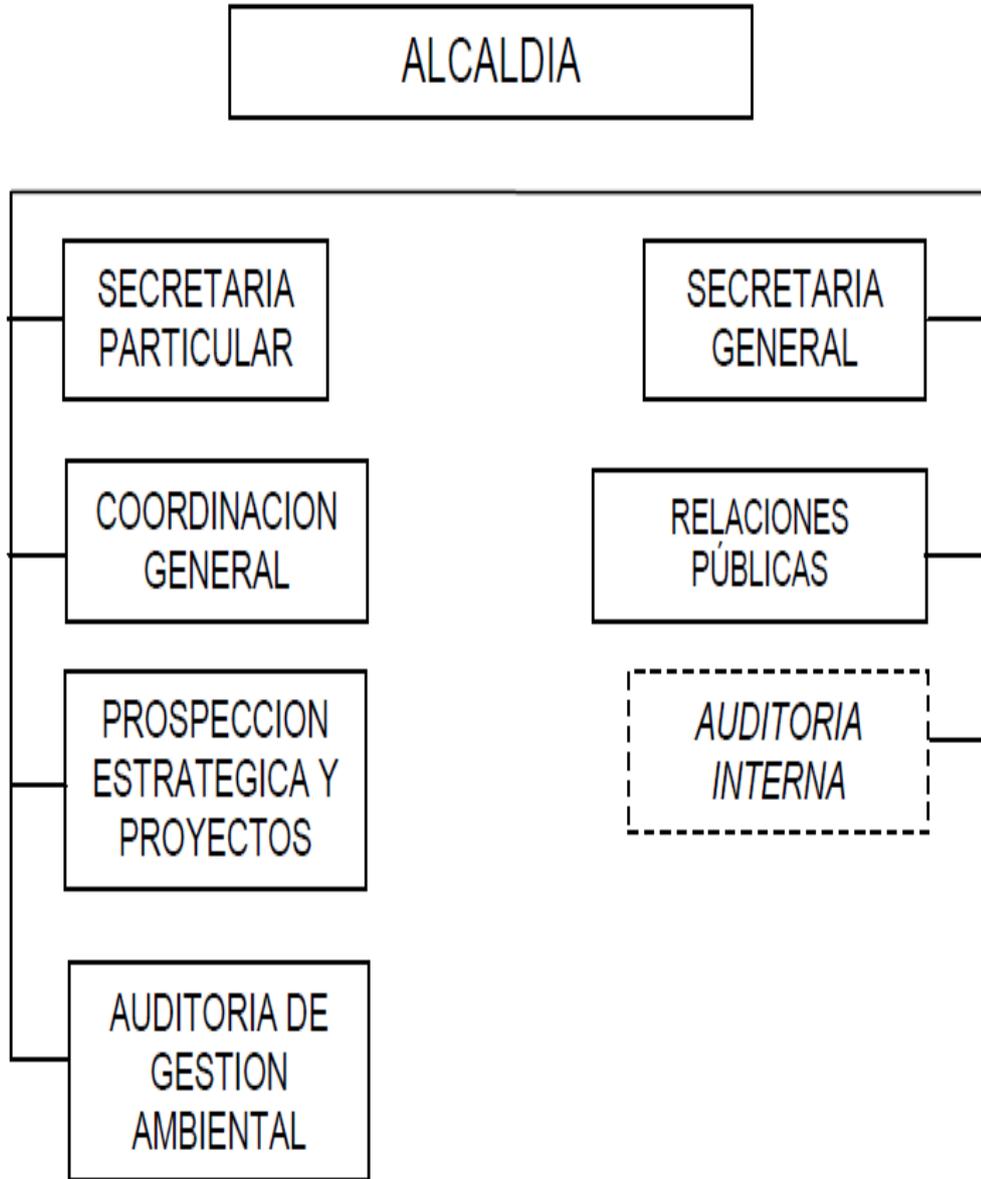
**Tabla N° 2; ANÁLISIS FODA**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resolución de los conflictos a través del dialogo.</li> <li>• Flexibilidad de la estructura institucional.</li> <li>• Seguridad Institucional.</li> <li>• Buena calidad de los servicios básicos.</li> <li>• Equipamiento tecnológico actualizado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena predisposición al cambio</li> <li>• Personal técnicamente capacitado.</li> <li>• Confianza ciudadana.</li> <li>• Aporte de la tesis con las Normas de calidad.</li> <li>• Ser una Institución de prestigio en el Cantón Latacunga.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Insuficiente capacitación de relaciones sociales.</li> <li>• Servicio personal inadecuado.</li> <li>• Poca presencia del alcalde para atender a los ciudadanos.</li> <li>• No se entrega información adecuada.</li> <li>• No tener metodología ni normas para atención al publico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desconocimiento de la ley de descentralización.</li> <li>• Usuarios insatisfechos.</li> <li>• Falta de recursos para inversión en proyectos que permitan el desarrollo cantonal.</li> <li>• Inadecuada atención al usuario.</li> <li>• Ausencia de una oficina</li> </ul>

*Fuente: Alcaldía del Cantón Latacunga*

*Elaborado por: Las Investigadoras.*

## 2.5 Organigrama Estructural



*Fuente:* Alcaldía del Cantón Latacunga

*Elaborado por:* Las Investigadoras

### **Secretaria particular.**

Atender al usuario interno y externo a la Municipalidad.

Mantener la agenda de la autoridad.

Mantener el archivo de Alcaldía.

Prestar apoyo a las actividades planificadas en el área.

Brindar información previa coordinación con la autoridad.

### **Coordinación general.**

Recabar y preparar información económica, financiera y administrativa para las gestiones con autoridades y dependencias municipales.

Ilustrar criterios sobre temas estratégicos de la Municipalidad.

Efectuar consultas económicas, financieras y administrativas de cualquier índole para preparar resoluciones.

Realizar contactos políticos e institucionales para manejo municipal.

Preparar los insumos técnicos necesarios para la toma de decisiones.

En coordinación con la Unidad Técnica de Proyectos: formula, evalúa y gestiona proyectos de desarrollo.

### **Unidad de prospección estratégica y proyectos.**

Preparar los medios adecuados para que se apliquen directamente por esta sección o mediante contrato, los programas y proyectos que como servicio de los planes de desarrollo físico cantonal, se hubiere establecido.

Concretar conjuntamente con los planes y proyectos las acciones a desarrollar, los recursos necesarios y posibles fuentes de financiamiento.

Controlar, evaluar, reajustar los programas y proyectos que estuvieren bajo su responsabilidad.

Recopilar y analizar la información necesaria para la ejecución de los programas y proyectos.

Elaborar los programas generales de equipamiento e infraestructura que forman parte de los planes de ordenamiento territorial.

Elaborar planes de conservación y preservación del patrimonio arquitectónico del cantón.

### **Unidad auditoría de gestión ambiental.**

Elaborar, actualizar e implementar el Plan Maestro de Gestión Ambiental.

Preparar el Plan Operativo Anual sobre la base de las políticas ambientales.

Proponer la incorporación y/o modificación de las normas y procedimientos de Gestión Ambiental.

Participar en la formulación de proyectos de cooperación interinstitucional.

Diseñar, formular y evaluar la factibilidad técnica, económica y ambiental de los proyectos ambientales.

Evaluar y emitir informes para la aprobación de permisos ambientales para la instalación de negocios, industrias, etc. de acuerdo con la Ordenanza respectiva.

Ejercer controles respecto del cumplimiento de la ordenanza por parte de industrias y negocios establecidos en el Cantón.

Elaborar programas educativos e informativos, así como eventos destinados a la prevención y control de riesgos ambientales y contaminación.

#### **Unidad de relaciones públicas.**

Definir las políticas generales de comunicación del Municipio y evaluar su cumplimiento.

Realizar la planificación, seguimiento y evaluación estratégica de la comunicación de la Alcaldía y la Municipalidad.

Realizar los planes operativos anuales de comunicación.

Ejecutar los proyectos específicos que se requieren para la aplicación del plan.

Mantener contacto permanente con las dependencias municipales para el cumplimiento de los fines de comunicación.

## **2.6 Diseño Metodológico**

### ***2.6.1 Tipos de Investigación***

Para la realización de la presente investigación, se utilizará tipos de investigación descriptiva.

#### ***2.6.1.1 Investigación Descriptiva.***

El presente trabajo de investigación es de tipo descriptivo, ya que tiene como objetivo la descripción precisa el evento de estudio porque detalla los fenómenos como se manifiestan, mide evalúa y recolecta datos sobre el objeto, investiga necesidades comportamientos sociales, y además de eso trabaja con preguntas científicas. Ya que se describirá las causas, los problemas que afectan las normas de calidad de servicios y atención al cliente en la Alcaldía de Cantón Latacunga.

## **2.7 Metodología**

### ***2.7.1 No experimental***

La metodología que se utilizará es el diseño no experimental porque no habrá manipulación de las variables, solamente se podrá confirmar sus efectos.

Este tipo de investigación no experimental observa el fenómeno tal cual este trabajo investigativo no está sujeto a experimentación por lo que las investigadoras no pueden influir sobre las variables, no tienen control sobre ellos es por eso que solo puede constatar sus efectos.

## **2.8 Unidad de Estudio**

La presente investigación se llevará a cabo con todo el universo debido al reducido tamaño que a continuación se detalla.

En el Cantón Latacunga existen 33 juntas parroquiales rurales en las cuales todas ellas solicitan lo enunciado a la Alcaldía del Cantón Latacunga y día a día acuden con alguna petición de las obras, etc.

Como se puede observar son ocho parroquias urbanas como son: Eloy Alfaro, San Felipe, Ignacio Flores, La Laguna, Juan Montalvo, San Sebastián, La Matriz, San Buenaventura.

Las parroquias rurales son diez como son: Toacaso, San Juan de Pastocalle, Mulaló, Tanicuchi, Guaytacama, Alaquez, Poalo, Once de Noviembre, Belisario Quevedo, José Guango Bajo.

Para la obtención de las Obras es suficiente con la presentación de un presupuesto detallado de las obras a realizar en las diferentes juntas parroquiales en los cuales para cualquier trámite que se requiera en la Alcaldía es importante realizar una solicitud dirigida al Señor Alcalde o a los diferentes departamentos que necesiten dependiendo el trámite, también la copia de la cedula o papeleta de votación.

Tabla N°3: **POBLACIÓN**

Las normas de calidad de servicio y atención al cliente en la Alcaldía del Cantón Latacunga en el año 2011-2012.

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>POBLACIÓN</b>
Secretaria	1
Usuarios Frecuentes	100
<b>TOTAL</b>	101

*Elaborado por: Las Investigadoras*

En la tabla se puede observar que 100 es el universo total que se ha tomado en cuenta para poder realizar nuestra investigación, por tal motivo que no es necesario realizar una muestra ya que no sobrepasa el límite de 200 personas.

En la Alcaldía se realiza la petición al Señor Alcalde del alcantarillado, obras para el mejoramiento de vías, permisos para las mercaderías, asuntos de los basureros, Todos ellos son usuarios de los sectores públicos, dentro de la investigación se obtuvo la entrevista con la señorita secretaria Fanny Arcos para mejorar la atención a los usuarios.

## **2.9 Métodos y Técnicas**

### ***2.9.1 Métodos de Investigación***

#### ***2.9.1.1 Método Deductivo.***

La deducción va de lo general a lo particular. El método deductivo es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez.

#### ***2.9.1.2 Método Inductivo.***

La inducción va de lo particular a lo general, se emplea el método inductivo cuando de la observación de los hechos particulares se obtiene proposiciones generales, o sea, es aquél que establece un principio general una vez realizado el estudio y análisis de hechos y fenómenos en particular.

La inducción es un proceso mental que consiste en inferir de algunos casos particulares observados, la ley general que los rige y que vale para todos los de la misma especie.

A través de estos métodos se podrá obtener la información y encontrar la forma más idónea ya que se parte de lo general a lo particular y se extraerá conclusiones.

Las tesis señalan la aplicación de los métodos que parten desde el marco teórico general a lo particular, tanto en el planteamiento del problema, los objetivos, categorías fundamentales, marco teórico y la propuesta de la misma.

## ***2.9.2 Técnicas de Investigación***

### ***2.9.2.1 La Observación.***

Es una técnica que permite obtener conocimientos sobre el fenómeno o hecho, adquirir información y utilizarla ya sea, en su etapa inicial, como en el diagnóstico del problema.

Esta técnica proporcionara la información real de los problemas que enfrentan las personas que emiten y reciben el servicio al cliente.

Es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación.

En este trabajo investigativo la técnica de observación nos permitirá ver los resultados que vamos a obtener mediante la propuesta a plantearse.

### ***2.9.2.2 La Entrevista.***

La entrevista es una técnica antigua, pues ha sido utilizada desde hace mucho en psicología y, desde su notable desarrollo, en sociología y en educación. Es una técnica para obtener datos que consisten en un diálogo entre dos personajes, se realiza con el fin de obtener información de parte de este, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación.

En la presente investigación se entrevistará a la señorita Secretaria de la Alcaldía del cantón Latacunga.

### ***2.9.2.3 La Encuesta.***

Es una técnica que recopila información a través de un cuestionario, para obtener datos que le interesan al investigador.

La aplicación de esta técnica permitirá a las postulantes identificar la unidad de estudio y conocer la situación y condiciones del fenómeno de estudio.

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito.

Ese listado se denomina cuestionario. Es impersonal porque el cuestionario no contiene datos personales de la persona encuestada, debido a que no se necesita esos datos sino únicamente la información pertinente.

En la Alcaldía de Latacunga se va a poner en práctica la encuesta a los usuarios de la Alcaldía las mismas que responderán en vario ítems sobre la calidad de atención que reciben.

#### ***2.9.2.4 Instrumento.***

Para recolectar la información necesaria se utiliza el siguiente instrumento.

#### ***2.9.2.5 Cuestionario.***

El cuestionario es un instrumento de la encuesta que contiene preguntas para medir las variables, ayuda a obtener información sobre el tema a investigar, este instrumento contendrá preguntas abiertas y cerradas que serán aplicadas por todos los usuarios de la Alcaldía del Cantón Latacunga.

## 2.10 Análisis e Interpretación de Resultados.

### 1.- ¿Cómo califica el trabajo de los directivos de la institución?

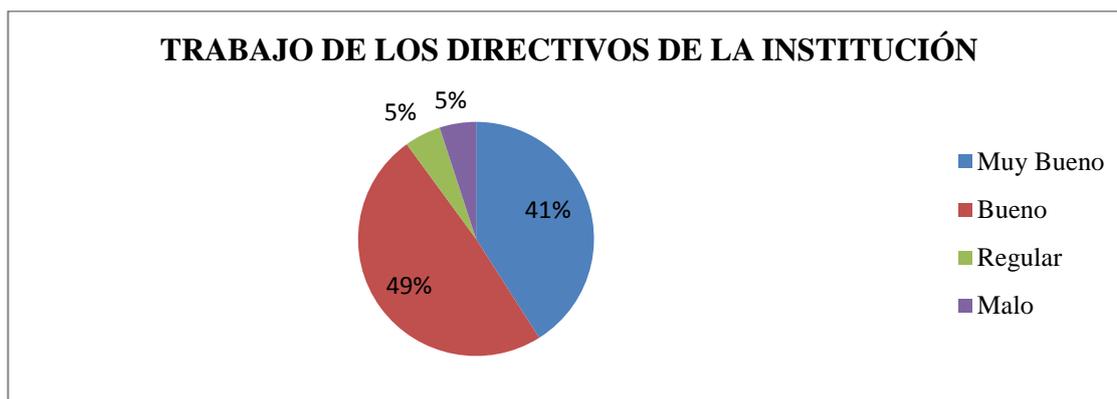
Tabla N° 4; **TRABAJO DE LOS DIRECTIVOS DE LA INSTITUCIÓN**

Opciones	Encuestados	Porcentaje
Muy Bueno	41	41%
Bueno	49	49%
Regular	5	5%
Malo	5	5%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Alcaldía del Cantón Latacunga.

*Elaborado por:* Las Investigadoras

**GRAFICO N° 1**



*Fuente:* Alcaldía del Cantón Latacunga.

*Elaborado por:* Las Investigadoras

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo a primera pregunta realizada a 100 personas encuestadas se obtiene los resultados, el 49 % de los usuarios afirman que la atención es buena. Mientras que el 5% de los encuestados manifiestan que la atención es regular ya que tienen dificultades para obtener una cita, por lo que es necesario el manejo de la agenda. Además se debe notificar al usuario en caso de no haber estado en la atención.

Tomando en cuenta los resultados obtenidos mediante el análisis estadístico de las personas encuestadas, existe un alto porcentaje de los usuarios que reciben una muy buena atención.

## 2.- ¿Cómo califica la actitud que tienen los directivos de la institución con los usuarios?

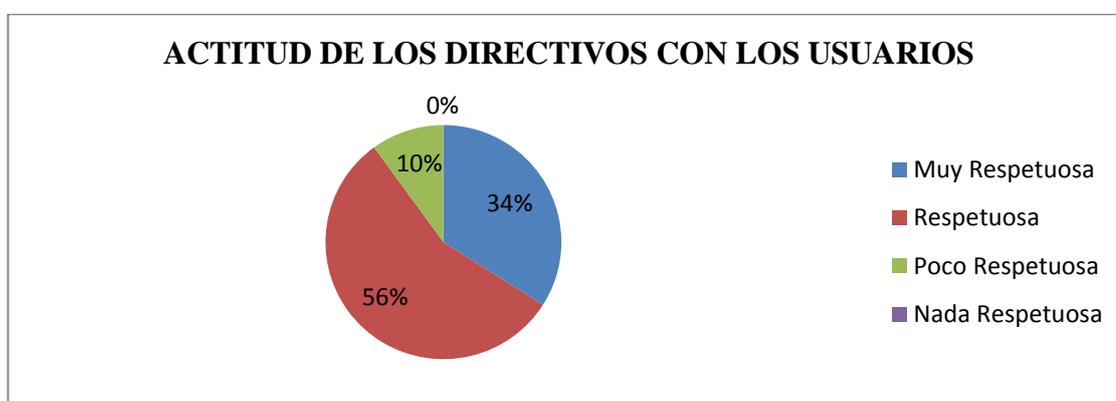
Tabla N° 5; ACTITUD DE LOS DIRECTIVOS CON LOS USUARIOS

Opciones	Encuestados	Porcentaje
Muy Respetuosa	34	34%
Respetuosa	56	56%
Poco Respetuosa	10	10%
Nada Respetuosa	0	0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Fuente: Alcaldía del Cantón Latacunga.

Elaborado por: Las Investigadoras

GRAFICO N° 2



Fuente: Alcaldía del Cantón Latacunga.

Elaborado por: Las Investigadoras

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 56% de personas encuestadas manifiestan que la actitud que tiene los funcionarios de la Alcaldía es respetuosa debido a que las relaciones sociales están afianzadas, el 10% afirman que la atención es poco respetuosa al ingresar a la institución ya que en ocasiones no se le brinda la información necesaria por lo que a medida del caso se debe tener en cuenta que el usuario es un cliente y no molesta sino que ayuda.

Realizando el análisis a la segunda pregunta se obtiene un alto porcentaje de la actitud que tienen los directivos de la Institución, esto quiere decir que los usuarios son atendidos respetuosamente en la Alcaldía.

### 3.- ¿Cómo califica la capacidad que tiene la secretaria para atenderle a usted como usuario?

Tabla N° 6; CAPACIDAD QUE TIENE LA SECRETARIA

Opciones	Encuestados	Porcentaje
Muy Bueno	35	35%
Bueno	64	64%
Regular	1	1%
Malo	0	0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Fuente: Alcaldía del Cantón Latacunga.

Elaborado por: Las Investigadoras

GRAFICO N° 3



Fuente: Alcaldía del Cantón Latacunga.

Elaborado por: Las Investigadoras

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la tercera pregunta realizada el 56% de los encuestados manifiestan que la capacidad de la secretaria con los usuarios es buena, ya que ella se esmera en su actitud, el 1% de los encuestados certifican que la atención de la secretaria es regular debido a muchas ocupaciones de la misma por lo que ella tiene una agenda para atender a 45 personas los días martes.

Tomando en cuenta los resultados mediante el análisis de los usuarios, existe un alto porcentaje de personas que manifiestan que la secretaria tiene una buena capacidad para atender a los usuarios en la Alcaldía.

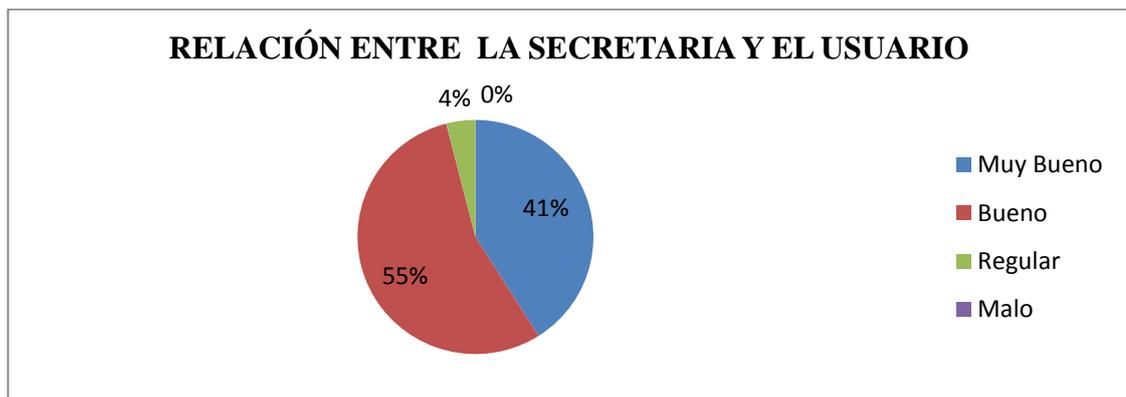
#### 4.- ¿Cómo califica la relación que tiene la secretaria, con el usuario de la Alcaldía?

Tabla N° 7; **RELACIÓN ENTRE LA SECRETARIA Y EL USUARIO**

Opciones	Encuestados	Porcentaje
Muy Bueno	41	41%
Bueno	55	55%
Regular	4	4%
Malo	0	0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Alcaldía del Cantón Latacunga.  
*Elaborado por:* Las Investigadoras

**GRAFICO N° 4**



*Fuente:* Alcaldía del Cantón Latacunga.  
*Elaborado por:* Las Investigadoras

#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

El 55% de los encuestados califican que la relación que tiene la secretaria para relacionarse con los usuarios es buena, ya que ella convive cotidianamente con algunos de ellos, el 4% de los encuestados afirman que las relaciones de la secretaria con usuarios es regular.

Las investigadoras evidencian a través de esta pregunta la buena relación que existe entre la secretaria y los usuarios en la Institución.

**5. ¿A usted como usuario le gusta permanecer en la institución dependiendo del trámite a realizar?**

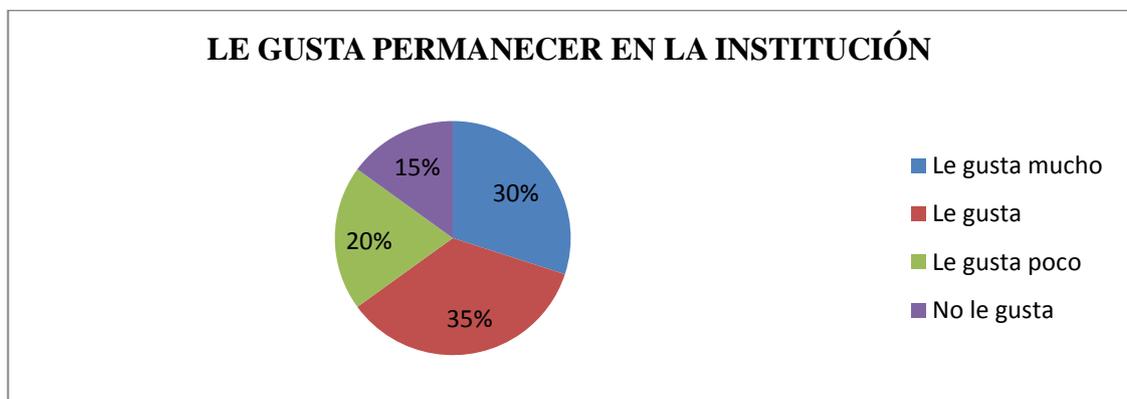
Tabla N° 8; **LE GUSTA PERMANECER EN LA INSTITUCIÓN**

Opciones	Encuestados	Porcentaje
Le gusta mucho	30	30%
Le gusta	35	35%
Le gusta poco	20	20%
No le gusta	15	15%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Alcaldía del Cantón Latacunga.*

*Elaborado por: Las Investigadoras*

**GRAFICO N° 5**



*Fuente: Alcaldía del Cantón Latacunga.*

*Elaborado por: Las Investigadoras*

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

El 35% de los resultados demuestran que a los usuarios les gusta permanecer en la Alcaldía durante la realización de los trámites debido a que esta se ha convertido en la casa de todos y los trámites son más rápidos, el 15% de los encuestados afirman que no le gusta para nada estar en la Alcaldía por que al momento de ir a realizar una visita a una persona delegada de alguna función hay que solicitar una cita y eso le hace perder el tiempo.

Realizando el análisis en esta pregunta se capta que les gusta permanecer en la Alcaldía para agilizar la cita con el Alcalde.

**6. ¿La institución brinda apoyo especial a los usuarios, para que puedan cumplir satisfactoriamente con sus trámites?**

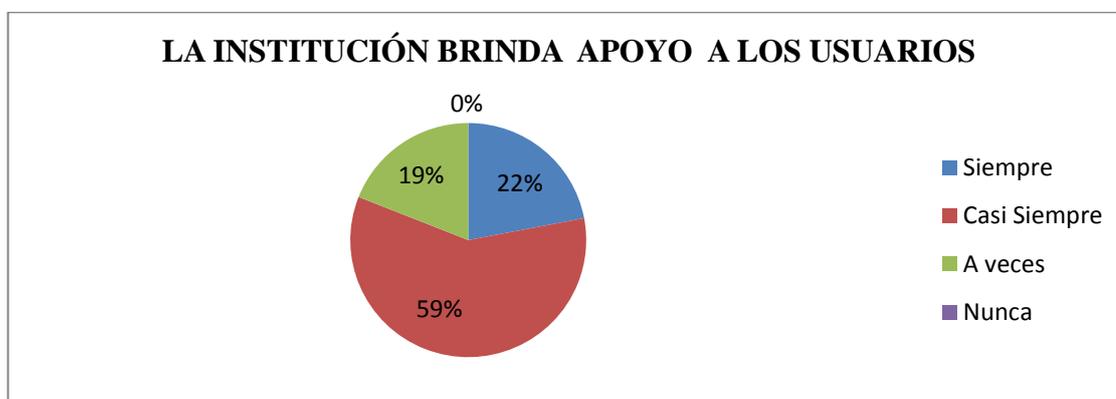
Tabla N° 9; LA INSTITUCIÓN BRINDA APOYO A LOS USUARIOS

Opciones	Encuestados	Porcentaje
Siempre	22	22%
Casi Siempre	59	59%
A veces	19	19%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Alcaldía del Cantón Latacunga.*

*Elaborado por: Las Investigadoras*

**GRAFICO N° 6**



*Fuente: Alcaldía del Cantón Latacunga.*

*Elaborado por: Las Investigadoras*

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la sexta pregunta realizada el 59% de los encuestados muestran que los funcionarios ayudan casi regularmente a realizar los trámites en el menor tiempo posible, el 19% de los encuestados afirman que los funcionarios ayudan a veces a realizar a la prontitud los trámites en el Municipio, por tanto se ha tomado las medidas respectivas para que el usuario se sienta en casa y no se demore mucho en sus trámites.

Con esta pregunta se evidencia que la institución brinda apoyo especial a los usuarios para que cumplan satisfactoriamente con sus trámites.

**7. ¿Usted u otro miembro del grupo familiar suelen acudir periódicamente a la Alcaldía?**

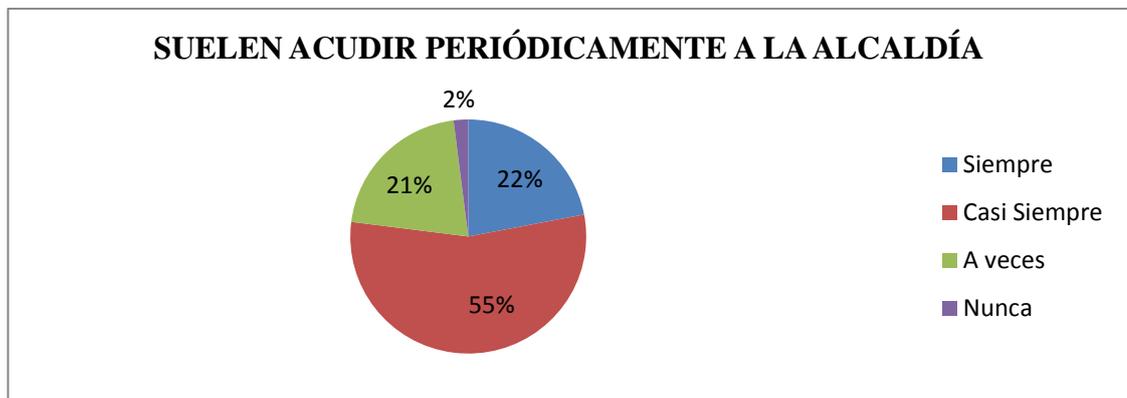
**Tabla N° 10; SUELEN ACUDIR PERIÓDICAMENTE A LA ALCALDÍA**

Opciones	Encuestados	Porcentaje
Siempre	22	22%
Casi Siempre	55	55%
A veces	21	21%
Nunca	2	2%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Alcaldía del Cantón Latacunga.*

*Elaborado por: Las Investigadoras*

**GRAFICO N° 7**



*Fuente: Alcaldía del Cantón Latacunga.*

*Elaborado por: Las Investigadoras*

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

El 55% afirma que casi siempre se acercan a la Alcaldía con familiares a realizar los trámites, el 2% de los encuestados nunca se acercan al Municipio, no es una actividad cotidiana por lo que se afirma que las veces que acudieron fueron atendidos rápidamente.

Realizando el análisis estadístico, se ha podido comprobar que los usuarios no asisten periódicamente a la Alcaldía, porque las veces que acudieron fueron atendidos a la brevedad posible.

**8. ¿En la institución se resuelven los conflictos a través del diálogo y la negociación?**

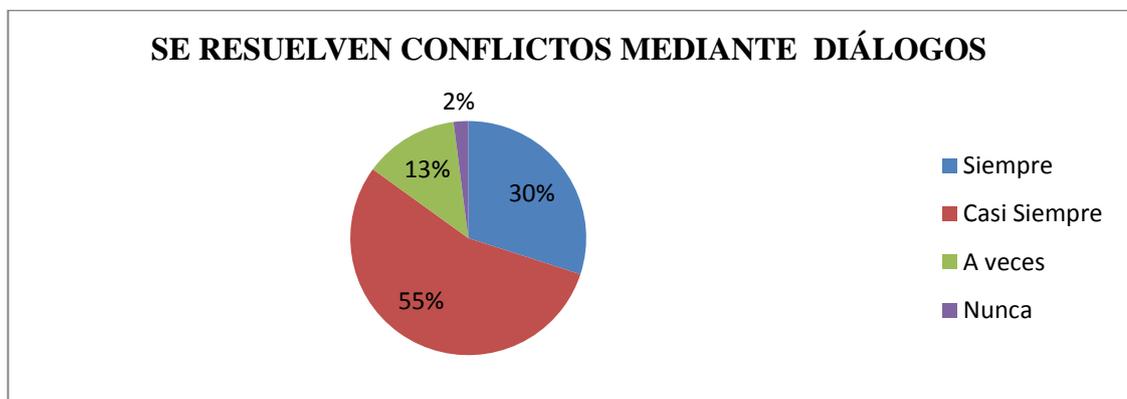
Tabla N° 11; **SE RESUELVEN CONFLICTOS MEDIANTE DIÁLOGOS**

Opciones	Encuestados	Porcentaje
Siempre	30	30%
Casi Siempre	55	55%
A veces	13	13%
Nunca	2	2%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Alcaldía del Cantón Latacunga.*

*Elaborado por: Las Investigadoras*

**GRAFICO N° 8**



*Fuente: Alcaldía del Cantón Latacunga.*

*Elaborado por: Las Investigadoras*

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Del 55 % de los encuestados muestran que casi siempre se resuelven los conflictos a través del dialogo debido a que existe una buena comunicación y respeto, el 2% de los encuestados creen que nunca los conflictos que se presentan en la Alcaldía se resuelven mediante el dialogo, por lo que el usuario está acostumbrado a mirar en medios de comunicación situaciones extrañas a lo que sucede en el Municipio del Cantón Latacunga.

Tomando en cuenta los resultados de los análisis estadísticos se ha comprobado que casi siempre se resuelven los conflictos a través de diálogos.

**9. ¿Las instalaciones de la institución son seguras, cuenta con: señalización de evacuación, extintores de incendio, salidas suficientes, buenas instalaciones eléctricas, para evitar accidentes?**

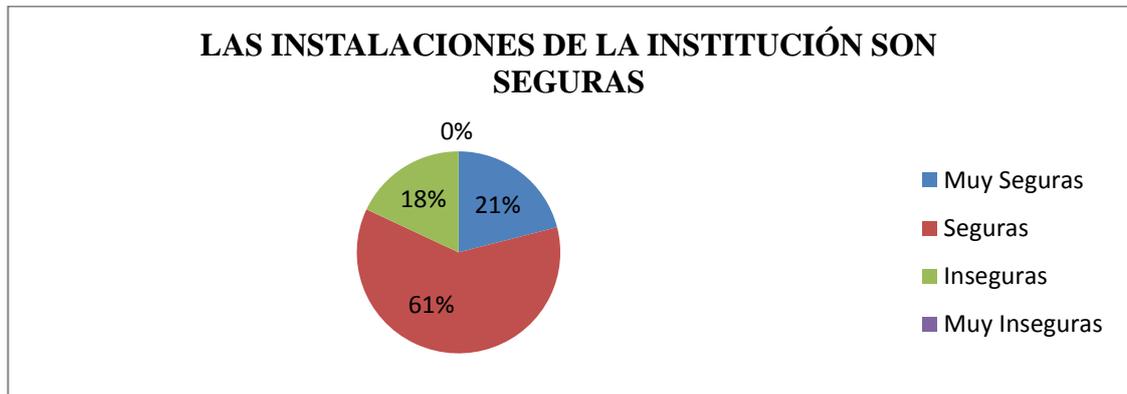
Tabla N° 12; LAS INSTALACIONES SON SEGURAS

Opciones	Encuestados	Porcentaje
Muy Seguras	21	21%
Seguras	61	61%
Inseguras	18	18%
Muy Inseguras	0	0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Alcaldía del Cantón Latacunga.*

*Elaborado por: Las Investigadoras*

**GRAFICO N° 9**



*Fuente: Alcaldía del Cantón Latacunga.*

*Elaborado por: Las Investigadoras*

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Realizada la encuesta el 61% de los usuarios aseguran que las instalaciones de la Alcaldía son seguras ya que han visitado continuamente, el 18% de los encuestados manifiestan que son inseguras porque no tiene una buena instalación debido a que es un edificio antiguo y no lo han visitado continuamente por lo que el Municipio debe hacer propaganda a las instalaciones y vean su funcionamiento los usuarios.

Observando el análisis se ha podido constatar que las instalaciones son muy seguras y cuentan con señalizaciones para evitar accidentes.

## 10. ¿La institución cuenta con servicios básicos?

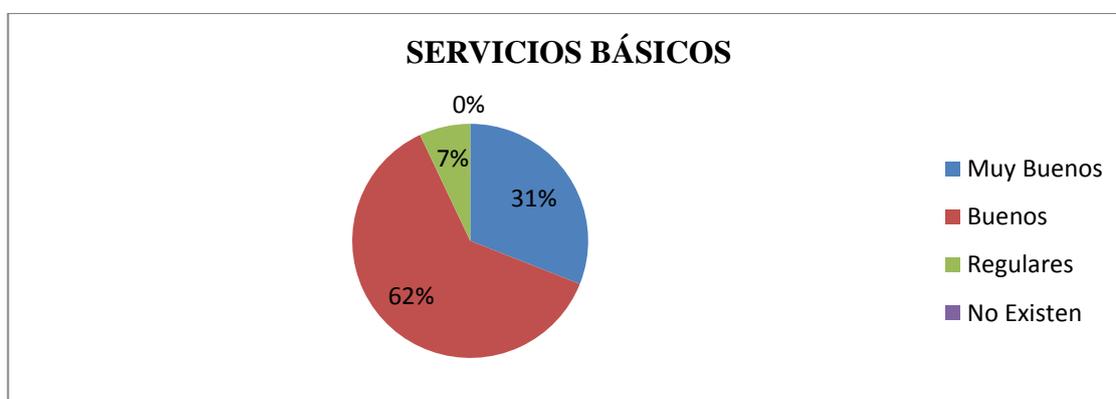
Tabla N° 13; **SERVICIOS BÁSICOS**

Opciones	Encuestados	Porcentaje
Muy Buenos	31	31%
Buenos	62	62%
Regulares	7	7%
No Existen	0	0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Alcaldía del Cantón Latacunga.

*Elaborado por:* Las Investigadoras

**GRAFICO N° 10**



*Fuente:* Alcaldía del Cantón Latacunga.

*Elaborado por:* Las Investigadoras

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 62% de los usuarios encuestados manifiestan que los servicios básicos son buenos debido a que los usuarios se sienten conformes, la mayoría han hecho uso de las instalaciones, exclusivamente personas que vienen de fuera, el 7% de las personas creen que son regulares los servicios básicos en la Alcaldía, debido a que no se han fijado o no han observado los rótulos que informan en qué parte se encuentran ubicados.

Se puede evidenciar que la Institución cuenta con servicios básicos muy buenos, con rótulos que es fácil de identificar y dar uso de ellos.

### ***2.10.1 Análisis de la Entrevista Aplicada a la Señorita Secretaria de la Alcaldía de Latacunga***

El mejorar en las funciones es la motivación substancial de la autoformación y requisito fundamental para la continuidad y éxito, así como también los medios de comunicación el internet, televisión, radio, prensa, etc. Por cuanto implica un ejercicio de control por parte del propio sujeto que aprende. En el ámbito laboral, la autoformación tiene su similitud en el teletrabajo, cuyo auge es fruto tanto de las variables sociológicas de nuestros tiempos como del desarrollo de la telemática. Teletrabajo y autoformación son dos concreciones de una misma perspectiva de elaboración del conocimiento y, por ello mismo, ambos comparten posibilidades y limitaciones.

Dentro de los medios más utilizados para la autoformación se cree que el internet es la herramienta que se combina con el trabajo y el tiempo libre más no utilizar el tiempo libre en la autoeducación, y más aún dejar tiempo para complementar las labores cotidianas, Claro está que esta herramienta no se presta para que el contacto y la experiencia de haber sido parte de un todo por lo que el asistir a seminarios o cursos son conllevados con la práctica.

### ***2.10.2 Análisis e Interpretación de la Encuesta Aplicada a los Usuarios de la Alcaldía de Latacunga.***

Los resultados obtenidos de los usuarios arrojan que el 60% de los encuestados califican como buena la capacidad que tiene la secretaria para atender al usuario. (Tabla N ° 3: Pregunta N° 3 de la encuesta.

Al momento de realizar los trámites no son atendidos satisfactoriamente el 45 % de los encuestados, y el problema radica en no cumplir con éxito lo planificado para su comunidad, tener que esperar a una nueva cita debido que el Sr. Alcalde

no se encuentra en el la Oficina ya que son recibidos por el asesor que mucho de los casos no puede resolver sus necesidades y problemas.

### ***2.10.3 Análisis de la Ficha de Observación.***

Por medio de la ficha de observación se puede advertir que los usuarios tienen dificultad al no poder resolver sus inquietudes a la brevedad posible ya que no se encuentran con el Alcalde y es por eso que piden que se les atienda de ser posible dos veces a la semana en jornada completa de trabajo de 8 a 12 am y de 14:00 a 18:00 pm ya que les facilitan 45 cupos desde las 8 de la mañana hasta las 10 de la mañana es por eso que no están satisfechos con la atención que les brinda la Alcaldía.

La secretaria les da buenos valores al momento de atender a los clientes como el respeto, amabilidad, sencillez, responsabilidad y confianza. Pese a esto no existe una satisfacción de los usuarios.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**HUMANÍSTICAS**  
**SECRETARIADO EJECUTIVO GERENCIAL**

Objetivo:

Ayudar a la recolección de datos, referido a un objetivo específico, en el que se determinan variables específicas para dar soluciones a los posibles problemas.

Ficha de observación

Hallazgos

**1.- ¿Satisface a la colectividad con su Atención?**

Al momento de dar la respectiva atención por parte de la Secretaria, muchos de los usuarios que acuden a la Alcaldía no se sienten satisfechos debido a que no se les da lo que ellos esperan.

**2.- ¿Se resuelven problemas mediante diálogos?**

Mediante la información recibida por parte de los usuarios a través de la encuestas, casi siempre se resuelven problemas mediante el dialogo en su totalidad están satisfechos.

**3.- ¿Qué recomienda a la Alcaldía del Cantón Latacunga?**

Aplicar las normas de calidad, para que pueda con éxito satisfacer las necesidades de los usuarios y así ser una Institución de Prestigio.

**4.- ¿Cómo es la relación de la secretaria con los usuarios?**

Con lo obtenido anteriormente los usuarios dicen que la relación es buena en un 55% esto quiere decir que no hay dificultad para comunicarse con ellos.

## ***2.11. Comprobación de la Preguntas Directrices.***

### **1.- ¿Cuáles son los fundamentos teóricos conceptuales relacionados con las normas de calidad de servicio y atención al cliente?**

De acuerdo a la investigación realizada en la Alcaldía se debe tener un lenguaje apropiado para dar un buen trato a los clientes, razones por las cuales se utiliza una palabra adecuada cualidades que debe tener el lenguaje para que se sientan bien los clientes, para que hablen bien de la institución, para que los clientes entiendan con facilidad, expresiones claras, sencilla y correctas con el fin de poner en práctica los conceptos adquiridos del primer capítulo, para de esta manera mejorar el servicio que proporciona la Alcaldía de Latacunga.

### **2.- ¿Cuál es el grado de aplicación de las normas de calidad de servicio y atención al cliente en la Alcaldía del Cantón Latacunga?**

Mediante la investigación realizada en la Alcaldía se ha podido constatar, que el grado de aplicación de las normas de calidad no es muy buena porque existe una inadecuada atención al cliente, no cumplen en su totalidad con las expectativas de los beneficiarios, lo que provoca la insatisfacción, de acuerdo a la observación y los resultados obtenidos de las encuestas.

### **3.- ¿Cuáles son las características que debemos tener en cuenta para el establecimiento de las normas de calidad de servicio y atención al cliente en la Alcaldía del Cantón Latacunga para que mejoren la calidad del servicio en esta institución?**

Se concluye que la elaboración de las Normas de Calidad de Servicio y Atención al Cliente ayuda a la institución, a optimizar el servicio que proporciona, ya que éste se convierte en una guía para personal administrativo especialmente aquellos que tienen relación directa con los usuarios.

### ***2.11.1 Conclusiones y Recomendaciones.***

#### **Conclusiones**

- Todos los usuarios, de una u otra forma necesitan de una buena atención en el servicio en la Alcaldía del Cantón Latacunga por algún trámite que acuden.
- La secretaria que labora en la Institución, necesita mejorar el servicio y la atención a los usuarios.
- La secretaria de la Alcaldía del cantón Latacunga está capacitada para brindar un servicio de calidad de atención a los usuarios.
- Existen programas específicos de capacitación y evaluación a la secretaria en lo referente a la atención a los usuarios.
- El grado de satisfacción en la atención al cliente, cumple con las expectativas de los usuarios debido a diversas circunstancias como son: buenos servicios básicos, buenas instalaciones eléctricas.
- El señor Alcalde no se encuentra en la Institución, para poder dialogar con los usuarios y solucionar sus trámites no es suficiente hablar con el asesor.
- Los usuarios resuelven sus conflictos sin el dialogo, debido a que no alcanzan a obtener su cita y la postergan para la siguiente semana.

## **Recomendaciones**

- Brindar un servicio oportuno, eficiente y eficaz a los clientes en todo momento que lo requieran en la Institución.
- Ofrecer una atención de calidad, basado en los principios de respeto, igualdad y calidad para todos y cada uno de los usuarios dentro de la Alcaldía.
- El alcalde debe gestionar acciones encaminadas a complementar los servicios de calidad y el buen vivir de la ciudadanía.
- La atención brindada por parte de la secretaria debe ser evaluada periódicamente para descubrir efectos negativos en la atención a los usuarios.
- Elaborar programas de atención al cliente, para mejorar las relaciones, permitiendo mejorar las normas de calidad en el servicio y atención a los usuarios en la Alcaldía del Cantón Latacunga.

## **CAPITULO III**

### **3 Diseño de la Propuesta**

**TEMA: “Normas de Calidad de Servicio y Atención al Cliente, en la Alcaldía del Cantón Latacunga en el año 2011-2012”.**

#### **DATOS INFORMATIVOS**

**Institución Ejecutora:** ALCALDÍA DEL CANTÓN LATACUNGA

#### **BENEFICIARIOS**

**Directos:** Secretaria Ejecutiva

**Indirectos:** Público en General

**Ubicación:** Av. Calle San Vicente Mártir, General Manuel Maldonado y Sánchez de Orellana, frente al parque Vicente León.

#### **TIEMPO ESTIMADO PARA LA EJECUCIÓN**

**Inicio:** Marzo 16 del 2013

#### **EQUIPO RESPONSABLE:**

Ana Lucía Gutiérrez Chicaiza

Jesica Marlene Pilatasig Chaluisa

### ***3.1 Antecedentes***

La Alcaldía del Cantón Latacunga, es una entidad que ha sido creada desde hace muchos años, el cual empezó con personal y trabajadores especializados en diferentes ramas, ya que su población era mínima. Es una entidad pública en la ciudad, está asumiendo responsabilidades en diferentes áreas, a pesar de todo no logra satisfacer la necesidad de los usuarios que acuden los días martes, se observa serios espacios vacíos en la atención al cliente.

La Alcaldía del Cantón Latacunga, así como el personal secretario, se caracteriza por ser una entidad pública, con objetivos de satisfacer las necesidades de los usuarios en cuanto a la atención al cliente que acuden para resolver problemas para su comunidad.

Pero los conocimientos, en nuestros días, tienen fecha de caducidad y ello nos obliga ahora más que nunca a establecer garantías formales e informales para que los ciudadanos se unan en una sociedad que exige a los profesionales una permanente actividad de formación y aprendizaje.

Somos testigos de que, conforme a la economía del conocimiento va avanzando, ha existido un movimiento desde la manufactura hacia el servicios basados en conocimiento especializado.

Estos cambios influyen enormemente en las profesiones, tanto en las tradicionales como en las que están emergiendo.

La constante exigencia de innovación exige a los oficinistas la denominada “capacitación” que actualiza constantemente su personalidad en el servicio y atención al cliente.

### ***3.2 Justificación***

Mediante esta investigación, es importante conocer las falencias que existen en la atención a los usuarios, por parte del secretariado, la atención al cliente es de relevante calidad dentro de toda institución, sea esta pública o privada y más aun tratándose de una Institución como la Alcaldía, además permite conocer más de cerca los problemas por los que atraviesan los usuarios.

El presente trabajo es de utilidad práctica, porque permite brindar una buena atención a los usuarios, por lo tanto se ha visto la necesidad de crear, Las Normas de Calidad de Servicio y Atención al cliente, con la finalidad de mejorar el servicio que brinda la institución, convirtiéndose en una ayuda para alimentar el conocimiento de aquellas personas que tienen estrecha relación con el cliente.

La presente investigación se basa en las encuestas a los usuarios con el fin de llegar, a conocer las falencias existentes en las Normas de Calidad de Servicio, es de fácil comprensión para el personal de la institución, el mismo que aporta un mejor desempeño e interacción con el usuario.

Este tema de investigación, de atención al cliente tiene como importancia el mejoramiento de calidad en el servicio que brinda la secretaria de la Alcaldía.

Se debe recalcar que esta institución no cuenta con una buena atención a los usuarios referente a atención al cliente motivo por el cual, el personal no está completamente capacitado y por ende el servicio que brindan no es apto, provocando así insatisfacción a sus usuarios.

Por ello es indispensable el uso de una buena Norma de Servicio y Atención al Cliente, cuyo contenido va acorde a las funciones que desempeña el personal de dicha institución.

Este trabajo es factible porque cuenta con los recursos económicos, materiales y humanos, los mismos que serán invertidos por parte de las investigadoras, a través

de un cronograma de actividades establecidas, logrando un verdadero trabajo claro y preciso.

Así mismo es importante tomar en cuenta estos aspectos porque son temáticas indispensables para la realización del tema seleccionado en el campo de la investigación.

Para la ejecución de este trabajo de investigación existe limitaciones se puede encontrar, la falta de atención por parte de la secretaria, otras actividades fuera de la localidad o provincia, no permitir facilitar datos por cuestiones de reserva, no cumplir con los horarios establecidos de trabajo.

Mediante la observación se ha notado la insatisfacción por parte de los usuarios, es decir que la autoras han planificado ayudar a mejorar el servicio y la calidad de atención a los usuarios que brindan en la Alcaldía del Cantón Latacunga.

### ***3.3 Objetivos***

#### ***3.3.1 Objetivo General***

- Elaborar las Normas de calidad de Servicio y Atención al Cliente en la Alcaldía del Cantón Latacunga, Provincia de Cotopaxi en el año 2011-2012, para mejorar la calidad de servicio a los usuarios.

#### ***3.3.1.1 Objetivos Específicos***

- Aplicar los requisitos y necesidades del usuario en la definición de calidad al secretariado del Alcaldía.
- Utilizar contenidos de fácil comprensión, uso y excelencia para relacionarse de mejor forma con los usuarios.
- Desarrollar un instructivo de atención al cliente por parte de los funcionarios de la Alcaldía del Cantón Latacunga.

### ***3.4 Propuesta***

La propuesta que presentamos tiene directa relación a mejorar la calidad, la eficacia y la eficiencia, en la atención que la alcaldía del Cantón Latacunga, entregue a quienes reclaman la atención de los servicios, se basa fundamentalmente en una serie de procedimientos y conocimientos que inciden en la calidad de estos.

Históricamente la burocracia ha cumplido un papel casi ineficiente en el desarrollo del país, ineficiencia que se ha demostrado por no contar con ciertas normas, que generen calidad en el servicio, esto es precisamente el aporte fundamental de esta tesis, por eso se señala en la misma una serie de compromiso, responsabilidades y metodologías tendientes a mejorar el servicio y atención al público.

Las investigadoras consideramos que la mala atención no es un asunto coyuntural, es más bien un asunto estructural, por eso pensamos que para romper estas estructuras, son necesarios una serie de enunciados teóricos que al ir periódicamente aplicándose, cambiaría el estilo y el accionar burocrático.

Esta institución demuestra la capacidad de brindar un servicio a los usuarios, pero con ciertas deficiencias en la atención al público; por lo cual las investigadoras creen en la necesidad de mejorar la Norma de Calidad de Servicio y Atención al cliente, por parte del secretariado que labora en esta Institución por lo que mencionamos ciertos parámetros:

- Incrementar dos días de atención a los usuarios los días martes y jueves.
- Aumento de horas por lo menos 5 horas de atención.
- Entregar 40 cupos en la mañana y 40 en la tarde.
- Un uniforme adecuado para cada día.
- Se tenga la ayuda de un guardia de seguridad.
- Tener el dialogo personalmente con el Alcalde.

- El secretariado se capacite periódicamente.

Una de las características de la sociedad en la que se vive tiene que ver con el hecho de que el conocimiento es uno de los principales valores de los ciudadanos. El importe de la sociedad actual está directamente relacionado con el nivel de formación de los usuarios, la capacidad de innovación y emprender que estos poseen.

La propuesta no es un conjunto de remedios infalibles que van a curar el mal endémico de la ineficacia burocrática, son enunciados que si se logran introducir en una nueva mentalidad laboral, se convertirían en una ayuda sustancial en el desarrollo del aparato estatal en este caso de la Alcaldía, y que con la práctica diaria se obtendrían resultados de calidad.

Tampoco es un asunto peyorativo, cuando decimos que la atención al público merece cambios sustantivos, sino que es el resultado de nuestras investigaciones, que nos indican que existen comportamientos reñidos con la calidad en la prestación de los servicios.

Para enriquecer nuestra propuesta a continuación señalamos:

1. Satisfacer las necesidades de los clientes a través de un servicio eficiente, ágil y confiable.
2. Contar con soluciones tecnológicas estables, impulsando una adecuada gestión de la tecnología y manejo de la información, mediante la mejora continua de los procesos tecnológicos.
3. Anticipar las necesidades de nuestros usuarios a través de un proceso formal de innovación de servicio y calidad en atención a los usuarios que nos permita facilitar las Normas y diferenciarnos de otras Instituciones.
4. Ser un equipo comprometido con la excelencia y el mejoramiento continuo de nuestros procesos y servicios.

5. Mejorar la utilización de los recursos y relaciones de la Institución con sus clientes y colaboradores para maximizar la rentabilidad en el corto plazo.
6. Apoyar el desarrollo sostenible del Departamento de la Alcaldía a través de nuestro tema Normas de Calidad de Servicio y Atención al Cliente.
7. Cumplir con los requerimientos y obligaciones establecidas así como practicar con las políticas internas de nuestra Institución que son las que enmarcan nuestro campo de acción en cada uno de los servicios y atención a los clientes.

En lo que respecta a los ámbitos de desarrollo: institucional para un buen gobierno, económico sostenible, social incluyente y ambiental sustentable. En lo particular al segundo eje rector de este plan de Gobierno de nueva generación.

Concebido como un proceso permanente, innovador al interior y exterior de la administración, amable, eficiente y transparente, que respete el tiempo del ciudadano y que amplíe los canales de participación en todos los ámbitos de las decisiones públicas, que genere una nueva cultura del servicio y de la gestión pública, un gobierno profesionalizado para hacerlo más consciente de su papel social y productivo, un gobierno creativo cuyos resultados puedan ser evaluados por indicadores programáticos cuantitativos, y cualitativamente por la percepción de la sociedad. Basado en el diseño de Normas de Calidad con un enfoque de innovación y liderazgo, una administración eficiente de los recursos, a través de la evaluación integral del impacto de los programas, así como la retroalimentación que desarrolle un gobierno competitivo generador de oportunidades de progreso para todos los ciudadanos.

***Propuesta de una nueva Metodología de Atención al Público en la Alcaldía del Cantón Latacunga.***

En toda relación sociológica, es decir donde intervienen personas que mutuamente se necesitan, es fundamental la existencia de los siguientes procedimientos.

### **1. Las empatías.**

Es decir la primera parte de todo proceso sociológico, que va a facilitar el entendimiento entre las partes, permitiendo a que fluyan las relaciones de manera fácil y dinámica.

### **2.- El autoestima.**

Las partes requieren sentirse valoradas, el que va a pedir un servicio se considera que lo está haciendo en aplicación a sus derechos ciudadanos, lo que eleva su autoestima y genera buenos procedimientos para solicitar un servicio; mientras que el oficinista encargado de estos trámites debe sentirse seguro de que sus funciones sirven a la colectividad, lo que también eleva su autoestima, por consiguiente ambas partes entran en una etapa de confianza y amistad, tan útiles en toda relación humana.

### **3.- La presentación.**

La imagen que entrega una persona influye mucho para la realización efectiva de los actos diarios, por consiguiente el funcionario público que atiende una oficina debe presentarse muy sobrio, no es necesario la elegancia, pero si el aseo de persona y sus ropas, esto logra creer que el demandante de los servicios, merece el respeto del funcionario público; igual cosa debe suceder con la persona que acude a las dependencias municipales, una persona bien presentada y aseada siempre impone respeto y esto se convierte en un mecanismo donde mutuamente las partes autogeneran voluntad y aprecio, que luego servirá de mucho en la prestación de servicios municipales.

Por consiguiente una secretaria bella, no físicamente si no espiritualmente, dará un toque especial a su trabajo, pues este será la imagen más fiel de quien es ella, de ahí que un funcionario deba agenciarse en el cuidado de su imagen procurando estar siempre bien arreglado y aseado con todo el ropaje que cubre su figura.

#### **4.- Los buenos modales.**

Este es un asunto que refleja quiénes somos y como es nuestra casa materna, una persona bien formada deberá iniciar todo compromiso social con un fraternal saludo, a través del cual haga quedar bien a la Institución que representa, pues en ciertos momentos no es el funcionario el que saluda, si no la institución para la que trabaja, igualmente al despedirse no debe faltar los sentimientos de gratitud, vivamente expresados con un “ muchas gracias” esperándose que el funcionario sea reciproco y ofrezca prestar su contingente cada vez que sea necesario, esta actitud mutua generara sinergias y hace compatibles una relación interpersonal.

#### **5.- La creatividad.**

Por más que el trabajo sea el mismo todos los días, el funcionario público, jamás puede caer en la rutina, un procedimiento así lo vuelve mediocre, la creatividad hace que pueda cumplir de mejor manera sus funciones, el buen carácter, la simpatía y la eficiencia demostrara calidad en el servicio, a esto súmese la cortesía y la eficacia, otorgara al trabajo nuevas dimensiones y originara alegría para ir a trabajar, esto no se llama únicamente buenos modales, es esa cosa interna que debemos tener las personas para atraer sinceramente a otras, en abono para mejorar los compromisos adquiridos en un puesto burocrático.

#### **6.- Ética y valores.**

La ética es el conjunto de valores positivos que debe tener una persona, el tenerlos garantiza una eficacia en el trabajo, jamás se pueden esperar regalos o peor cohechos en una institución pública, se debe trabajar para devengar un sueldo y lo más importante trabajar para sentir la felicidad que otorga el deber cumplido y la satisfacción de servicio a la comunidad.

Lamentablemente en el Ecuador, el servicio público, en muchas ocasiones ha sido nido de corrupciones, en todo sentido, algunos funcionarios especialmente los de alto rango, han salido con dinero dudoso de las instituciones públicas.

Si bien es verdad que el honorable manejo de la cosa pública es una virtud ética, también lo es el negarse a los vicios sociales, nada más excluyente y perturbador, que un funcionario público que atiende con el humo del tabaco por delante, o con el olor nauseabundo de haber ingerido licor, esto y sus ojos trasnochados y sanguino lientos dan una pobre imagen del funcionario público.

### **7.- La responsabilidad.**

Muchas veces se observa que cuando se realiza un trámite público, el encargado le solicita volver la próxima semana, cuando ese trabajo si hubiese la voluntad de trabajarlo lo haría en una hora, esto ha desprestigiado a la burocracia, en otras ocasiones no es raro ver a una secretaria hablando por teléfono de asuntos de orden personal, sin atender debidamente al que solicita sus servicios, estos actos irresponsables han motivado para que al funcionario público peyorativamente se lo llame burócrata y se lo mire abajo en la escala social; sería interesante que en la Alcaldía, los tramites sean atendidos prontamente, con educación y esmero, es decir demostrando responsabilidad en el trabajo.

### **8.- Lealtad a la Institución.**

Erróneamente se ha creído que ser leal a la institución, es ser leal al jefe y a los compañeros, la verdadera lealtad institucional, está en el servicio prestado a la comunidad, que es lo que le hace grande y prestigiosa a una institución pública, así pues entonces la lealtad primera es con el pueblo que requiere los servicios institucionales, esto no quiere decir que con el jefe y los compañeros tenga que ser desleal, pero tampoco es posible que un buen funcionario público caiga en el adulo y el servilismo, en la Alcaldía de Latacunga nunca debe olvidarse este principio de lealtad institucional es lealtad al pueblo que requiere de sus servicios.

### **9.- Eficacia y Eficiencia.**

El resultado final de todo trabajo debe ser valorado en la eficacia y eficiencia del mismo, es decir en la agilidad para ejecutarlo y en el impacto que este causa, para esto un buen funcionario público debe estar preparado, en la administración, en

los objetivos, procedimientos y logros de su dependencia, para ayudar correctamente a quienes solicitan la prestación de un servicio.

### 3.4 Desarrollo de la Propuesta

#### 3.4.1 Normas de Calidad de Servicio y Atención al Cliente

##### 3.4.1.1 Incrementar dos días de atención a los usuarios los días martes y jueves.

Tabla N° 14

<b>Alcalde</b>	<b>Secretaria</b>	<b>Usuarios</b>	<b>Días de Atención</b>	<b>Calidad de Atención</b>
Arq. Rodrigo Espín	Fanny Arcos	Martha Medina	Martes-Jueves	Muy Buena

*Elaborado por: Las Investigadoras*

En lo que se refiere a los días de atención las investigadoras proponemos que se realice durante la semana por lo menos dos días de atención a los usuarios, los días martes y jueves debido a que hay una gran cantidad de usuarios que no alcanzan hablar personalmente con el Alcalde, ya que no son suficientes los tickets que se les proporciona para solucionar los problemas que requieren los usuarios.

##### 3.4.1.2 Aumento de horas por lo menos 8 horas de atención.

Tabla N° 15

<b>Alcalde</b>	<b>Usuarios</b>	<b>Incrementos de horas</b>	<b>Consejo Directivo</b>
Propone lo expuesto de los usuarios al consejo.	Piden aumento de horas	8 horas diarias por lo menos 2 días a la semana	Tomar la decisión de aprobar o desaprobar el aumento de horas

*Elaborado por: Las Investigadoras*

De acuerdo a las normas de calidad de servicios que proponemos hemos visto las necesidades de incrementar 8 horas por petición de los usuarios porque no es suficiente para poder cumplir con sus respectivos trámites en la Alcaldía del Cantón Latacunga, con la ayuda del señor Alcalde y con el Consejo Directivo con el incremento de horas.

**3.4.1.3 Entregar 40 cupos en la mañana y 40 en la tarde.**

Debido al insatisfacción de los usuarios por no poder dialogar personalmente con el Alcalde se ve la necesidad de pedir cupos 40 en la mañana 40 en la tarde para solucionar los problemas en la Alcaldía ya di poder cumplir a cabalidad con los objetivos de cada usuario espera.

**3.4.1.4 Un uniforme adecuado para cada día.**

Tabla N° 16

<b>Miembros de la Alcaldía</b>	<b>Traje lunes y jueves</b>	<b>Tarje del día viernes</b>
Alcalde	Terno formal	Ropa casual
Asesor	Terno formal	Ropa informal
Secretaria	Terno formal	Exterior

*Elaborado por: Las Investigadoras*

La imagen de los Directivos de la Alcaldía representa a la Institución, es por eso que hemos propuesto que su traje sea de lunes a jueves formal y el día viernes informal para que demuestren su personalidad a la hora de atender a los usuarios que así se sientan bien consigo mismo.

**3.4.1.5 Se tenga la ayuda de un guardia de seguridad.**

**GRAFICO N° 11**

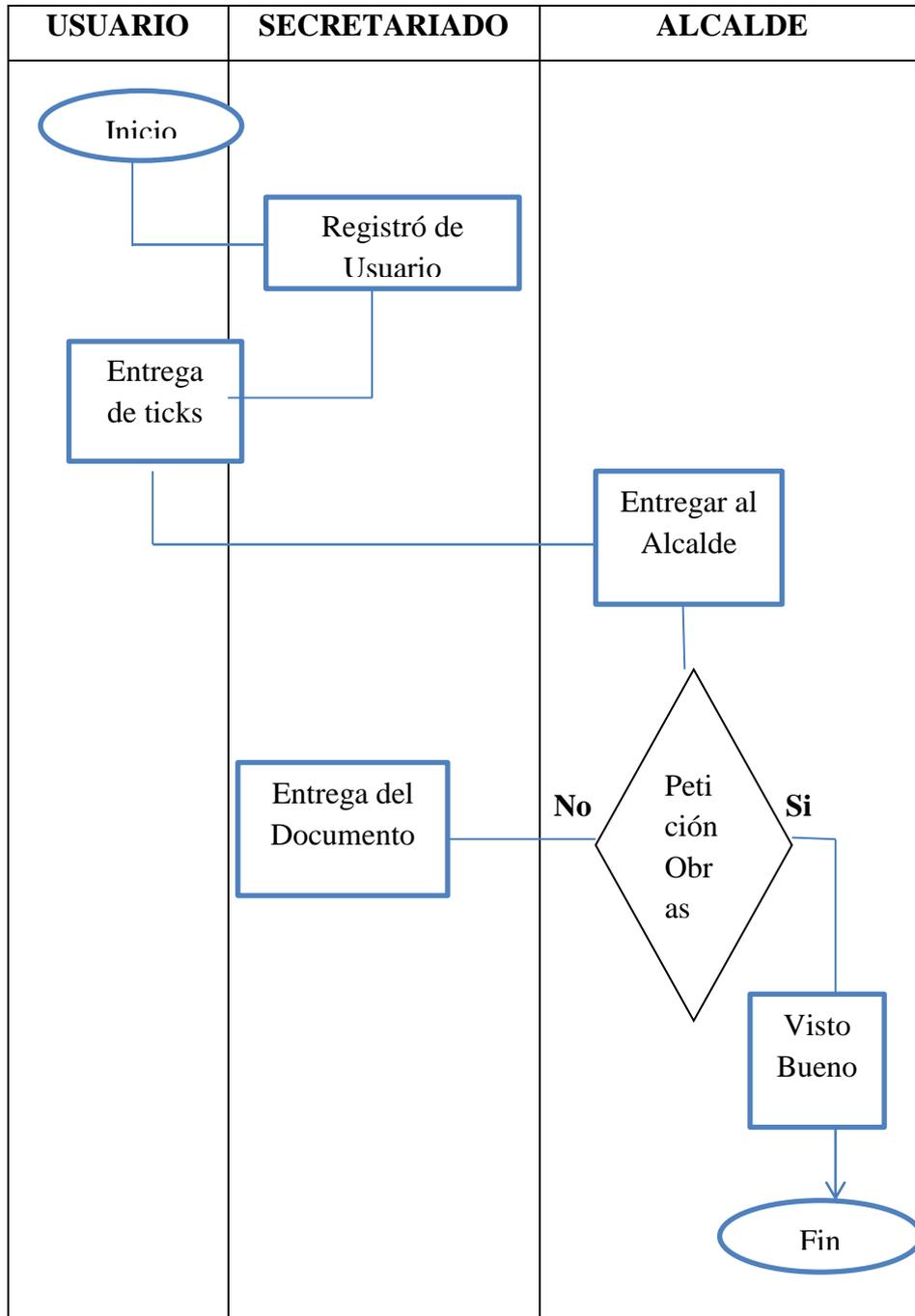


*Elaborado por: Las Investigadoras*

En la Alcaldía hace falta contar con la presencia de un guardia de seguridad por lo que las investigadoras proponemos que se contrate uno para que ayude a la secretaria y así la atención sea más eficiente y rápida, ya que los usuarios necesitan ser atendidos todos y satisfacer sus necesidades.

3.4.1.6 Tener el dialogo personalmente con el Alcalde.

GRAFICO N° 12

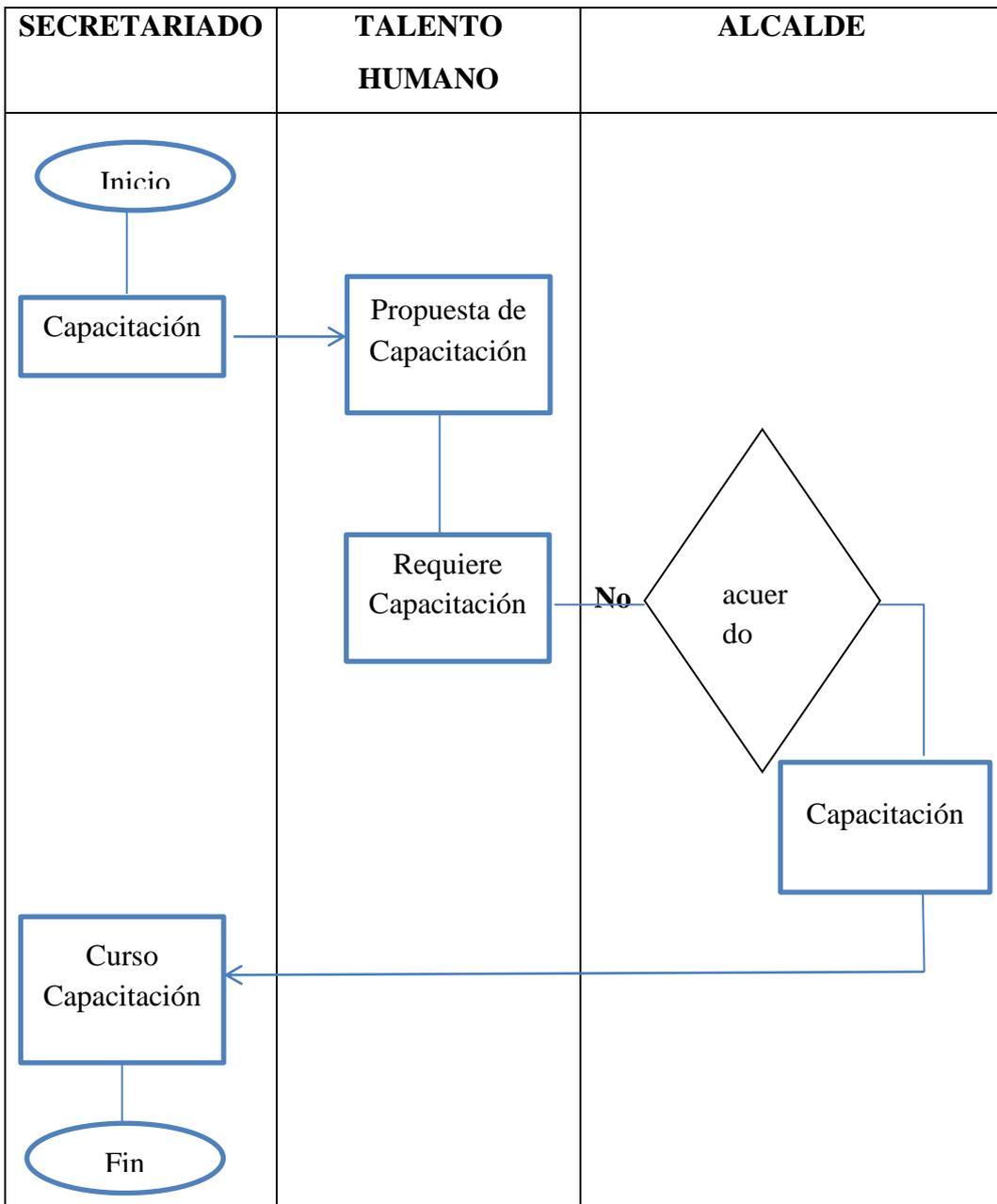


Elaborado por: Las Investigadoras

Los usuarios que acuden a la Alcaldía necesitan tener un dialogo personalmente con el Alcalde, ya que este ha sido el principal problema por la cual están insatisfechos, por lo que las investigadoras proponemos que se dé la atención personal con el Alcalde en caso de no poderlo hacerlo designe a su asesor para que solucione el conflicto y no se postergue por más tiempo.

**3.4.1.7 El secretariado se capacite periódicamente.**

**GRAFICO N° 13**



*Elaborado por: Las Investigadoras*

En esta norma las investigadoras proponemos que se realicen capacitaciones a la secretaria y a los funcionarios de la Alcaldía, con temas referentes a las normas de calidad de servicio y atención a los clientes, ética profesional, relaciones humanas, sociales y públicas, para que mejoren su servicio y así tener mucho valor institucional.

#### **3.4.1.8 Control de Registros.**

### **EJEMPLO DE CONTROL DE REGISTROS**

Tabla N° 14

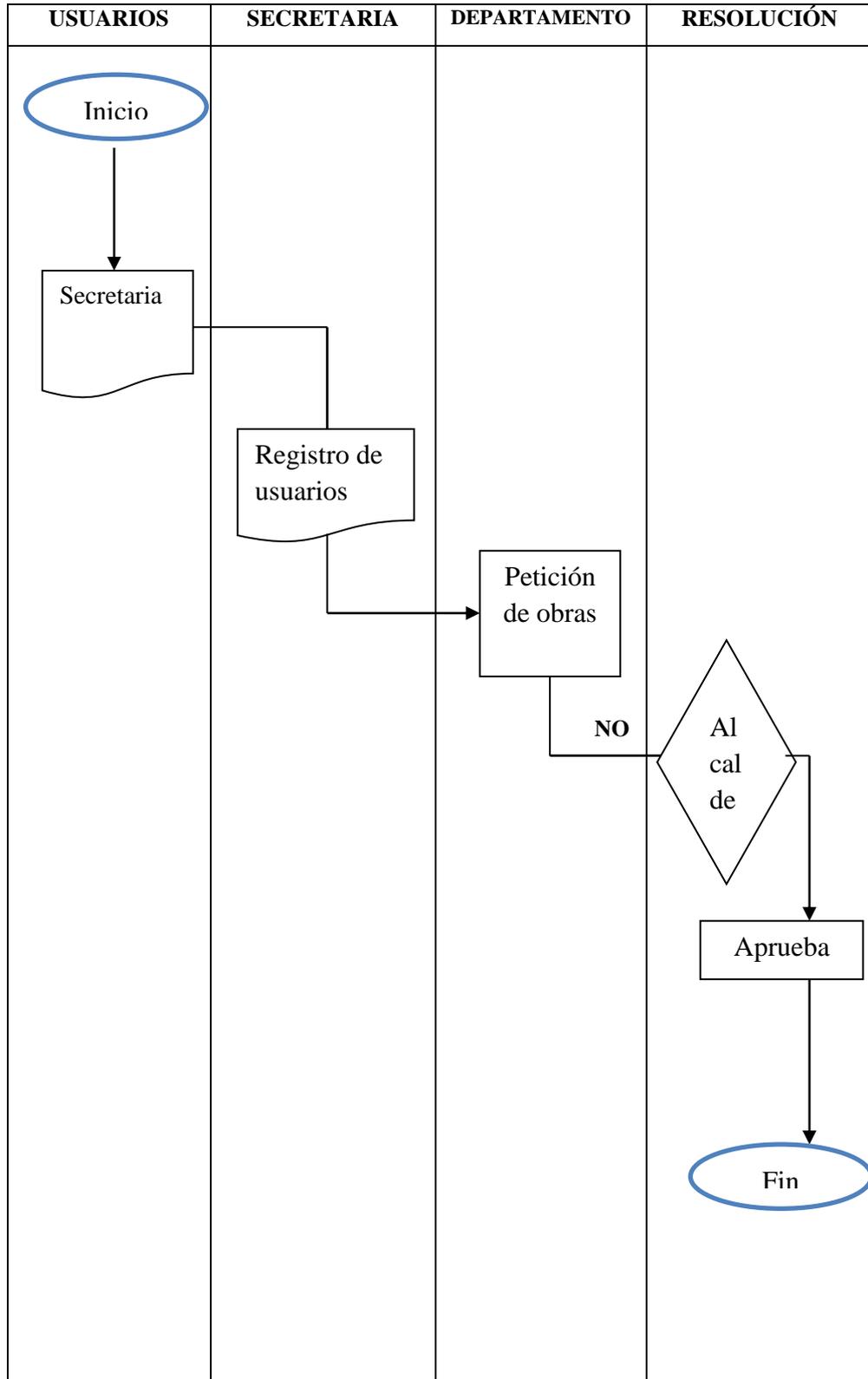
<b>HORA DE ENTRADA</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>CEDULA DE IDENTIDAD</b>	<b>ASUNTO</b>	<b>RESOLUCION</b>	<b>HORA DE SALIDA</b>
08:30	Joanna Mendoza	0503645987	Permiso de trabajo	Aprobado	08:45
08:45	Miguel Pozo	0506589457	Permiso de comercialización	Aprobado	09:00
09:00	Juan Molina	0509854785	Obras de alcantarillado	Aprobado	09:15

**Elaborado por:** Las Investigadoras

Se utilizan los procedimientos documentados para definir los controles para la identificación, acopio, vigencia y eliminación de registros.

Las investigadoras proponemos llevar a la secretaria llevar un registro que le ayude a tener un mejor desenvolvimiento para poder atender a los usuarios utilizando un adecuado control cuando acudan a la Institución.

**PROCESO DE CONTROL REGISTROS**  
**GRAFICO N° 14**

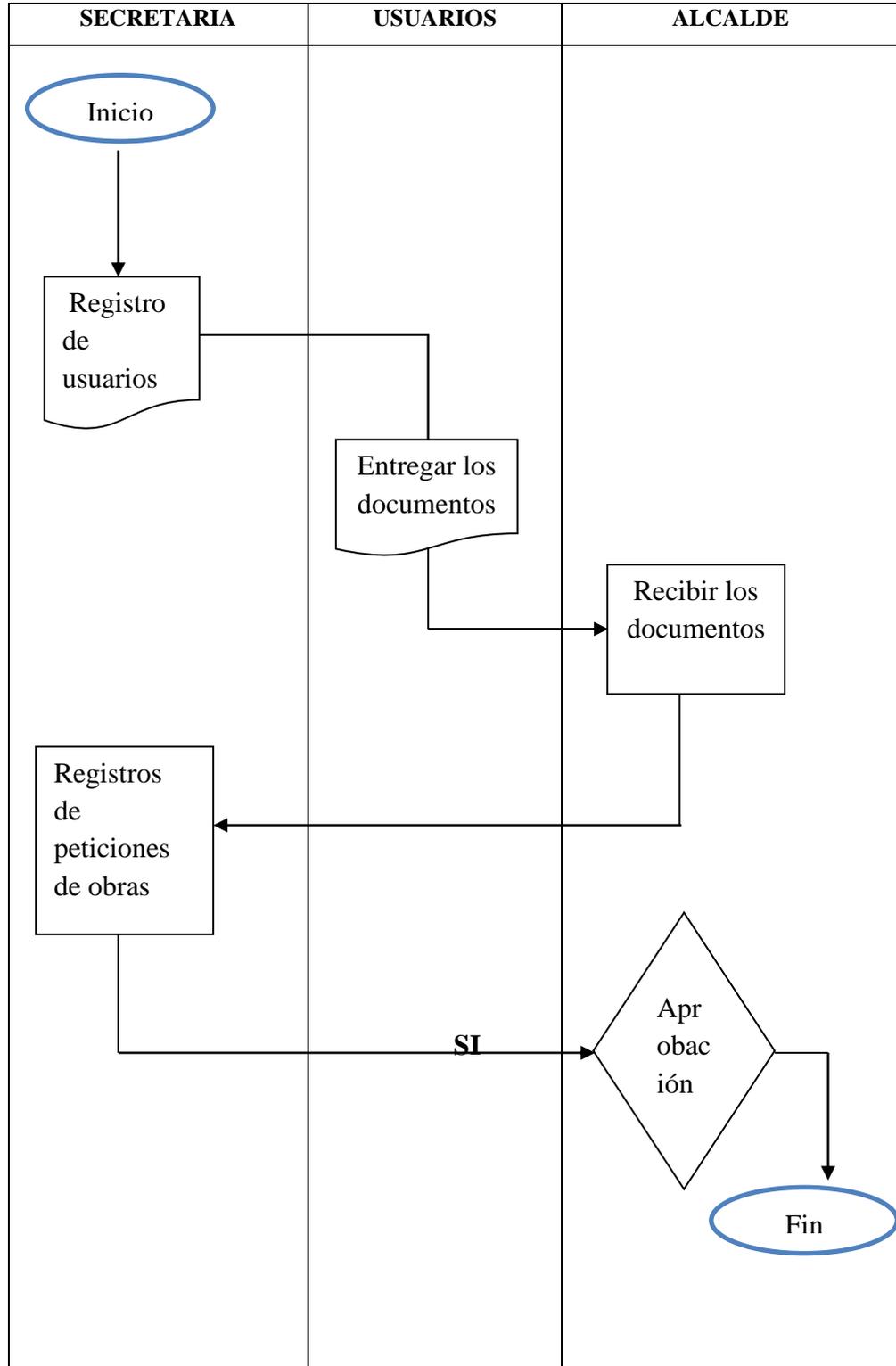


*Elaborado por: Las Investigadora*

3.4.1.9 Control de Documentos.

GRAFICO N° 15

PROCESO DE CONTROL DE DOCUMENTOS



Elaborado por: Las Investigadoras

Todos los documentos deben ser controlados y documentados. Los registros son un tipo especial de documento y deben controlarse de acuerdo con los requisitos citados en debe establecerse un procedimiento documentado que defina los controles necesarios para:

- a) Aprobar los documentos en cuanto a su adecuación antes de su emisión.
- b) Revisar y actualizar los documentos cuando sea necesario y aprobarlos nuevamente.
- c) Asegurarse de que se identifican los cambios y el estado de revisión actual de los documentos.
- d) Asegurarse de que las versiones pertinentes de los documentos aplicables se encuentren disponibles en los puntos de uso.
- e) Asegurarse de que los documentos permanecen legibles y fácilmente identificables.
- f) Asegurarse de que se identifican los documentos de origen externo y se controla su distribución.
- g) Prevenir el uso no intencionado de documentos obsoletos, y aplicarles una identificación adecuada en el caso de que se mantengan por cualquier razón.

### *3.5 Calidad en la atención al cliente.*

**Para mejorar la calidad en la atención a los clientes debemos seguir los siguientes pasos:**

#### **Responder rápidamente las solicitudes de información.**

Tratar de responder las preguntas de los clientes de ser posible dentro de las 24 horas de haberlas recibido.

#### **Responder rápidamente las quejas de los clientes.**

Responderle con la mayor rapidez posible a fin de solucionar su solicitud, ésta es su mejor oportunidad de transformar un problema en una oportunidad para conseguir buenas referencias.

#### **Responder las preguntas correctamente.**

Hablar el mismo idioma que los clientes, responder correctamente todas y cada una de las preguntas punto por punto, no dejar ninguna interrogante abierta.

#### **Cumplir lo que se promete.**

Es necesario cumplir lo prometido, el cliente siempre espera recibir más de lo debido, por lo que es importante llenar las expectativas del mismo, dándole lo que requiere y merece.

#### **Solicitar ayuda a los clientes.**

Pedir la opinión a los clientes sobre los servicios, mantener comunicación y un permanente contacto con ellos, ayudará a que la Institución se mantenga como lo esperado de los usuarios.

## **Nunca decir “No” a los clientes.**

Hay que tratar siempre por todos los medios de satisfacer las necesidades de los clientes elimine las palabras oscuras o negativas ya que estas generan rechazo a nivel subconsciente en la mente de los clientes: No lo creo; no se preocupe; ¿no le importa, verdad?; eso no es posible; no; de ningún modo.

### ***3.5.1 Principio de la Calidad de Servicio y Atención al Cliente.***

A continuación se detallan los principios que se debe seguir para mejorar la calidad de Servicio y Atención al Cliente.

- El cliente es el único juez de la calidad del servicio, por lo tanto, sus consejos son fundamentales.
- El cliente es quien determina el nivel de excelencia del servicio, y siempre quiere más.
- La Institución debe formular promesas que le permitan alcanzar sus objetivos, ganar tiempo y distinguirse de sus servicios.
- La Alcaldía debe reducir en lo posible la diferencia entre la realidad del servicio y las expectativas del cliente.

#### ***3.5.1.1 Principios de la gestión de Calidad.***

A continuación proponemos los siguientes pasos para llegar al liderazgo.

Tener un propósito.- Necesitamos sentirnos parte de un “sueño”, de una visión clara y precisa que nos emocione y nos haga vibrar.

Fomentar el desarrollo continuo de muchas pequeñas ideas.-Es difícil llegar a tener una gran idea. Es imprescindible escuchar a los grupos de interés y tener en cuenta sus necesidades y sugerencias.

Dejar fluir las emociones.-Olvidarnos en ocasiones de los datos y de la información para pensar emocionalmente y desarrollar ideas.

Rediseñar constantemente.-Buscar ideas utilizando el pensamiento lateral para buscar nuevas alternativas.

### **La mejora continua.**

Es conveniente mejorar un poco día a día y tomarlo como hábito

No se deben dejar las cosas tal como están o tener desigualdades, lo peor es un rendimiento irregular.

Se debe capacitar por su propia cuenta mediante libros, internet, etc.

No dejar las cosas que vas a realizar hoy para después o mañana.

Evaluarnos a nosotros mismos para ver en lo que hay que cambiar, o seguir con nuevas metodologías para dar un buen servicio y atención a los usuarios que acuden a la Alcaldía.

#### ***3.5.1.2 Planificación de la atención al cliente.***

Cuando una empresa toma la decisión de poner en marcha la calidad del servicio en la atención al cliente, lo primero que hace es planificar. La empresa concreta las acciones que permiten brindar un servicio competitivo en un plan que garantiza la satisfacción de las demandas que prevé recibir de todos sus clientes.

La comunicación con el cliente antes, durante y después del servicio. Para ello habrá que incluir técnicas, medios, contenido y forma de desarrollar la comunicación.

La planificación de la prestación de servicios al cliente debe cubrir una serie de etapas que permitan la consecución de los objetivos de calidad propuestos por la empresa.

En el proceso de conocer y comprender al cliente es necesario realizar dos tipos de investigación: una dirigida a conocer el mercado y otra a los clientes. La investigación de mercado busca indagar la estructura y dinámica del mercado a la cual estarán dirigidos los productos y/o servicios, identificar sectores de mercado realizar análisis demográficos y analizar las fuerzas competitivas.

### ***3.5.1.3 Fases de la planificación de la atención al cliente.***

La planificación tiene lugar en una serie de fases:

Primero se detecta la necesidad de prestar calidad en la atención al cliente.

Esta etapa se produce cuando la empresa reconoce que existe una necesidad de implantar procesos de calidad del servicio dirigidos al cliente como forma de consolidar su ventaja en la Atención.

### ***3.5.1.4 Etapas en la organización de la atención al cliente.***

Hay que cumplir una serie de etapas que resultan necesarias durante la organización de la atención al cliente.

#### **Establecer los procesos de atención al cliente.**

En esta etapa la empresa establece aquellos procedimientos de trabajo o tareas de los puestos que faciliten la aplicación de las políticas de atención al cliente.

#### **Aplicar los planes de servicio a la atención al cliente.**

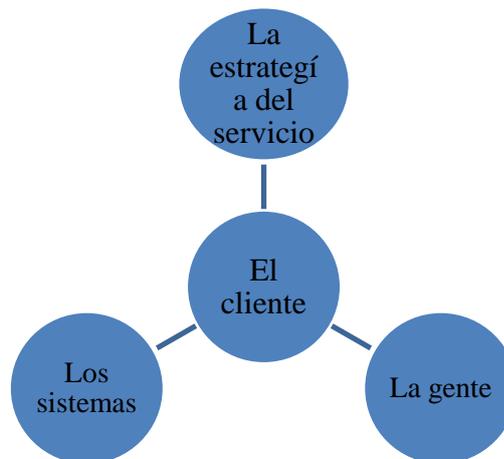
Los procesos de trabajo relacionados con la atención a los clientes son implementados en la empresa a través de los momentos críticos en la prestación del servicio son aquellos momentos en que el cliente se pone en contacto con la empresa y se forma una opinión acerca de la calidad del servicio todo el personal relacionado con la prestación de los servicios. En este momento no podemos

olvidar que todos los trabajadores tienen un papel importante en el logro de la excelencia en el servicio, aun cuando su puesto no esté en contacto directo con el cliente.

En la fase de seguimiento y evaluación hay que evaluar los niveles del servicio en todas las áreas de la organización y ofrecer retroalimentación al personal, reconociendo y apreciando sus aportaciones hacia la excelencia del servicio. Además, es necesario examinar, cuestionar y revisar continuamente los procesos, procedimientos, políticas, reglas o métodos de trabajo, que estén dirigidos hacia la prestación del servicio.

### ***3.5.1.5 El Triangulo del Servicio y Atencion al Cliente.***

**GRAFICO N° 16**



**Elaborado por:** Las Investigadoras

La figura representa los tres elementos de la estrategia de servicios, gente, sistemas los cuales giran más o menos alrededor del cliente en una interacción creativa muestra un proceso más que una estructura y obliga considerar e incluir al cliente en la concepción de servicios de atención al usuario.

El cliente es una base de institución, existe para atender las necesidades de la gente que esta prestando servicio al usuario, se necesita crear una estrategia básica por parte de la institución que sirva para diferenciar la estrategia del servicio.

La estrategia del servicio tiene que significar algo concreto valioso para el cliente, algo por lo cual esta quiera pagar, el triángulo de servicios muestra la interacción entre la estrategia, la gente de nuestra organización y los sistemas de que disponen para realizar su trabajo .

La línea conecta al cliente con la gente de la institución se explica con facilidad, es el punto de contacto. La línea va del cliente a los sistemas es muy interesante ya que son los sistemas los que ayudan a dar servicios, estos sistemas pueden incluir procedimientos abstractos tanto como equipos físicos de servicio y atención al cliente.

Las líneas exteriores se refieren a las interrelaciones entre los empleados de la institución y los sistemas, muchas veces la calidad de servicio que desearían prestar los empleados se ven obstaculizados por absurdos procedimientos administrativos, por mala atención a los usuarios.

### ***3.5.1.6 Procesos de Servicios y Atención al Cliente.***

**GRAFICO N° 17**



*Elaborado por: Las Investigadoras*

**Recepción:** Al llegar el cliente se lo recibe con un saludo.

**Atención al Cliente:** Es la gestión que realiza cada persona que trabaja en una empresa y que tiene la oportunidad de estar en contacto con los usuarios.

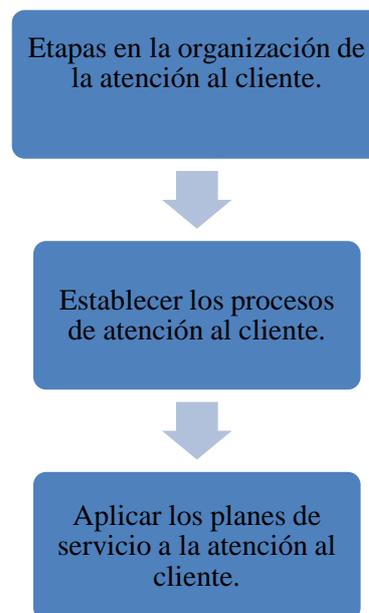
**Solución:** Es un proceso mental que supone la conclusión de un proceso más amplio que tiene como pasos previos la identificación del problema.

Las investigadoras proponemos diseñar los procesos y planes de trabajo que garanticen el cumplimiento de una buena atención, además es importante contar en esta etapa con mecanismos de seguimiento y evaluación de los resultados alcanzados en el nivel de calidad de atención al cliente.

### ***3.5.1.7 Elementos claves en la organización de la atención al cliente.***

Algunos elementos clave que se deben tomar en cuenta antes de diseñar la organización de la atención al cliente son el ciclo del servicio de atención al cliente y los momentos críticos.

**GRAFICO N° 18**



*Elaborado por: Las Investigadora*

### ***3.5.1.8 Potencial para el trato con clientes.***

Las investigadoras consideramos que los usuarios hacen referencia a ciertas características básicas que favorecen la adquisición de conocimientos y habilidades en la prestación del servicio, es por eso que es de gran importancia considerar sus peticiones y resolverlos inmediatamente en la Alcaldía.

### ***3.5.1.9 Organización Orientada hacia el Servicio al Cliente.***

Existen ciertos elementos distintivos comunes de la orientación del servicio al cliente y existen algunas señales confiables que muestran el camino al seguir, una institución está impulsada por el servicio cuando existe una estrategia clara, empleados que tienen contacto con el cliente orientados hacia el servicio y sistemas amables con los clientes para prestar sus servicios en una institución existen algunas etapas:

- Evaluar el nivel actual de la calidad del servicio al cliente
- Clasificar las estrategias del servicio
- Educar la organización
- Poner en marcha nuevas tácticas dentro del personal que se trata con el público
- Fortalecer la nueva orientación y hacerla permanente.

### 3.5.2.1 Satisfacción del Cliente.

**GRAFICO N° 19**



*Elaborado por: Las Investigadoras*

Una de las claves para asegurar una buena calidad en el servicio y atención al cliente consiste en satisfacer o sobrepasar las expectativas que tienen los usuarios respecto a la organización, determinando cuál es la necesidad que el cliente espera y cuál es el nivel de bienestar que espera que le proporcionen. La satisfacción del cliente representa la evaluación del usuario respecto a una transacción específica y a una experiencia de consumo.

Esto se convierte luego en la actitud global hacia el servicio recibido. A partir de las experiencias de satisfacción con varios encuentros de servicio, se desarrolla y se va modificando una actitud global a largo plazo sobre la calidad del servicio recibido. La satisfacción del cliente va a ser el resultado de comparar sus expectativas con la percepción del servicio recibido.

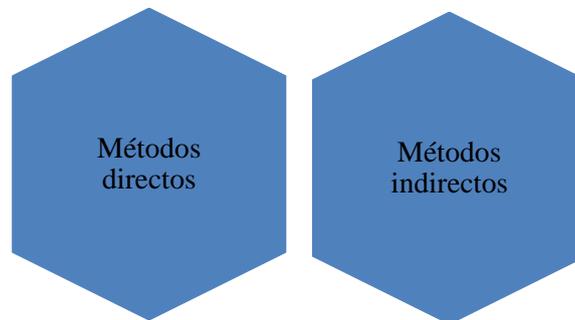
Cuando más positiva sea la percepción del cliente sobre el servicio recibido, y en la medida que se corresponda con sus expectativas, mayor será la satisfacción del usuario. Será la mejora continua la vía más eficaz para lograr satisfacer las expectativas de los clientes. Así resulta imprescindible que todos los personales se involucren en el logro de la calidad de servicio y atención al usuario.

### ***3.5.2.2 Medición de la Satisfacción del Cliente.***

La satisfacción del cliente es uno de los principales indicadores de la calidad de unos servicios y atención al cliente. Dada las características propias de un servicio, la relación entre percepciones y expectativas es relativa a cada cliente en particular.

Existen métodos directos e indirectos de obtener información acerca de la satisfacción que posee el cliente sobre el servicio que brinda una organización.

**GRAFICO N° 20**



*Elaborado por: Las Investigadoras*

### **Los métodos directos**

Incluyen el desarrollo de cuestionarios cuyo análisis ayuda a conocer mejor y acercarse más a la identificación de las necesidades y expectativas de los clientes. Algunos ejemplos de este tipo de métodos son las entrevistas cualitativas cuestionarios de satisfacción.

### **Los métodos indirectos**

Son acciones sistemáticas y estructuradas que llevan a cabo las organizaciones para la recogida, evaluación y búsqueda de soluciones a las quejas de sus clientes. Por ejemplo, sistemas de quejas y reclamaciones, buzones de sugerencias, reuniones con clientes.

Los métodos directos son más eficaces ya que permiten recibir información directamente de los clientes. Tanto los buzones de sugerencias como el sistema de quejas y reclamaciones muestran sólo una parte de la percepción que tienen los clientes del servicio recibido, aunque será necesario complementarlos con otro tipo de información para realizar un análisis más adecuado.

Las investigadoras creemos que es importante implantar un programa de retroalimentación, a través del que se proporciona a los clientes la oportunidad de expresar libremente sus opiniones en el transcurso de entrevistas personales.

#### ***3.5.2.3 Como se Construye la Calidad en la Institución.***

La calidad dentro de todo tipo de organización está orientada a la satisfacción del servicio al cliente y a la evolución de la institución. Pueden existir varias maneras de construir calidad algunas de ellas pueden ser:

- Entrega inmediata del servicio y atención al usuario.
- Atención oportuna y amable
- Transformación de servicios y atención al usuarios
- Calidad del servicios ofrecido

Otra forma de construir calidad en una institución de servicios está en la retención de clientes.

especial en las instituciones dedicadas a la entrega de servicios, por la naturaleza de estas sociedades el mejoramiento se lo puede hacer en el día a día o simplemente en la atención de uno y otro cliente.

Las estrategias de conservación serán poco favorables a largo plazo, a menos que se cuenten con una base sólida de calidad en el servicio, y de satisfacción del cliente sobre la cual construir.

El contacto constante con los clientes en las instituciones de servicios permite a sus directivos implementar nuevas formas para la atención al cliente y las pueden ajustar dependiendo de sus clientes logrando así una forma de calidad personalizada a las exigencias de cada institución pública.

#### ***3.5.2.4 Condiciones Propicias para un Servicio de Calidad.***

La autoestima es un equilibrio entre el mundo interno y el externo. Es la percepción voluntaria de mí ser, de mi manera de ser, de quien soy, del conjunto de rasgos corporales, mentales y espirituales que configuran mi personalidad y que dan razón de cómo me relaciono con los otros. La autoestima se aprende, fluctúa y la podemos mejorar. Cuanto más positiva sea nuestra autoestima.

- Más preparados estamos para afrontar las adversidades
- Más posibilidades tendremos de ser creativos en nuestro trabajo
- Más oportunidades encontraremos de entablar relaciones enriquecedoras
- Más inclinados estaremos a tratar a los demás con respeto.
- Más contentos estaremos por el solo hecho de vivir

#### ***3.5.2.5 Propósitos del Sistema de Gestión de la Calidad de Servicio al Cliente.***

Los principales propósitos es hacer un sistema de Normas de Calidad son:

Lograr la satisfacción del cliente al entregar servicios y atención al cliente que cumplan con sus requerimientos y prevenir inconformidades durante toda la red de procesos operativos.

Reducir el estilo de manejo reactivo y liberar a las administradoras de la constante intervención en las operaciones del servicio, dándoles un medio para controlar sus propias operaciones.

Identificar y especificar las actividades relacionadas con servicios para que estos sean correctos, mediante la planeación, desarrollo y documentación de los procesos.

Documentar estructuradamente la experiencia de la organización, para que sirva de base para la capacitación, el mejoramiento del desempeño del servicio y atención al cliente, de procesos y de los empleados, suministrando una serie de prácticas documentadas que reflejen las operaciones de la Institución.

Identificar, solucionar y prevenir la recurrencia de errores en la Institución, por medio de medidas para detectarlos, documentarlos y para establecer, implantar y monitorear acciones correctivas y preventivas para eliminarlos.

Determinar el desempeño de los procesos operativos, de servicios de la organización así como la satisfacción del cliente para mejorarlo, a través de la recolección, análisis y revisión de los registros generados por el sistema.

#### ***3.5.2.6 Reglas Importantes de Servicios y Atención.***

- Atención personal y amable.
- Mostrar la calidad y atención a los usuarios.
- Tener una presentación adecuada en la Institución de la Alcaldía del Cantón Latacunga.

- Tener a mano la información adecuada.
- Expresión corporal y oral adecuada.

### ***3.6 Tipos de Comunicación.***

Pues es la base de todas las relaciones, ésta consiste en la transmisión de información desde un emisor, hasta un receptor, por medio de un canal, utilizando un código compartido conocido.

En la comunicación con el cliente debe prestar atención tanto a la comunicación verbal como a la no verbal.

#### ***3.6.1 Comunicación Verbal.***

La comunicación verbal utiliza palabras habladas o escritas para transmitir el mensaje, ésta debe ser coherente con la “vía oral” y debe cuidar los siguientes aspectos.

- La calidad de la voz: La voz chillona denota ordinariéz; la quebradiza, tristeza; la serena equilibrio, seguridad y comprensión; la fuerte, autoridad.
- El volumen o intensidad de la voz, al gritar se producen sonidos muy desagradables, cuando la intensidad de la voz disminuye, el ambiente se hace confidencial e íntimo.
- Es conveniente cambiar sutilmente de intensidad de voz, de acuerdo con lo que se dice, para animar al interlocutor. Nunca se hablará en voz demasiado alta.

- El acento: Ha de utilizarse para pronunciar con claridad.
- El tono y la entonación: No es conveniente mantener el mismo tono en la conversación, cada momento requiere cierta entonación predominante.
- La palabra, pronunciación y fluidez: Determina la forma de hablar. Hay que vocalizar correctamente, articular y acentuar bien los sonidos
- Velocidad en la pronunciación: Una velocidad moderada ahorra repetición y evita falsas interpretaciones.
- Tiempo de habla: El tiempo de habla no ha de ser escaso ni descompensado, tanto para el cliente, como para el profesional, debe repartirse al 50%.
- Es muy importante dejar al cliente que se exprese sin agobiarle. Esto ayuda a detectar sus necesidades.
- El uso del lenguaje: No es conveniente utilizar tecnicismos o vulgarismos con el cliente. Utilizando el lenguaje correctamente, hemos de adaptar a su vocabulario y colocar a su nivel, sin superioridad ni dominio.
- Saber escuchar: Escuchar no consiste simplemente en callarse y oír. Una escucha eficaz es un medio para establecer el clima de confianza entre el cliente y el profesional, pues indica una actitud receptiva que el cliente agradecerá.
- Las interferencias: Hay que eliminarlas en lo posible. Agradecer el volumen de la música, evitar hablar con el secador encendido, etc.

### ***3.6.1.1 Comunicación no Verbal.***

Este tipo de comunicación llamado lenguaje corporal, se produce en situación cara a cara, ya que no comunica solamente con palabras, sino que los gestos forman parte de la comunicación, expresando emociones y sentimientos. Ambas formas de comunicación van inseparables y se utiliza simultáneamente e influyen notablemente en la impresión que puede dar a otras personas.

Los mensajes no verbales pueden cumplir varias funciones.

- Reemplazar las palabras.
- Repetir lo que se dice (decir adiós con palabras y mano).
- Enfatizar el mensaje verbal.
- Regular la conversación (con una mirada se puede regular el turno de palabras).

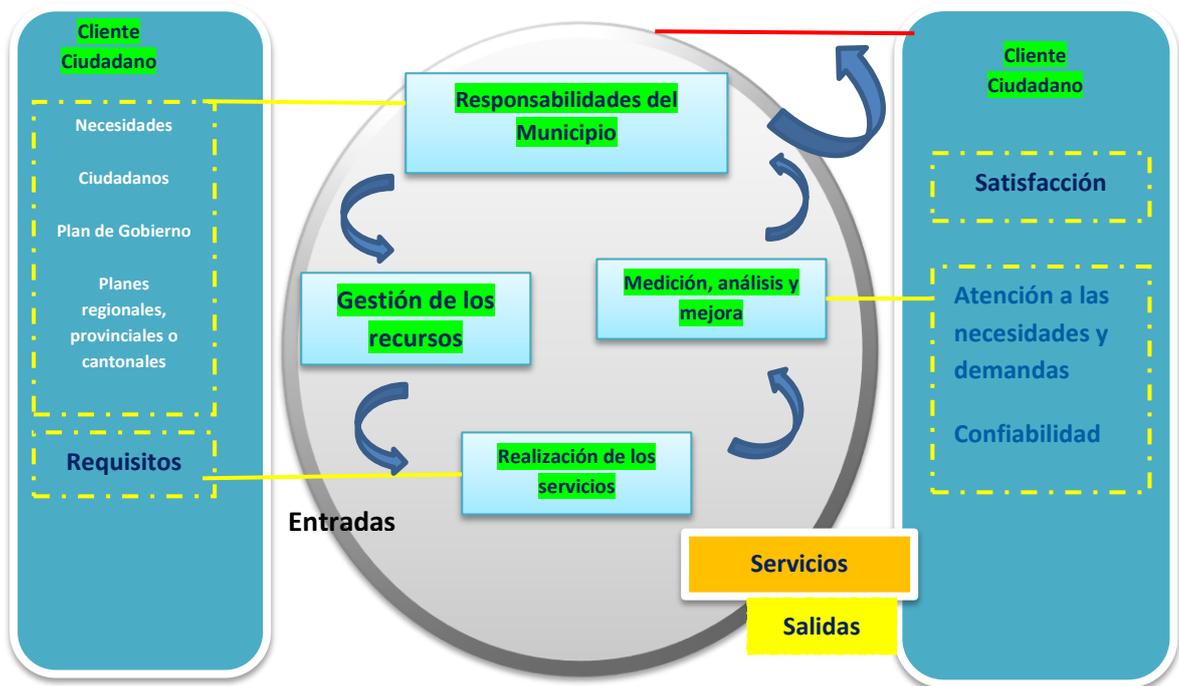
En la observación ayuda conocer al cliente a la vez que a nosotros mismos. También debe aprender a comunicar y expresar positivamente con nuestros gestos y posturas.

- Expresión facial: Es el principal sistema de señales para mostrar las emociones. Para el profesional siempre es conveniente conservar la sonrisa, pues demuestra acuerdo y entendimiento entre quienes la intercambian.
- Contacto ocular: La mirada puede abrir o cerrar los canales comunicativos. Sólo con que dos personas se miren directamente a los ojos existe comunicación.

- Establecer contacto ocular con otra persona, es una señal de comunicación, mientras que variar la mirada, significa a menudo querer evitar el contacto. Una mirada directa, pero no insistente, ni fija, puede ser un gran apoyo en la situación de comunicación con el cliente.
- Gestos y movimientos con el cuerpo: De todas las partes del cuerpo las manos son las que más amplían la expresividad del rostro, ya que a veces contribuyen a esclarecer en mensaje verbal poco claro.

### GRAFICO N°21

#### Modelo de Gestión con Sistema de Normas de Calidad



Elaborado por: Las Investigadoras

### ***3.6.2 Los Diez Mandamientos para Atender al Cliente.***

#### **El cliente por encima de todo.**

Este es el símil del primero de los diez mandamientos de Dios "Amar a Dios sobre todas las cosas", en este caso es el cliente a quien debemos tener presente antes que nada.

#### **No hay nada imposible cuando se quiere.**

A pesar de que muchas veces los clientes solicitan cosas casi imposibles, con un poco de esfuerzo y ganas de atenderlo muy bien, se puede conseguir lo que él desea.

#### **Cumple todo lo que prometas.**

Las Institución que tratan, a partir de engaños, de efectuar los servicios y atención al cliente clientes.

#### **Solo hay una forma de satisfacer al cliente, darle más de lo que espera.**

Es lógico, yo como cliente me siento satisfecho cuando recibo más de lo que esperaba. ¿Cómo lograrlo? conociendo muy bien a nuestros clientes y enfocándonos en sus necesidades y deseo de los servicios y atención al cliente.

#### **Para el cliente, tú marcas la diferencia.**

Las personas que tienen contacto directo con los clientes tienen una gran responsabilidad, pueden hacer que un cliente regrese o que jamás quiera volver, ellos hacen la diferencia. Puede que todo "detrás de bambalinas" funcione a las mil maravillas pero si una dependiente falla, probablemente la imagen que el cliente se lleve de todo el ministerio será deficiente.

**Fallar en un punto significa fallar en todo.**

Como se expresaba en el punto anterior, puede que todo funcione a la perfección, que tengamos controlado pero qué pasa si fallamos en el tiempo de dar servicio en el momento de atender a los usuarios, deben ser totalmente satisfactorias.

**Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos.**

Los empleados propios son "el primer cliente" de una Institución, si no se les satisface a ellos, cómo pretender satisfacer a los clientes externos, por ello las políticas de recursos humanos deben ir de la mano de las estrategias de Normas de Calidad de Servicios y Atención al Cliente.

**El juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente.**

Aunque existan indicadores de gestión elaborados dentro de las Institución para medir la calidad del servicio, la única verdad es que son los clientes.

**Por muy bueno que sea un servicio, siempre se puede mejorar.**

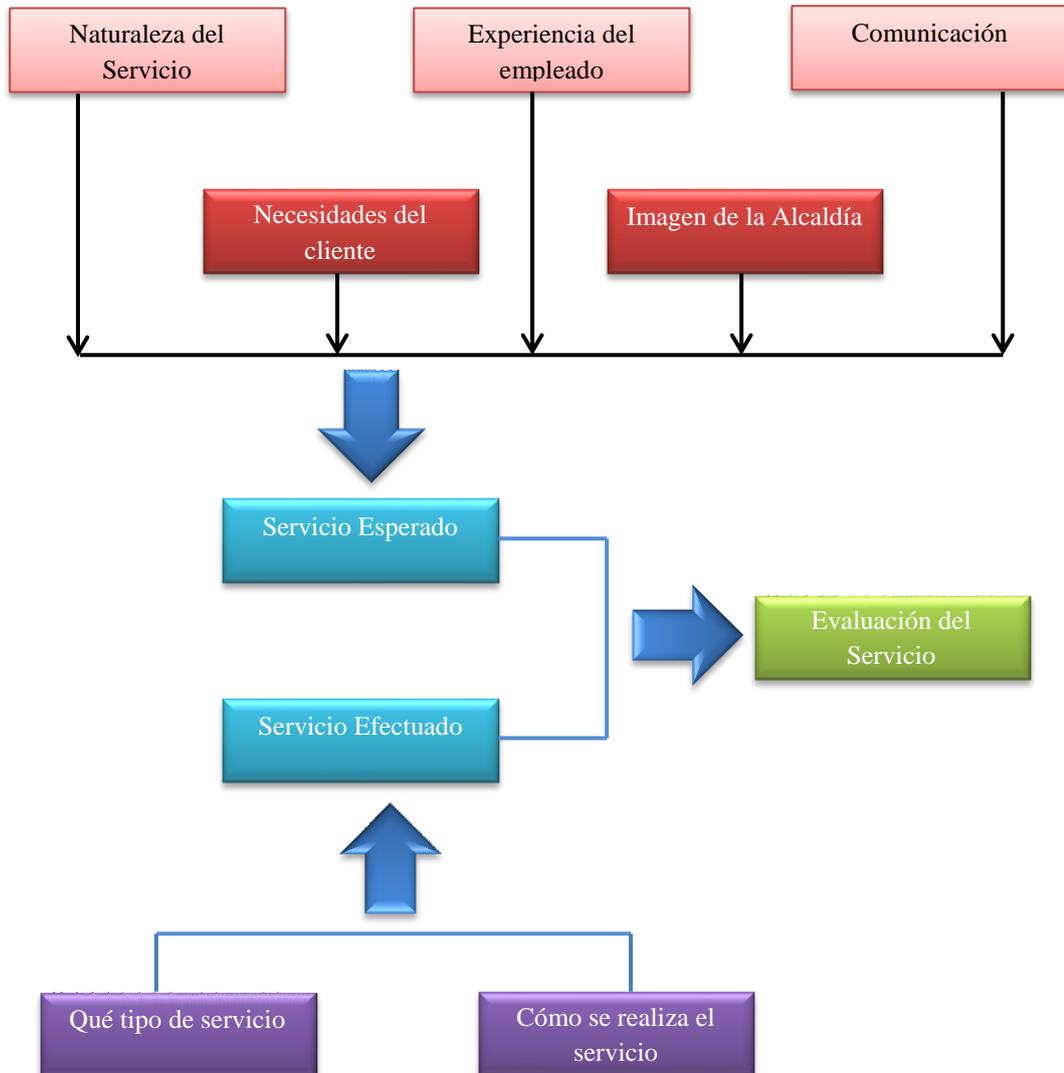
Aunque se hayan alcanzado las metas propuestas de servicio y satisfacción de los clientes, es necesario plantear nuevos objetivos, de la Normas de Calidad de Servicio al Cliente.

**Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo.**

Los equipos de trabajo no sólo deben funcionar para detectar fallas o para plantear soluciones y estrategias, cuando así se requiera, todas las personas de la organización deben estar dispuestas a trabajar en pro de la satisfacción del cliente, trátase de una queja, de una petición o de cualquier otro asunto.

**3.6.2.1 Elementos del Servicio y Atención al Cliente.**

**GRAFICO N° 22**



*Elaborado por: Las Investigadoras*

**3.6.2.2 Factores que afectan el Servicio y la Atención al Cliente.**

Mediante este estudio y de acuerdo a la propuesta la municipalidad logra detectar cuáles son sus problemas reales que tiene en atención al cliente siendo las siguientes:

- No existe un programa que permita medir y evaluar la productividad laboral dentro de cada unidad de gestión.
- No se cuenta con procedimientos escritos mediante los cuales se presenta y se lleva a cabo los trabajos.
- Incremento en los tiempos de descanso; comida, tiempo de transporte de cuadrillas, relevo de personal, entre otros, lo cual influye en el retraso de los tiempos programados e incumplimiento de las actividades en los tiempos previstos.

Se puede mejorar aunque se hayan alcanzado las metas propuestas de servicio y satisfacción del consumidor, es necesario plantear nuevos objetivos, "las necesidades no dan tregua"

Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos los empleados propios son "el primer cliente" de una empresa, si no se les satisface a ellos, cómo pretender satisfacer a los clientes externos, por ello las políticas de recursos humanos deben.

Los empleados que interactúan directamente con los usuarios de los servicios que presta el municipio deben seguir curso de oratorio para obtener confianza y afianzar su personalidad, sentirse seguro de lo que está ofreciendo ante los clientes con tanta firmeza.

Es importante destacar que atender a las personas, incluye calidad de atención que se merecen como seres humanos que son, los usuarios.

Se debe considerar la atención integral, como un medio importante para brindarla con equidad, de manera accesible, eficiente y eficaz, que permita la satisfacción del usuario hospitalario.

### ***3.7.2.3 Influencia de las Relaciones Humanas en el Servicio al Cliente.***

Seguro que todos alguna vez hemos estado en un restaurante y hemos llamado al camarero que pasaba al frente de nosotros y no nos ha contestado o nos ha dicho que esa no es su mesa o que ya nos atenderá su compañero. Este es un ejemplo de la falta de trabajo en equipo, de insatisfacción del cliente y de mal servicio.

El trabajar en equipo es una filosofía de empresa, es un ejemplo de liderazgo y representa la comunicación efectiva y eficaz dentro de la empresa; y esto se refleja el servicio que se le brinda al cliente.

Si una empresa desea obtener un servicio al cliente de alta calidad debe de contar con personal capacitado, gente con dedicación al trabajo, que les guste lo que hacen, y que estén dispuestos a contribuir con los objetivos de la organización.

La comunicación es una herramienta básica para lograr un buen servicio al cliente, buenas relaciones humanas en la empresa y con los clientes. Sin embargo hay factores que interfieren en ese camino para un adecuado desarrollo armónico de esas relaciones, factores como: demasiados niveles jerárquicos, se confunde el respeto con la autoridad desmedida o el miedo, no hay momentos para el dialogo, no se fomenta la participación, no se da información, se promueve el chismorreo, la crítica, la envidia y se practica el paternalismo exagerado. No hay formación, capacitación, no hay solidaridad, nunca hay tiempo para los demás, se huye de las reuniones.

Estas situaciones se dan con mayor o menor énfasis en gran parte de las empresas, las relaciones humanas internas se originan en la propia cultura de la empresa cuando existe o se promueven.

Si las actividades que se desarrollan en una organización no facilitan la calidad laboral en este aspecto, la dirección debe hacer un esfuerzo para alimentar el

proceso de relaciones que va a significar trabajadores más satisfechos y por lo tanto más productivos.

Nadie puede pedir un esfuerzo de los demás, ni solidaridad en el trabajo, ni que se preocupen por los demás, si no hay una excelente comunicación que sirva para entenderse mejor, preocuparnos por los demás o por el hecho de sentirnos más útiles en nuestra actividad laboral.

Una empresa nunca podrá dar un buen servicio al cliente si no se practican Relaciones Humanas eficaces, es decir conocerse mejor y ayudarse más en el trabajo.

Existen muchas formas de acercarse unos a otros como: celebración de cumpleaños, reuniones informativas, fomento de actividades culturales, sociales, deportivas, charlas, etc. Las relaciones humanas favorecen la integración en la empresa, ayudan a realizar una mejor labor de equipo, con armonía y compañerismo; y esto ayuda a que los empleados tengan una buena predisposición mental y física para brindar un buen trato y servicio al cliente.

Otro aspecto básico para dar un excelente servicio al cliente es la formación, la capacitación del personal. No debemos olvidar que los recursos humanos son muy importantes en la empresa ya que son el motor de la misma, por eso debemos capacitar constantemente, el personal capacitado puede lograr un mejor aprovechamiento de los recursos materiales existentes. Para lograr un buen servicio al cliente no basta tener buenos empleados y tecnología, sino que también la actitud del personal en su trabajo debe ser positiva, tanto en su relación con el cliente como con sus compañeros de trabajo.

#### ***3.6.2.4 Propuesta para Tipos de Clientes.***

Psicológicamente el temperamento de un individuo responde a efectos emanados del medio y de las familias, cuando las personas por las necesidades de los servicios se convierten en clientes adoptan ciertas formas de comportamiento, algunos son pasivos, otros voceros, irritados y activistas.

Por lo que de acuerdo a la propuesta, un efectivo servicio al cliente, se basa entre otras cosas de modelar el comportamiento, con las actitudes del servicio público, el mismo que debería hacer un urgente análisis del comportamiento del mismo:

#### **Clientes Pasivos.**

Si viene en forma pasiva, habrá que esmerarse en atenderle.

#### **Clientes Voceros.**

Si es un cliente vocero acostumbrado al reclamo, a los comentarios negativos, se le da la razón aunque no la tuviere, para poco a poco ir entrando en amistad e indicarle los procedimientos, no hay que perder de vista que este cliente debe ser considerado como amigos de la empresa, muchas veces nos hacen ver errores Institucionales.

#### **Clientes Irritados.**

El más difícil de los clientes es aquel que se encuentra irritado, hay que dejarle hablar todo lo que quiera, una vez desahogado tratarle con el mayor respeto y consideración, esto va a tranquilizarlo, lo que permitirá el diálogo, saliendo triunfadora de esta situación la empresa a la que representamos.

#### **Clientes Activistas.**

Aislar la Furia: Llevar al cliente a otro lado un salón privado.

Ponerse del lado del cliente: Aceptar el comportamiento del otro con calma, aunque éste sea ofensivo. Crear sensación de serenidad y demostrar interés y no indiferencia.

Decir las palabras adecuadas: Transmitir comprensión. No culpar al cliente. No dar consejos no pedidos. Eliminar palabras como “pero” y “sin embargo”.

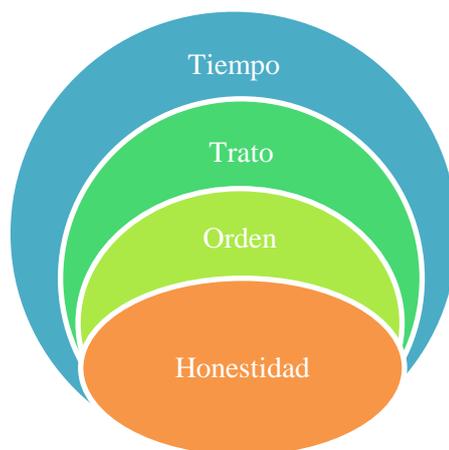
Tener comportamientos societarios: Debemos transmitir que lo vamos a resolver con seguridad y entre ambos con comportamientos investigativos: “vayamos al fondo del problema...”; sugestivos: “esto es lo mejor que podemos hacer...”; inquisitivos: “cuénteme qué pasó, quiero saber...”; analíticos: “veamos qué podemos hacer, paso a paso...”; tranquilizadores: “lo entendí correctamente?”.

Actuar en lo Personal: hacerle saber al cliente que tiene una persona real de carne y hueso tratando de resolverle el problema.

### **3.7 Atención al Público.**

La conducción de una unidad de transporte público coloca a los operadores en el sector productivo de servicios y atención al cliente éstos los entendemos como: el transporte humano remunerado que satisface alguna necesidad social a partir de criterios como.

**GRAFICO N° 25**



*Elaborado por: Las Investigadoras*

### ***3.7.1 El Servicio en el Futuro.***

La creciente transformación de una América industrial en una América de servicio, de demanda de más y mejores servicios, que aumentan día a día, hace pensar que el servicio en el futuro aumentará su importancia en la economía. Además las personas están tomando consciencia de la mediocridad existente en ciertos servicios que forman parte de su cotidianidad, y ya no desean tolerar este problema.

El movimiento hacia una economía de servicio y hacia una cultura de servicio es fuerte pero necesita mucho más para que las empresas sean más eficientes y tengan ventajas frente a la competencia. La gerencia también es un servicio y los gerentes que tratan a los empleados con fórmulas totalitarias y autoritarias están desapareciendo; una persona que trabaje en una función de servicio tiene una enorme cantidad de cosas para ofrecer a un cliente y también a la empresa, los gerentes deben aprender a pedir esa generosidad, a apreciarla y a recompensarla.

### ***3.8 Normas ISO.***

Las normas ISO, son las normas de calidad establecidas en el año 2012 y son el instrumento ideal para establecer un sistema de gestión de la calidad en una organización y sirven para. Ayudar a la Institución a manejar sus servicios de manera consistente. Lo concentran en aquellas áreas que afectan su servicio y el de sus clientes, como: Revisión de Contratos, Atención de Quejas y Reclamos, para mencionar apenas dos aspectos. Asegurar que la Institución y su equipo conozcan cómo funcionan todas las partes de su servicio. Lograr una administración transparente. Y lo más sorprendente de todo es que ayudan a aumentar los servicios de la Institución. No solamente hace con que servicios de mala calidad se vuelvan buenos sino que también se sepan las razones de la mala calidad.

Creemos necesario crear una norma o más bien estándares de calidad, de modo de mantener un control y medir el desempeño.

Los directivos de hoy enfrentan dilemas muy inquietantes, ¿cómo transitar de la situación actual a una mejora en el futuro?, para contribuir a la toma de decisiones se ha trabajado universalmente en metodologías, principios y sistemas gerenciales que dan pautas para un manejo organizacional correcto.

Los documentos, basados en experiencias y consensos, que recogen estas directrices se denominan normas; si éstas provienen de la ISO (Organización Internacional de Normalización) se opta por una guía profundamente pre-elaborada. La Organización ISO, es una estructura internacional que tiene su sede en Ginebra, la ISO fue creada después de la Segunda Guerra Mundial por 140 países representados por sus institutos de normalización; las letras de sus siglas significan “igual”.

## Conclusiones

- Al iniciar este proyecto el objetivo principal fue relacionarnos con las ramas que nos ayudarían a la investigación de atención al cliente, es por eso que las categorías fundamentales es una ayuda para poder llegar a mejorar la calidad de servicios.
- En el segundo capítulo es importante relacionarnos con la institución, saber su historia y todo aquello que antecede para tomar en cuenta lo que hay y lo que no para mejorar los servicios.
- Si se analiza también contamos con el número de usuarios, sus fortalezas, oportunidades, debilidades y sus amenazas, para poder conocer los resultados positivos y negativos en el departamento de la Alcaldía.
- En el tercer capítulo tenemos el diseño de la propuesta en el que iniciamos con lo planteado y ayudaremos a solucionar el problema que tienen los usuarios, que son los días de atención al cliente.
- Tenemos las normas de calidad de servicio y atención al cliente para así poder fortalecer a la institución con lo deseado para sus usuarios.

## **Recomendaciones**

- Analizar las categorías fundamentales porque son ramas de ayuda del tema de tesis que realizamos para poner en práctica las normas de servicio y atención al cliente.
- Analizar a fondo el FODA porque mediante ello vamos a determinar los problemas y a lo que nos estamos enfrentando en la institución.
- Realizar encuestas periódicamente para medir el grado de satisfacción que tienen los usuarios.
- Aplicar las normas de calidad es una de las alternativas para que exista una mejor atención a los usuarios de la Alcaldía.
- Poner en práctica el tema de las normas de calidad de servicio y atención al cliente, para tener una buena relación con los usuarios que acuden los días martes a la Alcaldía.
- Capacitar al personal que tiene relación con los clientes, para que mejoren sus relaciones, orientar la práctica en atención al cliente.

## **BIBLIOGRAFÍA**

### **BIBLIOGRAFÍA CITADA**

HEINZ- HAROLD, Koontz, Administración 2009, pág. 4.

SEIDEL, J.C. Relaciones Públicas, 2008, pág., 33,34.

Castro, José. Relaciones Humanas, 2008, pág. 45.

CIRIGLIANO. Gustavo. Relaciones Públicas, 2009, pág. 14.

Barlow, Carlos. Gerencia y Atención de Clientes, 2008, pág. 25.

### **BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA**

FRIGERMAN, Gregorio. Relaciones Humanas. 12 Edición. 2006.

GOMEZ- BARKING, David. Administración. Edición en Español. 2008.

VALLEJO, Jorge. Relaciones Humanas. Fundamento Psicológico. Medición. 2007.

LONGOVOY, Linón. Relaciones Públicas. Hispano Europea: Barcelona, tercera parte. 2008.

BONILLA, Carlos. Relaciones Públicas. Factor de competitividad para empresas. Edición en Español. 2006.

ENRIQUE, David. El libro práctico de la Comunicación y las Relaciones Públicas. Edición Folio, 2007.

HERNÁNDEZ, Jiménez. Las relaciones interpersonales en la infancia. Edición en Español, 2009.

SUÁREZ, María Técnicas de Oficina. Decimo Edición. 2011.

BERLO K, David. El proceso de la Comunicación. Argentina. 1 era edición Editorial. 2011.

### **BIBIOGRAFÍA VIRTUAL**

[http:// www.google.com.ec.gestión.administrativa](http://www.google.com.ec.gestión.administrativa) .2011

[http:// www.google.com.ec/bibliografia -relaciones-públicas](http://www.google.com.ec/bibliografia-relaciones-públicas).2011

[http:// www.down21.org/act\\_social/relaciones/9\\_bibliografia](http://www.down21.org/act_social/relaciones/9_bibliografia) , 2010

Comité de calidad de los servicios (2008), Guía para la gestión de quejas y reclamos de los clientes AEC, Madrid.

AENOR (2007).UNE-EN-ISO 10002 Gestión de la calidad, satisfacción de cliente.

Club Gestión de calidad (2009)- compromiso con los clientes. Gestión reclamos y quejas.

# ANEXOS

## ANEXO #1

### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

#### UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

#### SECRETARIADO EJECUTIVO GERENCIAL

Esta encuesta está dirigida a todos los usuarios de la Alcaldía de la ciudad de Latacunga con el objeto de recoger las opiniones sobre distintos aspectos relacionados con la calidad de la atención que se brinda en ella.

Luego de completar los datos informativos; leer atentamente cada pregunta antes de responder y colocar una (x) en la opción elegida.

El cuestionario es anónimo, la institución garantiza que no se identificará a quienes lo respondan.

Fecha: \_\_\_\_\_

**1. ¿Cómo califica el trabajo de los directivos de la institución?**

Muy bueno  Bueno  Regular  Malo

**2. ¿Cómo califica la actitud que tienen los directivos de la institución con los usuarios?**

Muy Respetuosa  Respetuosa  Poco Respetuosa  Nada Respetuosa

**3. ¿Cómo califica la capacidad que tiene la secretaria para atenderle a usted como usuario?**

Muy bueno  Bueno  Regular  Malo

4. **¿Cómo califica la relación que tiene la secretaria, con el usuario de la Alcaldía?**

Muy bueno  Bueno  Regular  Malo

5. **¿A usted como usuario le gusta permanecer en la institución dependiendo del trámite a realizar?**

Le gusta Mucho  Le gusta  Le gusta poco  No le gusta

6. **¿La institución brindan apoyo especial a los usuarios, para que puedan cumplir satisfactoriamente con sus trámites?**

Siempre  Casi Siempre  A Veces  Nunca

7. **¿Usted u otro miembro del grupo familiar suelen acudir periódicamente a la Alcaldía?**

Siempre  Casi Siempre  A Veces  Nunca

8. **¿En la institución se resuelven los conflictos a través del diálogo y la negociación?**

Siempre  Casi Siempre  A Veces  Nunca

9. **¿Las instalaciones de la institución son seguras, cuenta con: señalización de evacuación, extintores de incendio, salidas suficientes, buenas instalaciones eléctricas, para evitar accidentes?**

Muy Seguras  Seguras  Inseguras  Muy Inseguras

10. **La institución cuenta con servicios básicos:**

Muy Buenos  Buenos  Regulares  No existen

¡¡¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!!

## **ANEXO #2**

### **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

#### **UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS**

##### **SECRETARIADO EJECUTIVO GERENCIAL**

#### **1. A su criterio, ¿por qué considera que es importante la autoformación?**

- a. Permite desarrollar mejor las funciones
- b. El campo laboral lo exige
- c. La preparación académica nunca debe culminar
- d. Deseos personales por superarse
- e. Otros

#### **2. ¿Qué medios utiliza para la autoformación?**

- a. Internet
- b. Televisión
- c. Radio
- d. Prensa
- e. Otros

#### **3. ¿Entre las actividades de autoformación, cuáles considera que son las más eficientes?**

- a. Asistir a cursos, seminarios
- b. Lectura
- c. Escuchar o ver programas educativos
- d. Optar por una nueva carrera universitaria
- e. Otras

**4. ¿Posee liderazgo dentro de sus actividades diarias?**

- a. Si
- b. No
- c. A veces

**5. ¿Si su respuesta anterior es positiva, ¿con qué líder reconocido a nivel mundial se identifica y por qué?**

- a. Líder democrático
- b. Líder participativo
- c. Ninguno

**6. ¿Considera Ud. Importante aplicar la inteligencia emocional para llegar a un buen liderazgo, por qué?**

- a. Si
- b. No

**7. ¿De los siguientes equipos de oficina, cuáles son los que usted utiliza?**

- a. Máquina de escribir
- b. Retroproyector
- c. Computadora
- d. Fax
- e. Escáner
- f. Fotocopiadora
- g. Otros

**8. ¿Cómo aplica la organización y control para un mejor manejo de recursos y el tiempo?**

- a. De acuerdo a la urgencia de cada caso
- b. De acuerdo a una planificación

**9. ¿Cómo empleada de su empresa, ¿aporta con ideas para la buena administración de los recursos empresariales?**

- a. Si
- b. No

**10. ¿De qué manera considera que son utilizados los recursos de la empresa en donde labora?**

- a. Excelente
- b. b. Muy bueno
- c. c. Bueno
- d. d. Deficiente

**ANEXO # 3**

**FICHA DE OBSERVACIÓN**

<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI</b> <b>UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y</b> <b>HUMANÍSTICAS</b> <b>SECRETARIADO EJECUTIVO GERENCIAL</b>	
Objetivo:	
Ayudar a la recolección de datos, referido a un objetivo específico, en el que se determinan variables específicas para dar soluciones a los posibles problemas.	
Ficha de observación	
Hallazgos	
1.-¿Satisface a la colectividad con el horario de atención?	..... ..... .....
2.-¿Qué tipo de norma utiliza al momento de atender al usuario?	:..... ..... .....
3.- ¿Qué recomienda a la Alcaldía del Cantón Latacunga?	..... .....
4.- ¿Qué tipo de norma aplican al momento de atender a los usuarios?	.....

## ANEXO # 4

### FOTOGRAFÍAS TOMADAS EN LA ALCALDÍA



*Fuente: Alcaldía del Cantón Latacunga*  
*Elaborado: Por las Investigadoras*



*Fuente: Alcaldía del Cantón Latacunga*  
*Elaborado: Por las Investigadoras*

## FACHADA DEL MUNICIPIO DEL CANTÓN LATACUNGA



*Fuente:* Municipio del Cantón Latacunga  
*Elaborado:* Por las Investigadoras

## REALIZACION DE ENCUESTA A LOS USUARIOS



*Fuente: Alcaldía del Cantón Latacunga  
Elaborado: Por las Investigadoras*



*Fuente: Alcaldía del Cantón Latacunga  
Elaborado: Por las Investigadoras*



*Fuente: Alcaldía del Cantón Latacunga  
Elaborado: Por las Investigadoras*



*Fuente: Alcaldía del Cantón Latacunga  
Elaborado: Por las Investigadoras*

## FACHADA DE LA ALCALDÍA



*Fuente: Alcaldía del Cantón Latacunga  
Elaborado: Por las Investigadoras*



*Fuente: Alcaldía del Cantón Latacunga  
Elaborado: Por las Investigadoras*

## SERVICIOS BÁSICOS



*Fuente:* Alcaldía del Cantón Latacunga  
*Elaborado:* Por las Investigadoras



*Fuente:*  
*Elaborado:* Por las Investigadoras

## FOTOS TOMADAS CON LA SECRETARIA DE LA ALCALDÍA



*Fuente:* Alcaldía del Cantón Latacunga  
*Elaborado:* Por las Investigadoras



*Fuente:* Alcaldía del Cantón Latacunga  
*Elaborado:* Por las Investigadoras



*Fuente:* Alcaldía del Cantón Latacunga  
*Elaborado:* Por las Investigadoras



*Fuente:* Alcaldía del Cantón Latacunga  
*Elaborado:* Por las Investigadoras



*Fuente: Alcaldía del Cantón Latacunga*  
*Elaborado: Por las Investigadoras*



*Fuente: Alcaldía del Cantón Latacunga*  
*Elaborado: Por las Investigadoras*

## ENTRADA PRINCIPAL AL MUNICIPIO DEL CANTÓN LATACUNGA



*Fuente:* Alcaldía del Cantón Latacunga  
*Elaborado:* Por las Investigadoras



*Fuente:* Alcaldía del Cantón Latacunga  
*Elaborado:* Por las Investigadoras

## ANEXO # 5

### NORMAS DE LA ALCALDIA DEL CANTÓN LATACUNGA

- Ejercer la presentación legal de gobierno autónomo.
- Ejercer de manera exclusiva la facultad ejecutiva de gobierno.
- Convocar y presidir con voz y voto dirimente la sesión de consejo municipal.
- Presentar proyectos de ordenanzas al consejo municipal.
- Dirigir la elaboración de plan cantonal de desarrollo y el de ordenamiento territorial.
- Elaborar el plan operativo anual y la correspondiente proforma presupuestaria institucional.
- Disidir el modelo de la gestión administrativa mediante el cual deben ejecutarse el plan cantonal del desarrollo.
- Resolver administrativamente todos los correspondientes a su cargo.
- Distribuir los asuntos que deban pasar a las comisiones del gobierno autónomo y señalar el plazo en que debe ser presentado los informes.
- Presidir de manera directa a través de su delegado o delegada para la igualdad y equidad.
- Suscribir contratos convenios e instrumentos que comprometan el gobierno autónomo.
- Aprobación bajo su responsabilidad civil, pelar administrativa, de los traspasos de partida presupuestaria.
- Dictar en caso de emergencia grave medidas de carácter urgente y transitorio y dar cuenta de ella cuando se reúnan.
- Coordinar con la policía nacional, la comunidad y otros organismos la formulación y ejecución de políticas locales planes y evaluación de los resultados.
- Conceder permisos para juegos diversiones y espectáculos públicos, en las parroquias urbanas de su circunscripción.

- Organización y empleo de la policía principal en los ámbitos de su competencia dentro de la ley.
- Coordinar la acción municipal con las demás entidades públicas y privadas.
- Dirigir y supervisar las actividades de la municipalidad.
- Resolver los reclamos administrativos que le corresponden.
- Presentar el consejo y a la ciudadanía en general un informe anual escrito para su evolución a través del sistema de rendición de cuentas y control social.
- Solicitar la colaboración de la policía nacional para el cumplimiento de sus funciones.