



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO GERENCIAL

TESIS DE GRADO

TEMA:

**“ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL SERVICIO AL
CLIENTE EN LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS DE LA
CIUDAD DE LATACUNGA.”**

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Licenciada- Licenciado en
Secretariado Ejecutivo Gerencial.

AUTORAS:

Shulca Guamán Blanca Yolanda

Tonato Tonato Elvia María

TUTORA:

MSc. Martha Francisca Zambrano Estrella

LATACUNGA – ECUADOR

OCTUBRE 2015

AUTORÍA DE TESIS

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación con el tema **“ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE EN LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA”**, son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

.....
SHULCA GUAMÁN BLANCA YOLANDA
C.I. 0503336836

.....
TONATO TONATO ELVIA MARÍA
C.I. 0502978091

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS DE GRADO

En calidad de Directora del Trabajo de Investigación sobre el tema: **“ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE EN LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA”**, de Shulca Guamán Blanca Yolanda y de Tonato Tonato Elvia María, postulantes de la Licenciatura en Secretariado Ejecutivo Gerencial, considero que el Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes 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, Octubre del 2015

MSc. Martha Francisca Zambrano Estrella
C.I. 050064405-9
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 de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, los postulantes: Shulca Guamán Blanca Yolanda y de Tonato Tonato Elvia María, con el título de tesis **“ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE EN LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA”**, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometidos al acto de Defensa de Tesis.

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

Latacunga, Octubre del 2015

Para constancia firman:

.....
Ing. Alexandra Alajo

PRESIDENTA DEL TRIBUNAL

.....
Ing. Matius Mendoza

MIEMBRO

.....
Lcda. Libia Almeida

OPOSITOR

AGRADECIMIENTO

Queremos expresar un especial agradecimiento a nuestra tutora de tesis Lcda. Francisca Zambrano quien con su paciencia y dedicación ha sabido guiarnos durante el transcurso del presente trabajo de investigación, también a la Ing. Alexandra Alajo por orientarnos el camino de bien.

A la vez es para nosotras muy grato reconocer la excelente labor de todos los catedráticos quienes durante el periodo Universitario han impartido sus conocimientos a partir de múltiples ciencias.

Una gratitud especial a todos mis compañeros de curso de quienes hemos aprendido grandes experiencias de vida y quienes siempre nos han brindado su colaboración de forma desinteresada.

Para culminar agradecemos a la Universidad Técnica de Cotopaxi que nos abrió las puertas para llegar al éxito formándonos profesionales de excelencia.

Shulca Blanca

Tonato Elvia

DEDICATORIA

Gracias por su apoyo incondicional quiero dedicarle el presente trabajo de investigación en primer lugar a Dios por haberme dado vida y salud para cumplir ésta importante meta a nivel académico.

A mis Padres, a mi esposo y a mi hija quienes forman el pilar primordial de mi vida que siempre me han guiado con su valioso ejemplo y enorme sabiduría a mis hermanas, hermanos por sus valiosas ideas y paciencia y demás familiares por la fortaleza que le han inyectado a mi vida para nunca darme por vencida a todo ellos les dedico mi esfuerzo y mi cariño.

Blanca Yolanda Shulca Guamán

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a DIOS, mis padres quienes me dieron vida, educación, apoyo y consejos.

En especial a mi Madre que desde el cielo me guía por el camino de bien.

A mis hermanos, a mis compañeros de estudio, a mis maestros y amigos, quienes me dieron su apoyo para culminar mi carrera profesional.

A todos ellos se los agradezco desde el fondo de mi alma.

Elvia María Tonato Tonato

ÍNDICE GENERAL

PRELIMINARES

Contenido	Pág.
PORTADA.....	i
AUTORÍA DE TESIS.....	ii
AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS DE GRADO	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA I.....	v
DEDICATORIA II.....	vi
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiv
RESUMEN	xvii
ABSTRACT.....	xviii
INTRODUCCIÓN	xix

CAPÍTULO I

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	1
1.1 . OBJETO DE ESTUDIO	1
1.1.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	1
1.2. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES	3
1.3. MARCO TEÓRICO.....	4
1.3.1. RELACIONES HUMANAS.....	4
1.4. RELACIONES PÚBLICAS	8
1.4.1. La ciencia de las Relaciones Públicas.....	9
1.4.2. Importancia de la función de Relaciones Públicas.....	9
1.4.3. El Aspecto Humano de las Relaciones Públicas	10
1.4.4. Imagen Empresarial	10
1.5. LA COMUNICACIÓN.....	11
1.6. TIPOS DE COMUNICACIÓN.....	12
1.6.1. Comunicación Verbal	12

1.6.2.	Comunicación no verbal	12
1.6.3.	Importancia de la comunicación	13
1.6.4.	Comunicación interpersonal	13
1.6.5.	Formas de comunicación interpersonal.....	14
1.6.6.	Habilidades de la comunicación para la Secretaria Ejecutiva.....	14
1.6.7.	Beneficios de las Habilidades de la Comunicación	15
1.6.8.	Beneficios de la comunicación asertiva	16
1.7.	SERVICIO AL CLIENTE	16
1.7.1.	Importancia del Servicio al Cliente.....	17
1.7.2.	Excelencia del servicio al cliente	18
1.7.3.	Importancia de la calidad del Servicio	18
1.7.4.	Elementos de servicio al cliente.....	19
1.7.5.	Tipos de Servicio.	19
1.7.6.	Objetivos del servicio al cliente	20
1.7.7.	Ventajas del servicio al cliente.....	20
1.7.8.	Desventajas del servicio al cliente	21
1.7.9.	El Cliente como parte fundamental de la Institución	22
1.7.10.	Satisfacción de clientes	22
1.8.	ESTRATEGIAS DEL SERVICIO AL CLIENTE.....	23
1.8.1.	Estrategias del servicio al cliente	24
1.8.2.	Estrategia para fidelizar al cliente	25
1.8.3.	Elementos de la estrategia del servicio al Cliente.	26
1.8.4.	Características del Servicio al cliente de Calidad	26
1.8.5.	Ventajas de la Estrategia del servicio al cliente	27
1.8.6.	Propósito de la Estrategia del servicio	27

CAPÍTULO II

2.	CARACTERIZACIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.....	28
2.1.	DISEÑO METODOLÓGICO.....	30
2.1.1.	Tipo de Investigación.....	30
2.2.	METODOLOGÍA	31
2.2.1.	No experimental.....	31
2.3.	MÉTODOS Y TÉCNICAS.....	31
2.3.1.	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	31
2.4.	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	32

2.4.1.	Encuestas.....	32
2.4.2.	Entrevista	33
2.4.3.	Observación	33
2.5.	INSTRUMENTO.....	34
2.5.1.	Cuestionario	34
2.5.2.	Guía de preguntas.....	34
2.5.3.	Ficha de Observación.....	34
2.6.	UNIDAD DE ESTUDIO	34
2.6.1.	Población.....	35
2.6.2.	Muestra	35
2.7.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	39
	ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS PACIENTES DEL HOSPITAL IESS LATAACUNGA.....	39
	ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS CLIENTES DEL GAD MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE LATAACUNGA.....	49
	ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS CLIENTES DEL REGISTRO CIVIL.....	59
	ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS PACIENTES DEL HOSPITAL GENERAL DE LA CIUDAD DE LATAACUNGA.....	69
	ENCUESTAS DIRIGIDAS A CLIENTES DEL CONSEJO NACIONAL ELECTORAL DE LATAACUNGA.....	79
	ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS CLIENTES DEL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS DE LA CIUDAD DE LATAACUNGA (SRI).....	89
	ENCUESTAS DIRIGIDAS A CLIENTES DEL CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES DE LATAACUNGA.....	99
	ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS CLIENTES DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA (MAGAD).....	109
	ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS CLIENTES DEL MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES DE LA CIUDAD DE LATAACUNGA.....	119
2.8.	CONCLUSIONES	129
2.9.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE ENTREVISTAS.....	130

CAPÍTULO III

3.	DISEÑO DE LA PROPUESTA	133
3.1.	ANTECEDENTES	134
3.2.	JUSTIFICACIÓN	135
3.3.	OBJETIVOS	136
3.3.1.	Objetivo General.....	136

3.3.2.	Objetivos Específicos.....	136
3.4.	DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	137
3.4.1.	Introducción.....	137
3.5.	DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	138
3.6.	ELABORACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE DE LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.....	139
3.7.	ESTRATEGIA PARA INSTITUCIONES PÚBLICAS.....	140
3.7.1.	ESTRATEGIA I: Ampliar el servicio médico en los días del descanso obligatorio y días feriados.....	140
3.8.	ESTRATEGIA II: La implementación de áreas de emergencias en los departamentos de: Pediatría, Geriatria y Ginecología.....	141
3.8.1.	Ventajas.....	144
3.9.	ESTRATEGIAS PARA OFICINAS PÚBLICAS.....	144
3.9.1.	ESTRATEGIA III: Uso adecuado de los medios de comunicación en las Instituciones Públicas.....	144
3.10.	ESTRATEGIA V: Implementación de sillas adecuadas en la sala de espera en las Instituciones Públicas.....	146
3.10.1.	Ventajas.....	147
3.11.	ESTRATEGIA V: La creación de juegos infantiles para la atracción de los niños. 147	
3.11.1.	Beneficios de juegos infantiles.....	148
3.12.	ESTRATEGIA VI: Implementación del botellón con agua.....	148
3.12.1.	Ventajas.....	149
3.13.	ESTRATEGIA VII: La contratación del personal con conocimiento en idioma Quichua e Inglés.....	149
3.13.1.	Objetivos del idioma Quichua.....	150
3.13.2.	Objetivos del idioma Inglés.....	150
3.13.3.	Ventajas.....	150
3.14.	ESTRATEGIA VIII: La atención al cliente, envío de información por correo electrónico.....	151
3.14.1.	Ventajas.....	151
3.15.	ESTRATEGIA IX: Motivación al personal administrativo para una mejor atención al cliente.....	152
3.15.1.	Beneficios.....	152
3.16.	ESTRATEGIA X: Aplicar las encuestas de buena atención a los clientes mediante el acceso a la información por Internet.....	153
3.16.1.	Pasos para la aplicación de las encuestas.....	153
4.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	154

4.1.	Conclusiones	154
4.2.	Recomendaciones	155

BIBLIOGRAFÍA

5.	BIBLIOGRAFÍA	156
5.1.	BIBLIOGRAFÍA CITADA	156
5.2.	BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA	157
5.3.	PÁGINAS ELECTRÓNICAS	158

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1	Muestra	35
TABLA N° 2	Número de representantes a encuestar	38
TABLA N° 3	Asistencia al Hospital del IESS	39
TABLA N° 4	Atención Recibida	40
TABLA N° 5	Servicio que brinda	41
TABLA N° 6	Capacitaciones	42
TABLA N° 7	Satisfacción del servicio al Cliente	43
TABLA N° 8	Importancia del Cliente Externo	44
TABLA N° 9	Cumplimiento de los Horarios Establecido	45
TABLA N° 10	Conocimientos sobre la Atención al Paciente	46
TABLA N° 11	Sugerencias Emitidas por los Pacientes	47
TABLA N° 12	Cumplimiento de Funciones	48
TABLA N° 13	Asistencia al GAD Municipal de Latacunga	49
TABLA N° 14	Atención Recibida	50
TABLA N° 15	Servicio que Brinda	51
TABLA N° 16	Capacitación	52
TABLA N° 17	Satisfacción del Servicio al Cliente	53
TABLA N° 18	Importancia del Cliente Externo	54
TABLA N° 19	Cumplimiento de los Horarios Establecidos	55
TABLA N° 20	Conocimientos sobre la Atención al Cliente	56
TABLA N° 21	Sugerencias Emitidas Por los Clientes	57
TABLA N° 22	Cumplimientos de Funciones	58
TABLA N° 23	Asistencia al Registro Civil de Latacunga	59
TABLA N° 24	Atención Recibida	60
TABLA N° 25	Servicio que Brinda	61
TABLA N° 26	Capacitaciones	62
TABLA N° 27	Satisfacción del servicio al Cliente	63
TABLA N° 28	Importancia del Cliente	64
TABLA N° 29	Cumplimiento de los Horarios Establecidos	65

TABLA N° 30 Conocimientos sobre la Atención al Cliente	66
TABLA N° 31 Sugerencias emitidas por los Clientes	67
TABLA N° 32 Cumplimiento de Funciones	68
TABLA N° 33 Asistencia al Hospital General de Latacunga	69
TABLA N° 34 Atención Recibida	70
TABLA N° 35 Servicio que Brinda	71
TABLA N° 36 Capacitaciones	72
TABLA N° 37 Satisfacción del servicio al Paciente.....	73
TABLA N° 38 Importancia del Paciente	74
TABLA N° 39 Cumplimiento de los Horarios Establecidos.....	75
TABLA N° 40 Conocimientos sobre la Atención al Paciente	76
TABLA N° 41 Sugerencias emitidas por los Pacientes	77
TABLA N° 42 Cumplimiento de Funciones	78
TABLA N° 43 Asistencia al Consejo Nacional Electoral.....	79
TABLA N° 44 Atención Recibida	80
TABLA N° 45 Servicio que Brinda	81
TABLA N° 46 Capacitaciones	82
TABLA N° 47 Satisfacción del Servicio al Cliente	83
TABLA N° 48 Importancia del Cliente Externo.....	84
TABLA N° 49 Cumplimiento de los Horarios Establecidos.....	85
TABLA N° 50 Conocimiento sobre la Atención al Cliente	86
TABLA N° 51 Sugerencias emitidas por los Clientes	87
TABLA N° 52 Cumplimiento de Funciones	88
TABLA N° 53 Asistencia al Servicio de Rentas Internas.....	89
TABLA N° 54 Atención Recibida	90
TABLA N° 55 Servicio que Brinda	91
TABLA N° 56 Capacitaciones	92
TABLA N° 57 Satisfacción del Servicio al Cliente	93
TABLA N° 58 Importancia del cliente Externo.....	94
TABLA N° 59 Cumplimiento de los Horarios Establecidos.....	95
TABLA N° 60 Conocimiento sobre la Atención al Cliente	96
TABLA N° 61 Sugerencias Emitidas por los Clientes.....	97
TABLA N° 62 Cumplimiento de Funciones	98
TABLA N° 63 Asistencia a la Corporación Nacional de Telecomunicaciones	99
TABLA N° 64 Atención Recibida	100
TABLA N° 65 Servicio que Brinda	101
TABLA N° 66 Capacitaciones	102
TABLA N° 67 Satisfacción del servicio al Cliente.....	103
TABLA N° 68 Importancia del Cliente	104
TABLA N° 69 Cumplimiento de los Horarios Establecidos.....	105
TABLA N° 70 Conocimientos sobre la Atención al Cliente	106
TABLA N° 71 Sugerencias emitidas por los Clientes	107
TABLA N° 72 Cumplimiento de Funciones	108
TABLA N° 73 Asistencia al Ministerio de Agricultura y Ganadería.....	109
TABLA N° 74 Atención Recibida	110
TABLA N° 75 Servicio que Brinda	111

TABLA N° 76 Capacitaciones	112
TABLA N° 77 Satisfacción del Servicio al Cliente	113
TABLA N° 78 Importancia del Cliente Externo	114
TABLA N° 79 Cumplimiento de los Horarios Establecidos.....	115
TABLA N° 80 Conocimientos Sobre la Atención al Cliente.....	116
TABLA N° 81 Sugerencias Emitidas por los Clientes.....	117
TABLA N° 82 Cumplimiento de Funciones	118
TABLA N° 83 Asistencias al Ministerio de Relaciones Laborales	119
TABLA N° 84 Atención Recibida	120
TABLA N° 85 Servicio que Brinda	121
TABLA N° 86 Capacitaciones	122
TABLA N° 87 Satisfacción del Servicio al Cliente	123
TABLA N° 88 Importancia del Cliente Externo	124
TABLA N° 89 Cumplimiento de los Horarios Establecidos.....	125
TABLA N° 90 Conocimientos Sobre la Atención al Cliente.....	126
TABLA N° 91 Sugerencias Emitidas por los Clientes.....	127
TABLA N° 92 Cumplimientos de Funciones	128

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1 Categorías Fundamentales.....	3
GRÁFICO N° 2 Asistencia al Hospital del IESS	39
GRÁFICO N° 3 Atención Recibida	40
GRÁFICO N° 4 Servicio que brinda.....	41
GRÁFICO N° 5 Capacitaciones.....	42
GRÁFICO N° 6 Satisfacción del servicio al cliente	43
GRÁFICO N° 7 Importancia del Cliente Externo.....	44
GRÁFICO N° 8 Cumplimiento de los Horarios Establecido	45
GRÁFICO N° 9 Conocimientos sobre la Atención al Paciente	46
GRÁFICO N° 10 Sugerencias Emitidas por los Pacientes	47
GRÁFICO N° 11 Cumplimiento de Funciones.....	48
GRÁFICO N° 12 Asistencia al GAD Municipal de Latacunga	49
GRÁFICO N° 13 Atención Recibida	50
GRÁFICO N° 14 Servicio que Brinda	51
GRÁFICO N° 15 Capacitación	52
GRÁFICO N° 16 Satisfacción del Servicio al Cliente	53
GRÁFICO N° 17 Importancia del Cliente Externo.....	54
GRÁFICO N° 18 Cumplimiento de los Horarios Establecidos	55
GRÁFICO N° 19 Conocimientos sobre la Atención al Cliente	56
GRÁFICO N° 20 Sugerencias Emitidas Por los Clientes	57
GRÁFICO N° 21 Cumplimientos de Funciones	58
GRÁFICO N° 22 Asistencia al Registro Civil de Latacunga.....	59
GRÁFICO N° 23 Atención Recibida	60

GRÁFICO N° 24 Servicio que Brinda.....	61
GRÁFICO N° 25 Capacitaciones.....	62
GRÁFICO N° 26 Satisfacción del servicio al Cliente.....	63
GRÁFICO N° 27 Importancia del Cliente	64
GRÁFICO N° 28 Cumplimiento de los Horarios Establecidos	65
GRÁFICO N° 29 Conocimientos sobre la Atención al Cliente	66
GRÁFICO N° 30 Sugerencias emitidas por los Clientes	67
GRÁFICO N° 31 Cumplimiento de Funciones.....	68
GRÁFICO N° 32 Asistencia al Hospital General de Latacunga.....	69
GRÁFICO N° 33 Atención Recibida	70
GRÁFICO N° 34 Servicio que Brinda.....	71
GRÁFICO N° 35 Capacitaciones.....	72
GRÁFICO N° 36 Satisfacción del servicio al Paciente.....	73
GRÁFICO N° 37 Importancia del Paciente	74
GRÁFICO N° 38 Cumplimiento de los Horarios Establecidos	75
GRÁFICO N° 39 Conocimientos sobre la Atención al Paciente	76
GRÁFICO N° 40 Sugerencias emitidas por los Pacientes	77
GRÁFICO N° 41 Cumplimiento de Funciones.....	78
GRÁFICO N° 42 Asistencia al Consejo Nacional Electoral.....	79
GRÁFICO N° 43 Atención Recibida	80
GRÁFICO N° 44 Servicio que Brinda.....	81
GRÁFICO N° 45 Capacitaciones.....	82
GRÁFICO N° 46 Satisfacción del Servicio al Cliente.....	83
GRÁFICO N° 47 Importancia del Cliente Externo.....	84
GRÁFICO N° 48 Cumplimiento de los Horarios Establecidos	85
GRÁFICO N° 49 Conocimiento sobre la Atención al Cliente.....	86
GRÁFICO N° 50 Sugerencias emitidas por los Clientes	87
GRÁFICO N° 51 Cumplimiento de Funciones.....	88
GRÁFICO N° 52 Asistencia al Servicio de Rentas Internas.....	89
GRÁFICO N° 53 Atención Recibida	90
GRÁFICO N° 54 Servicio que Brinda.....	91
GRÁFICO N° 55 Capacitaciones.....	92
GRÁFICO N° 56 Satisfacción del Servicio al Cliente.....	93
GRÁFICO N° 57 Importancia del cliente Externo	94
GRÁFICO N° 58 Cumplimiento de los Horarios Establecido.....	95
GRÁFICO N° 59 Conocimiento sobre la Atención al Cliente.....	96
GRÁFICO N° 60 Sugerencias Emitidas por los Clientes	97
GRÁFICO N° 61 Cumplimiento de Funciones.....	98
GRÁFICO N° 62 Asistencia a la Corporación Nacional de Telecomunicaciones.....	99
GRÁFICO N° 63 Atención Recibida	100
GRÁFICO N° 64 Servicio que Brinda.....	101
GRÁFICO N° 65 Capacitaciones.....	102
GRÁFICO N° 66 Satisfacción del Servicio al Cliente.....	103
GRÁFICO N° 67 Importancia del Cliente	104
GRÁFICO N° 68 Cumplimiento de los Horarios Establecidos	105
GRÁFICO N° 69 Conocimientos sobre la Atención al Cliente	106

GRÁFICO N° 70 Sugerencias emitidas por los Clientes	107
GRÁFICO N° 71 Cumplimiento de Funciones.....	108
GRÁFICO N° 72 Asistencia al Ministerio de Agricultura y Ganadería	109
GRÁFICO N° 73 Atención Recibida	110
GRÁFICO N° 74 Servicio que Brinda	111
GRÁFICO N° 75 Capacitaciones.....	112
GRÁFICO N° 76 Satisfacción del Servicio al Cliente	113
GRÁFICO N° 77 Importancia del Cliente Externo.....	114
GRÁFICO N° 78 Cumplimiento de los Horarios Establecidos	115
GRÁFICO N° 79 Conocimientos Sobre la Atención al Cliente.....	116
GRÁFICO N° 80 Sugerencias Emitidas por los Clientes	117
GRÁFICO N° 81 Cumplimiento de Funciones.....	118
GRÁFICO N° 82 Asistencias al Ministerio de Relaciones Laborales	119
GRÁFICO N° 83 Atención Recibida	120
GRÁFICO N° 84 Servicio que Brinda	121
GRÁFICO N° 85 Capacitaciones.....	122
GRÁFICO N° 86 Satisfacción del Servicio al Cliente	123
GRÁFICO N° 87 Importancia del Cliente Externo.....	124
GRÁFICO N° 88 Cumplimiento de los Horarios Establecidos	125
GRÁFICO N° 89 Conocimientos Sobre la Atención al Cliente.....	126
GRÁFICO N° 90 Sugerencias Emitidas por los Clientes	127
GRÁFICO N° 91 Cumplimientos de Funciones	128



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

TEMA: “ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE EN LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.”

AUTORAS:

Shulca Guamán Blanca Yolanda
Tonato Tonato Elvia María

RESUMEN

La investigación que se ha realizado es para buscar estrategias y mejorar el servicio al cliente en las Instituciones Públicas de la ciudad de Latacunga y determinar las falencias que existe en cuanto al servicio al cliente.

El objetivo de esta investigación es mejorar el servicio al cliente de cada uno de las Instituciones Públicas, por medio de la utilización de las estrategias adecuadas que les permitirá desarrollar el desempeño eficiente de las actividades.

Estas estrategias están orientadas a optimizar la atención al cliente y de esta manera brindar un servicio de calidad a todos y cada uno de ellos.

Para el desarrollo de la investigación se utilizó información real proporcionada por los clientes externos de las Instituciones Públicas: las entrevistas a los directores Institucionales, las encuestas realizadas a los clientes y la observación directa, en base a la información recopilada se pudo obtener los resultados reales de la problemática de las Instituciones.

La implementación de las estrategias servirá de gran ayuda a las Instituciones para mejorar el trabajo desempeñado por los empleados, mejorar la calidad de servicio y optimizar tiempo y recursos.



TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

ACADEMIC UNIT OF ADMINISTRATIVE AND
HUMANITIES SCIENCES
Latacunga – Ecuador

**THEME: “STRATEGIES TO IMPROVE THE CUSTOMER SERVICE IN
THE PUBLIC INSTITUTIONS OF LATACUNGA CITY.”**

AUTHORS:

Shulca Guamán Blanca Yolanda

Tonato Tonato Elvia Maria

ABSTRACT

The investigation has been done to look for strategies and to improve the customer service in the Public Institutions of Latacunga city and to determine the weaknesses that exists about the customer service.

The aim of this investigation is to improve the customer service of each one of the Public Institutions, through the use of the suitable strategies that will allow them to develop the efficient performance of the activities.

These strategies are targeted to optimize the customer support and in this way to offer a quality service to each and every one of them.

For the development of the investigation real information was used which was provided by the external customers of the Public Institutions: the interviews to the Institutional directors, the surveys applied to the customers and the direct observation, based on the compiled information it was possible to obtain the real results of the problems of the Institutions.

The implementation of the strategies will serve as big help to the Institutions in order to improve the work performed by the staff, to improve the quality service and to optimize time and resources.

INTRODUCCIÓN

El estudio presentado a continuación muestra una investigación sobre la satisfacción de los clientes en las Instituciones Públicas de la ciudad de Latacunga, a través de diferentes métodos, técnicas y estrategias para brindar un mejor servicio a los usuarios.

Por lo que el personal administrativo está en relación directa con el cliente, lo cual debe cumplir con el perfil profesional, para el desempeño óptimo de sus funciones, esto quiere decir; en el buen trato y servicios eficientes demostrando así respeto y responsabilidad con ellos mismo y con los demás.

Dentro del área laboral es fundamental tomar en cuenta las relaciones interpersonales individuales y el trabajo en equipo, ya que esta es la carta de presentación de cualquier Institución sea pública o privada.

La eficiencia en el servicio al cliente es uno de los factores más primordiales que ocupa gran parte del tiempo de quienes consideran indispensables para mejorar sus servicios, pero desgraciadamente se observan que muchas Instituciones Públicas no dan importancia al mejoramiento de la calidad del servicio.

Para lograr obtener la eficiencia y el mejoramiento de la calidad del servicio es necesario dominar las relaciones humanas y públicas, que permitirá obtener un ambiente adecuado de trabajo.

El personal administrativo encargado de facilitar el servicio al cliente debe estar preparado para la resolución de problemas, la toma de decisiones la cual permitirá satisfacer las necesidades del consumidor de manera especial las Instituciones Públicas, por lo que las personas asisten diariamente a obtener el servicio.

El cliente siempre está evaluando la forma como las Instituciones brindan el servicio, como tratan a los otros usuarios y como esperaría que le traten a él. De esa manera adquirir más confianza entre el personal y el cliente.

El éxito de cada Institución depende de la buena comunicación que tenga el personal Administrativo con el cliente, y así poder realizar un estudio sobre el Servicio para mejorar el alcance de las organizaciones.

También es necesario que el profesional domine el lenguaje adecuado para diferentes tipos de clientes que visitan, es decir que en gran mayoría de los usuarios son Quichua Hablantes que muchas veces ellos no entienden el Español, razón por la cual adquieren información distorsionada.

Esto requiere que las Instituciones deben actualizar los conocimientos del personal, para lograr una atención eficiente, eficaz y cumplir con las expectativas de los clientes.

La presente investigación consta de los siguientes capítulos.

Capítulo I: En este capítulo se detalló el Marco Teórico, en el cual se engloba las Categorías fundamentales: conceptos, importancia, objetivos, beneficios y ventajas que ayudarán a orientar sobre el tema a investigarse ubicando como concepto principal, las estrategias para mejorar el servicio al cliente en las Instituciones Públicas de la ciudad de Latacunga.

Capítulo II: Se encuentra la caracterización de las Instituciones Públicas de la ciudad de Latacunga, puesto que es el objeto de estudio, en la cual se ha aplicado los instrumentos como la ficha de observación, encuesta y la entrevista como herramienta para obtener datos verídicos.

Con el análisis de los resultados de las encuestas realizadas se logró determinar que las Instituciones Públicas no aplican las estrategias adecuadas para dar un mejor servicio al cliente.

Capítulo III: Corresponde a la propuesta donde plasmaremos las estrategias para mejorar el Servicio al Cliente en las Instituciones Públicas de la ciudad de

Latacunga, así tener un informe de los resultados de cómo está el Servicio al Cliente de las empresas y poder tomar decisiones correctas.

Finalmente se encuentran las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y los respectivos anexos que fueron piezas fundamentales en la realización de presente trabajo de investigación.

CAPÍTULO I

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1. OBJETO DE ESTUDIO

1.1.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Desde la prehistoria el hombre siempre ha buscado satisfacer sus necesidades en las diferentes instituciones del país, por ende el servicio al cliente se ha hecho historia para ir desarrollando poco a poco con el pasar del tiempo, con la finalidad de brindar un excelente servicio a los clientes.

Hoy en día, existen poderosas herramientas que nos permite llegar de una manera más eficiente hacia nuestros clientes, de modo que permite fidelizar, convencer y conquistar más la confianza de las personas. Así también atraer cada vez un mayor número de clientes.

Para un buen desempeño laboral, es fundamental que existan las relaciones humanas e interpersonales entre compañeros para transmitir el buen trato que el personal recibe hacia los demás, ya que esto permite armonizar y desarrollar un excelente clima laboral, en la que todos los integrantes tanto internos como externos se sientan parte de ella, y aporten para el desarrollo Institucional.

Por ello es importante la existencia de armonía interna para proyectar una buena imagen Institucional, que beneficia no sólo a la organización sino también al país y a los clientes en general.

Así también, es fundamental el manejo de las relaciones públicas que debe ser aplicada a todo tipo de persona, que permite demostrar una imagen positiva, de esta manera lograr vencer a la competencia, por medio de la aplicación técnicas y estrategias adecuadas.

Las Instituciones Públicas de la ciudad de Latacunga están basadas en la atención eficaz para satisfacer las necesidades de los clientes, ya que el personal tiene relación directa con el cliente, por tal razón debe tener una constante preparación y cumplir con el perfil y rol que desempeña dentro de la organización.

En muchas Instituciones el Servicio al Cliente debe ser activo, es decir de acuerdo a los temperamentos que ellos presenten, como puede ser edad, sexo y religión. Razón por la cual el trato que ellos deben recibir debe ser cuidadoso y amable, para convertirse no únicamente en un servicio, sino en un apoyo recibido para ellos.

Actualmente la atención al cliente es una de las actividades muy trascendentales, porque se interrelaciona el personal administrativo con el cliente, pero existen falencias en la atención a los usuarios que acuden a diferentes Instituciones Públicas, por lo tanto, es necesario que exista personal eficientemente capacitado en el campo laboral, y en las diferentes áreas.

Al momento de brindar un servicio al cliente se debe tener en claro que las personas son seres únicos y como tal poseen distintas cualidades y condiciones de vida, por lo que la atención que se proporcione debe ser de acuerdo a la situación que se presenten.

En las Instituciones Públicas de la ciudad de Latacunga, se debe llevar una atención de calidad, de esta manera atraer más clientes y así mejorar el beneficio de las distintas Organizaciones de la ciudad.

1.2.CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

GRÁFICO N° 1 Categorías Fundamentales



Fuente: Propia
Elaborado por: Las postulantes

1.3. MARCO TEÓRICO

1.3.1. RELACIONES HUMANAS

Para entender de mejor manera lo que significa las Relaciones Humanas se presenta los siguientes conceptos de diferentes autores:

Según CHAVENATO, Idalberto (2013), “Las relaciones humanas son aquellas actitudes y aptitudes que mostramos en los contactos con personas, en las organizaciones los individuos participan en grupos sociales y se mantienen en constante interacción social”. (Pág. 86)

Según LOPEZ, Flores Alejandro (2012), “Menciona que una relación humana es cualquier interacción que se desarrolla entre dos o más seres humanos, ya sea de forma directa o indirecta. En este intercambio cada uno intentará satisfacer sus necesidades y se regirá por un código de referencia”. (Pág. 18)

Las postulantes opinan a cerca de las Relaciones Humanas, que es la acción de intercambiar las ideas, comportamientos con las personas con el fin de interactuar de mejor manera con la sociedad y así lograr cumplir las actividades dentro de una organización con un propósito en común.

1.3.1.1. Las Relaciones Humanas en las Instituciones Públicas

Las relaciones humanas permiten mantener relaciones cordiales entre personas, como también en el ámbito laboral, familiar y social, de esa manera mejorar el comportamiento personal como pueden ser: la apariencia, el saber escuchar, el saber preguntar lo que desea el cliente y cuidar la imagen personal.

Las relaciones humanas ayudan a promover la condición de vida de uno mismo y de la sociedad, estos vínculos suelen basarse en la jerarquía y se desarrollan mediante la comunicación, ya que a través de ella se logra intercambiar ideas,

experiencias y valores; transmitir sentimientos y actitudes. De esta manera manejar el buen desempeño de los trabajadores de las empresas.

Las relaciones humanas ayudan a la integración entre compañeros de la empresa, así también a mejorar el desempeño en el trabajo en 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.

1.3.1.2. Importancia del estudio de las Relaciones Humanas.

Según OREJUELA, Eduardo (2011), “Trata a las Relaciones Humanas como ciencia positiva y experimental, pues todo con sus contenidos se basan en estudios y experimentos comprobados a cerca de la conducta humana, nos proporciona una serie de conocimiento, métodos y técnicas que nos permiten un mejor desempeño en nuestras actividades personales y profesionales”. (Pág. 25)

El ser humano es un ser social por excelencia, que se hace en sus relaciones con otros seres humanos. Sus habilidades, actitudes, lenguaje y hasta su inteligencia son producto de las relaciones que tiene con sus semejantes.

Las autoras señalan que las relaciones interpersonales, dentro de cada Institución, es muy importante, ya que lleva la práctica de las habilidades sociales que son necesarias para establecer y mantener unas relaciones adecuadas, que nos permitan desenvolvemos con eficacia en el ámbito laboral.

1.3.1.3. Objetivos de las Relaciones Humanas en ámbito secretarial

- Alcanzar el desarrollo armónico entre compañeros de trabajo y clientes de las instituciones.
- Razonar y entender a los clientes para conseguir mejores resultados
- Mejorar la forma de comunicación entre los demás.
- Conocer las actitudes positivas de los clientes.

- Entender que las personas son importantes para la empresa.

Las tesistas mencionan que es importante tomar en cuentas los objetivos de las relaciones humanas en el ámbito secretarial para lograr el buen desempeño laboral, y saber comprender a sí mismo para poder entender a los demás, alcanzando así satisfacer las necesidades de cada cliente de las Instituciones Públicas de la ciudad de Latacunga.

1.3.1.4. Aplicación de las Relaciones Humanas en el ámbito laboral

Las relaciones humanas en el ámbito laboral son las actitudes desarrolladas a partir de las relaciones entre personas y grupos, son primordiales para el desarrollo individual e intelectual de cada ser humano, así también permite que las personas se comuniquen de manera sociable y amistosamente, de modo que cada persona posea una personalidad diferente como son: el respeto, la sociabilidad, la sensibilidad, es decir es la forma en que pensamos, sentimos nos comportamos e interpretamos la realidad la cuál influye en el comportamiento.

Por tanto es muy importante la forma correcta de actuar de cada persona, por medio de ello fomentar la humildad, sencillez, honestidad, es decir el comportamiento mismo dentro y fuera de una Institución o Empresa.

Para lograr un buen desempeño laboral dentro de una Institución es muy importante demostrar muestras cualidades emocionales, las habilidades, y la práctica de los valores, es decir dar lo mejor de sí mismo para vivir mejor en la sociedad.

1.3.1.5. Gestión de Relaciones Humanas

Según FIRTZEN, José Silvino (2010), “Define que la Gestión de las Relaciones Humanas se enfoca en la mejor interrelación de las personas entre sí a los efectos de potenciar el trabajo en equipo y lograr de tal forma altos niveles de excelencia,

lo cual implica una mejor productividad, calidad, costos y plazos de respuesta entre otros”. (Pág. 16)

La gestión de las relaciones humanas trata de descubrir algunas diferencias que existen entre personas, con la finalidad de comprenderlas y hacer factible una convivencia más armónica entre los diferentes miembros de la institución, tanto del personal como de los directivos.

Por tal motivo se debe capacitar y entrenar a las personas para que posean la aptitud y actitud de tener la suficiente empatía para que comprendan tanto el mensaje de su interlocutor, como así también la reacción de éste ante su mensaje.

Dentro de la mejor gestión de las relaciones humanas es fundamental dos aspectos, por un lado la mejora en la comunicación y por otro un mejor desarrollo de la inteligencia emocional.

A la hora de describir los factores de estudiar por parte de las personas que tienen la responsabilidad de administrar o asesorar en materia de Gestión de Relaciones Humanas tenemos:

- ✓ Comportamiento Organizacional
- ✓ Comunicación
- ✓ Trabajo en Equipo
- ✓ Dinámica de grupos
- ✓ Inteligencia Emocional
- ✓ Ética

Una mejora continua de las relaciones entre los individuos permite bajar los niveles de tensión y estrés en el trabajo, dando lugar a un ámbito de mayor colaboración, fomentando la creatividad e innovación, generando mayor rentabilidad y resistencia al cambio, evitando las confrontaciones, e incrementando en gran forma la motivación.

Las tesistas mencionan que la gestión de las relaciones Humanas pretende la existencia de las buenas relaciones interpersonales, mediante la comunicación adecuada con el fin de hacer entender el mensaje claro que permiten alcanzar ciertos objetivos necesarios para nuestro desarrollo en una sociedad, además obtener ciertos beneficios para la institución.

1.4.RELACIONES PÚBLICAS

Para entender de mejor manera lo que significa las Relaciones Públicas se presenta los siguientes conceptos de diferentes autores:

Según M. LOUIS, (2011), “Manifiesta que las Relaciones Públicas son el conjunto de medios utilizados por las empresas a fin de crear un clima de confianza en su personal, en los medios con los cuales tiene relación, y generalmente en el público, con vistas a sostener su actividad y favorecer su desarrollo. Al final, son el conjunto armonioso de las relaciones sociales nacidas de la actividad económica en un clima de lealtad y de verdad”. (Pág. 13)

Según El Webster New International Dictionary (2011), “Define a las Relaciones Publicas como, las actividades efectuadas por un grupo, con vistas a establecer y mantener buenas relaciones entre los miembros del grupo, y entre el grupo y los diferentes sectores de la opinión pública”. (Pág. 12)

Según “PUBLIC Relations News (2011), “Las Relaciones Públicas son, en sí, una función administrativa que evalúa la actitud del público, identifica la política y los procedimientos de un individuo o de una organización con el interés público, y lleva al cabo un programa de acción destinado a atraerse la comprensión y la aceptación del público”. (Pág. 13)

Las tesistas mencionan que las Relaciones Publicas es el conjunto de las actividades que se efectúan en cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones entre los miembros de la organización y los

demás sectores de la opinión pública, con el fin de proyectar una imagen favorable para el cumplimiento de los objetivos.

1.4.1. La ciencia de las Relaciones Públicas

La ciencia de las Relaciones Públicas está unida, desde sus orígenes, a la actividad de alta dirección y va dirigida a mantener, potenciar, crear o recuperar la credibilidad y confianza de todos y cada uno de los públicos de los que depende una organización para obtener el éxito.

El trabajo de esta investigación consiste en profundizar conocimientos en ciencias económicas, sociales, empresariales, políticas y la aplicación de éstas a técnicas de comunicación unida a gestiones personales e informar estratégicamente a tiempo y en el momento oportuno, sobre las personas, servicios, situaciones u organizaciones en función de la imagen que desprendamos en la zona de influencia en donde ejercemos nuestra actividad, para que se diferencie del resto es necesario generar credibilidad y confianza por la calidad de servicios.

Las relaciones públicas desempeñan un papel fundamental en la estrategia de comunicación que va dirigida a los empleados, también es una herramienta primordial de relación entre la organización y el público. A través de las relaciones públicas las Instituciones buscan un alto posicionamiento en el terreno de la imagen corporal y su prestigio.

1.4.2. Importancia de la función de Relaciones Públicas

Según NIELANDER, William A. y MILLER, Raymond, (2009) “Hace referencia a la importancia que tiene las Relaciones Públicas en la organización, sobre las actitudes favorables de todos esos públicos son indispensables para que la institución subsista y además se desarrolle, de ahí la importancia de esta función. Ninguna organización puede prosperar a menos que cuente con el apoyo del público o al menos con su paciencia o aceptación”. (Pág. 25)

Según las tesis mencionan que muchas organizaciones se dan cuenta de la importancia de las relaciones públicas, porque al experimentar se han visto que existen sinnúmero de inconvenientes en muchas Instituciones, razón por la cual hoy por hoy las relaciones públicas se ha convertido en el eje fundamental en el ámbito laboral de cada persona, así también en toda empresa sean estas públicas o privadas, con la finalidad de mantener las buenas relaciones con los clientes internos y externos, para lograr la mejora continua.

1.4.3. El Aspecto Humano de las Relaciones Públicas

En este aspecto, y el más importante de la calidad de los recursos es cuando una institución busca lograr un alto posicionamiento, buscando lealtad del cliente.

- ✓ Por lo que debemos fomentar actitudes positivas.
- ✓ Definir las funciones y elaborar objetivos en forma correcta.
- ✓ Supervisar y evaluar inteligentemente su labor.
- ✓ Fomentar la buena comunicación a todos los niveles.
- ✓ Los planes de remuneración deben de ser justos.

Las relaciones públicas deben mantenerse en toda ocasión, en todo momento, y en todo lugar, pues, dependerá de dicho manejo el éxito en la obtención de mucho más clientes.

1.4.4. Imagen Empresarial

Según CASTILLO, Esparcía Antonio (2010), “Se entiende por Imagen Empresarial al conjunto de representaciones que proyecta mediante las cuales el público identifica y recuerda el tipo de servicio, pero para que una Institución tenga su propia perfil empresarial deberá sustentar imagen de buen servicio”.
(Pág. 12)

La imagen empresarial es importante por la confiabilidad que debe ejercer sobre los clientes, en torno a la eficacia, la seguridad en los servicios de información y eficiencia tecnológica, es decir sobre todos esos factores fundamentales, que el ser humano determina en la escala de valores la cual deberá ser reconocida por la sociedad.

Por otra parte las buenas relaciones humanas deben estar inmersas dentro de la institución, para poder proyectar su imagen ya que se requiere también el desarrollo de acciones internas que mantengan una fuerza de trabajo eficiente dentro de un clima armónico y que la relación con el público sea beneficiado con ese ambiente.

La función principal es proporcionar habilidades profesionales necesarias a la empresa o entidad en cuestión para comunicarse con veracidad y afectividad con las audiencias de interés.

Para las autoras la imagen empresarial depende de la imagen que poseen sus integrantes de la Institución, es la forma en que se le comunica al cliente lo que ofrecemos, lo que somos y lo que queremos ser como organización. De esta manera lograr que el cliente tenga cualidades positivas acerca de la Institución.

1.5.LA COMUNICACIÓN

Para entender de mejor manera lo que significa las habilidades de la comunicación se presenta los siguientes conceptos de diferentes autores:

Según “EXUPÉRY, Antoine (2013), “Menciona que la Comunicación crea vínculos, nos relaciona, nos vincula con los demás, y de las relaciones depende la satisfacción de las necesidades más apremiantes del hombre, así como su desarrollo y su salud mental”. (Pág. 10)

Según “WATZLAWICK, Paul (2013), “Dice que la Comunicación es la relación entre las personas, crea realidades y a su vez la realidad es producto de la comunicación”. (Pág. 10)

Según “LONDOÑO, Mateus Laura (2009), “Explica que la Comunicación es un proceso innato, dinámico y cambiante en el que se intercambian signos mutuamente comprensibles”. (Pág. 127)

Las tesis exponen que la Comunicación, se refieren a la capacidad que tiene el profesional para enviar, recibir, elaborar y emitir información adecuada a las diferentes instituciones hacia la toma de decisiones oportunos, para llevar a cabo las actividades de manera eficiente los administrativos de las instituciones deben conocer las habilidades básicas de la comunicación sean estas: verbal y no verbal con la finalidad de comunicarse con los clientes, subalternos y sus superiores.

1.6.TIPOS DE COMUNICACIÓN

1.6.1. Comunicación Verbal

Es el manejo de las palabras para el intercambio de información entre seres humanos, esta comunicación puede ser: oral o escrita, la primera es el contacto directo con el cliente el cual permite exponer sus ideas, experiencias, etc. Y la segunda es tramitada por medio del documento escrito en el que remite la información clara.

1.6.2. Comunicación no verbal

Es la comunicación que se realiza por medio de señas o señales, gestos y signos relacionados al intercambio de información entre un emisor y un receptor, es decir que es un diálogo sin palabras.

Existen dos formas diferentes de comunicarnos, por medio de ello se pueden intercambiar información con el fin de lograr una comunicación adecuada entre compañeros de trabajo, o cualquier otra persona.

1.6.3. Importancia de la comunicación

Según CASTILLO, Antonio (2009), Menciona que la importancia de la comunicación es transmitir información verbal y no verbal; es decir, mediante palabras o, simplemente, mediante gestos y acciones. La comunicación hace parte de nuestro diario vivir, por lo tanto es un instrumento del cual el ser humano no podría prescindir. (Pág. 8)

Un buen comunicador se caracteriza por su dominio de la materia que trata, su facilidad de palabra y poder de convicción. Indiscutiblemente, el dominio de la materia incrementa la confianza, el análisis previo de los asuntos que se van a tratar produce una mayor seguridad y, además, facilita la exposición de las ideas de forma estructurada.

La comunicación debe ser eficaz, directa y concreta. Así también posible y producirse en el momento oportuno. Por otra parte el arte de la escucha es decisivo para establecer una buena comunicación, y hace que nuestros interlocutores reciban la señal de que sentimos interés por ellos y por su opinión.

Según las autoras la comunicación es de gran importancia, ya que gracias a ésta el trabajo en equipo es más eficiente, permite también mantener la relación mutua de unos a otros, ayuda a tener un ambiente laboral armonioso entre compañeros y se logran mejores resultados dentro de las diferentes áreas.

1.6.4. Comunicación interpersonal

Según SANCHES Molinelli Paola, (2010) “Manifiesta que la Comunicación Interpersonal es un proceso de intercambio de información, sentimiento,

experiencias y emociones que se da entre dos o más personas cuya finalidad es Informar o Persuadir”. (Pág. 16).

Para las autoras la comunicación es una herramienta fundamental que permite transmitir información de una Institución a otra y entre personas, sean estas por contacto verbal o no verbal, con la finalidad de influir la correcta forma de realizar las actividades laborales.

1.6.5. Formas de comunicación interpersonal

La comunicación entre seres humanos puede ser:

Simpática: Posee actitud positiva

Antipática: Posee actitud desagradable

Abierta: Posee flexibilidad

Cerrada: Posee carácter negativo

1.6.6. Habilidades de la comunicación para la Secretaria Ejecutiva

Según SLOCUM, John W. (2009), Explica que las habilidades de la comunicación de la Secretaria permiten enviar, recibir, elaborar y emitir información. Estas habilidades son:

Habilidades de Información

- ✓ Formulación de estrategias
- ✓ Tener conocimiento sobre el servicio
- ✓ Planificar las actividades administrativas

Habilidades Técnicas

- ✓ Conocimiento de computación
- ✓ Conocimiento Tributarios
- ✓ Manejo de programas Informáticos.

Habilidades interpersonales

- ✓ Práctica de la ética profesional
- ✓ Administración de recursos humanos

Habilidades de comunicación

- ✓ Frecuente comunicación con los clientes
- ✓ Frecuente comunicación con los empleados
- ✓ Trato con los medios de comunicación
- ✓ Fluidez en la oratoria

Para lograr un buen servicio al cliente se debe tomar en cuenta las diferentes habilidades administrativas que permitirán el buen desempeño laboral en las diferentes Instituciones.

1.6.7. Beneficios de las Habilidades de la Comunicación

Las habilidades de comunicación permiten al ser humano comunicarse y expresarse de manera efectiva, también ayuda ser libres, ser nosotros mismos, y a desarrollarnos como personas. Gracias a la comunicación, podemos describir lo que somos, conocer al otro y hacerle ver nuestro punto de vista como también ver lo nuestro, de la misma forma escuchar a los demás para integrar y poder conseguir lo que necesitamos, o lo que queremos

1.6.8. Beneficios de la comunicación asertiva

- ✓ Tener mayor confianza de lo que son y expresan
- ✓ Aumenta el autoestima
- ✓ Permite tener más madurez
- ✓ Permite llegar al logro de nuestros objetivos y la eliminación de la ansiedad
- ✓ Somos libres para tomar nuestras decisiones, expresar lo que realmente está corriendo con respeto y equilibrio.

Estos beneficios permiten a las personas tener un ambiente agradable, una actitud positiva y una relación adecuada dentro del ámbito laboral.

1.7.SERVICIO AL CLIENTE

Para entender de mejor lo que significa el Servicio al Cliente se presenta los siguientes conceptos de diferentes autores:

Según “LANGTON, Raymond (2010), “Opina acerca del Servicio al Cliente que puede ser definido en un sentido amplio, como la medida de actuación en el tiempo y lugar de la Entidad que presta el servicio. El concepto de servicio al cliente demuestra la satisfacción del cliente, que es un concepto más amplio, ya que incluye todos los elementos de la satisfacción”. (Pág. 1)

Según HOFFMAN Douglas y BATESON John, (2011) “Manifiesta que el Servicio al Cliente es algo que se experimenta, además la experiencia con el servicio como es un intangible no se puede vender o pasar a un tercero, la satisfacción del cliente con el servicio depende de su propia actuación y experiencia personal”. (Pág. 28)

Según ZEIMTHAL Valarie, BITNER Mary Jo y GREMLER Dwayne, (2009),
“Manifiesta sobre el Servicio al Cliente que es la calidad del servicio por medio de la comunicación cumpliendo las expectativas y requisitos básicos de los clientes, si se generó seguridad y confianza, como fue el trato del personal, la rapidez con que se le atendió, las instalaciones, etc.” (Pág. 81)

Las postulantes opinan sobre el Servicio al Cliente que es muy importante dentro de las instituciones públicas, que permite a los beneficiarios brindar un servicio de excelencia con el fin de satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes internos y externos, esto beneficiará a las instituciones para el crecimiento y proyección a futuro en sus actividades laborales.

1.7.1. Importancia del Servicio al Cliente.

Según GÓMEZ, E. (2009), “Indica que la importancia del Servicio al Cliente permite el desarrollo y mantenimiento de la fidelidad y satisfacción del cliente. La fidelización del cliente ayuda a la organización retenerlo, de manera que asegura la rentabilidad de la inversión inicial, de captación y prestaciones del servicio. Por este motivo, el servicio al cliente debe ser considerado como una de las actividades estratégicas básicas de las instituciones”. (Pág. 17)

La atención al cliente puede convertirse en un elemento principal para el éxito o el fracaso de muchas Instituciones que están orientadas hacia el cliente y son las que tienen más probabilidad de éxito en el futuro.

Para las teístas es primordial tener en cuenta los diversos aspectos como puede ser el ambiente agradable, la comodidad, un trato personalizado, y un servicio rápido, de esta manera saber que el cliente está satisfecho del servicio recibido, estos aspectos ayudarán a las Instituciones a mantener a sus clientes reales, así también

a buscar nuevos clientes que le permita hacerle más reconocida, además lograr tener una ventaja competitiva.

1.7.2. Excelencia del servicio al cliente

Es el conjunto de actividades interrelacionadas que se ofrece la persona encargada de dar información con el fin de que el cliente tenga un servicio en el momento y lugar adecuado.

Para tener excelencia en el servicio es fundamental tener en cuenta cuatro factores indispensables como el saber expresar lenguaje no verbal, que es la primera impresión que se les da a los clientes, así también el saber escuchar que es una habilidad que permite recopilar información que el cliente requiere.

De la misma manera el preguntar que es una forma de demostrar interés y empatía por la expectativa de nuestro interlocutor y por último el sentir que significa obtener el camino a buenos resultados.

La excelencia del servicio al cliente en las Instituciones Públicas permite alcanzar la calidad del servicio que recibe el usuario, demostrando resultados positivos y rentables para las entidades.

1.7.3. Importancia de la calidad del Servicio

La calidad de servicio hace que una Institución se convierta en un entidad reconocido de algo oculto, para ello es necesario contar con personal altamente capacitado acorde a las necesidades de cada organización del mismo modo que se sienta comprometido y motivado con su labor a cumplir, en el cual demuestre la capacidad y la habilidad en el trabajo en equipo para el bienestar de los mismos.

Al hablar de calidad no solo se refiere a satisfacer las necesidades o requerimientos de un cliente, sino más bien es ir más allá de estos parámetros, es

decir adoptar como personas con criterios amplios que permitan valorar nuestras experiencias para dar un valor agregado a cualquier actividad que desarrollemos.

Para lograr el mejor servicio se debe traspasar las barreras de la comunicación entre Instituciones y clientes, procurando crear un ambiente agradable de conocimiento, actitud positiva e interés en las necesidades de sus clientes.

1.7.4. Elementos de servicio al cliente

Antes de la información

- ✓ Políticas de servicio al cliente
- ✓ Flexibilidad en la atención

Durante la información

- ✓ Información de pedidos
- ✓ Precisión en la información
- ✓ Seguridad en el pedido

Después de la información

- ✓ Reclamamos, quejas del cliente
- ✓ Novedad temporal de la información

1.7.5. Tipos de Servicio.

- **Ineficaz y Desagradable.-** Es cuando las Instituciones ofrecen un mal servicio al cliente, es decir que maltratan psicológicamente sin importar que la organización tenga una baja competencia.
- **Eficaz y Agradable.-** Son las fortalezas que tienen las Instituciones al ofrecer un servicio de excelencia, demostrando su compromiso con la

máxima calidad. En el cual les permita enfrentar a la competencia con el buen liderazgo junto al equipo de trabajo.

1.7.6. Objetivos del servicio al cliente

- Escuchar al cliente con atención y entender la comunicación de manera clara, entendiendo sus necesidades, requerimientos y comprender cuáles son sus expectativas.
- Responder todas las inquietudes del cliente acerca de la información necesaria para cumplir con sus expectativas.
- Aclarar sus dudas y explicar de manera clara las necesidades del cliente.
- Ofrecer todas las garantías y referencias que aseguren al cliente sobre la calidad del servicio.
- Comprometer con el cliente un seguimiento de satisfacción del servicio prestado.
- Brindar el seguimiento necesario con relación al servicio al cliente, tanto se trate de sugerencias sobre el uso de lo adquirido como actualizaciones acerca de nuevas estrategias y políticas de la Institución.

1.7.7. Ventajas del servicio al cliente

Se trata de un buen medio para ampliar la satisfacción del cliente, poniéndose en contacto con programas de capacitaciones que permitan el mejoramiento del servicio.

- El buen servicio al cliente tiene como ventaja, fidelizar a los beneficiarios, que es más efectivo, lo cual permitirá lograr la competitividad para la Institución.

- Mejor imagen y reputación de las Instituciones Públicas.
- Incrementa la fiabilidad en los clientes por medio de la información de calidad.
- Crea un mejor clima de trabajo interno, lo cual los empleados no se sienten presionados por las continuas quejas de los clientes.
- Facilita la captación de nuevos clientes, es decir por medio de la comunicación boca a boca.
- Mejora a la imagen institucional, así también del personal administrativo.
- Menos quejas y reclamamos y menores gastos ocasionados por su gestión.
- Mejores relaciones internas entre el equipo de trabajo, ya que la labor realizada es unificado hacia un mismo fin.

1.7.8. Desventajas del servicio al cliente

- No existe optimización de tiempo al momento de realizar los trámites necesarios.
- No todo el personal administrativo tiene la misma forma de atender a un cliente.
- Los clientes retornan insatisfechos por no obtener la información adecuada y acorde a sus necesidades.
- En muchos casos provoca mayores gastos para realizar los trámites necesarios que requiere el cliente.
- La falta de comunicación fluida con el cliente produce mal entendidos y por ende las quejas.

- Existen dificultades para los clientes, esto se produce cuando el personal no pone en atención específica sobre lo que beneficiario requiere.
- El personal no se encuentra capacitado en lo que se refiere a tecnología, servicio de calidad y liderazgo.
- Muchas Instituciones no cuentan con estrategias adecuadas para mejorar el servicio.

1.7.9. El Cliente como parte fundamental de la Institución

El cliente es el pilar fundamental de las Instituciones, es decir es la razón de ser, lo cual permite que la organización realice sus actividades de manera adecuada. Por otra parte es la persona que requiere información o busca un servicio de aquel personal profesional con el fin de ser recibido con un trato amable y cordial.

Sin embargo las Instituciones planifican, implementan y controlan todas las actividades acorde a las necesidades de los clientes.

1.7.10. Satisfacción de clientes

Un cliente está satisfecho al momento de alcanzar sus necesidades y expectativas, esto se da a través de la prestación del servicio de todas las Instituciones encargadas específicamente a dar información real con una comunicación clara y precisa.

Las Instituciones Públicas de la ciudad de Latacunga son la parte fundamental para la sociedad, ya que el personal administrativo debe garantizar que el servicio sea aceptable para el cliente, es decir que el usuario debe percibir el resultado de los beneficios obtenidos con la adquisición de un servicio.

Para que una Institución pueda alcanzar el grado de satisfacción que puede conseguir con el servicio prestado, previamente debe conocer a la perfección las necesidades, los gustos, los puntos de vista de los clientes.

De esta manera puedan logra ser instituciones reconocidas, así también alcancen a la máxima competencia que es un factor fundamental para el éxito de las mismas, razón por la que el Gobierno Nacional trabaja para el buen vivir de la sociedad planteando diferentes formas de capacitaciones a todos los profesionales del área administrativo del sector público.

1.8. ESTRATEGIAS DEL SERVICIO AL CLIENTE.

Para entender de mejor manera lo que significa las Estrategias del Servicio al Cliente se presenta los siguientes conceptos de diferentes autores:

URIBE MACÍAS, Mario. (2011), “Señala que la Estrategia del Servicio es un conjunto de prestaciones, adicionales del servicio principal de la Institución, que el cliente espera recibir, en contraprestación al precio que paga y a la reputación de la organización que lo presta”. (Pág. 13)

FIGUEROA E. (2009) “Opina que la Estrategia del Servicio es la promesa de servicio que la Institución hace al cliente; debe ser tan particular que se convierta en elemento diferenciador de la oferta de la empresa, que genere valor agregado para el cliente, además alinear los esfuerzos del talento humano de la organización (dedicación oficial corporativa), para el cumplimiento de dicha promesa”. (Pág. 7)

Para las autoras la estrategia del servicio al cliente es la parte fundamental de toda institución pública, basada en la satisfacción de las necesidades del usuario, para ello es importante conocer el liderazgo de alta gerencia, la satisfacción, la productividad y lealtad de los empleados, y conocer el valor del servicio con los clientes.

1.8.1. Estrategias del servicio al cliente

➤ **El liderazgo de la alta Gerencia.**

Es el proceso mediante el cual los jefes tratan de influir en las actividades a sus colaboradores a través de la comunicación para que logren metas y objetivos planteados.

➤ **La calidad interna.**

La calidad interna se define por las cualidades y actitudes que tiene el personal administrativo hacia los clientes externos, y por la forma en la cual se facilitan servicio de calidad unas a otras dentro de las Instituciones Públicas

➤ **Satisfacción de los empleados.**

Satisfacer a los empleados en sus necesidades, por medio de su remuneración además de otorgarles reconocimientos ayuda a que los empleados se sientan contentos y a gusto en la Institución.

El empleado necesita estar satisfecho con su salario, su horario y el lugar de trabajo, ya que estos factores son responsabilidad del jefe, a través de estas recompensas el empleado satisfecho genera beneficio y crecimiento.

➤ **La satisfacción del cliente.**

El cliente estará satisfecho realmente cuando reciba el servicio necesario y de calidad y puede ser considerado como el mejor deseo de su necesidad.

➤ **Fidelidad del cliente en la Institución.**

El cliente se encuentra realmente satisfecho con las oportunidades o servicios de calidad que le ofrece una Institución, específicamente a satisfacer las necesidades básicas del usuario.

1.8.2. Estrategia para fidelizar al cliente

Consiste en lograr que un cliente que haya adquirido el servicio se convierta en un fiel usuario de la Institución.

➤ **Excelente servicio al cliente**

Buen servicio al cliente significa ofrecer una buena atención, con un trato amable, un ambiente agradable, un trato personalizado y una atención rápida, de esta manera el cliente se sentirá satisfecho del servicio recibido.

➤ **Servicios de información**

Consiste en brindar una información adecuada, como el servicio por teléfono, escrito, e-mail, etc. Esto al igual que el servicio al cliente genera la confianza y preferencia del usuario, también permite mantener en contacto con los interesados

➤ **Contacto con el cliente**

El mantener contacto con el cliente nos permite crear una estrecha relación con él, ofrecer un buen servicio, tomar en cuenta sus inquietudes, resolver sus problemas de manera eficiente y hacerle sentir que es importante para la Institución de esta forma satisfacer sus necesidades.

➤ **Ofrecer una información eficiente**

Finalmente una de las mejores formas de fidelizar clientes radica en ofrecerle una información eficiente y eficaz de esta manera cumplir con las expectativas del cliente y despedirlo con amabilidad cuando ya se retire de la Institución.

1.8.3. Elementos de la estrategia del servicio al Cliente.

- La relación con el cliente de forma directa con las políticas que establece la Institución en la atención.
- Es una forma de atender al cliente también por medio de la correspondencia.
- Una manera de complacer al cliente es escuchar cuales son los problemas que presenta la persona y darle solución a los mismos.
- La infraestructura adecuada hace sentir al cliente a gusto.

1.8.4. Características del Servicio al cliente de Calidad

Según ANIORTE (2013), Algunas de las características que se deben seguir y cumplir para un correcto servicio de calidad, son las siguientes: (Pág. 28)

- Cumplir sus objetivos
- Solucionar las necesidades
- Proporcionar resultados

Las tesis mencionas que es necesario tomar en cuenta algunas características citadas anteriormente para ofrecer un servicio satisfactorio a todos los clientes, de acuerdo a las expectativas individuales.

1.8.5. Ventajas de la Estrategia del servicio al cliente

- El mejoramiento de los planes futuros, mediante acciones preventivas que perfeccionen el servicio al cliente.
- Complementación permanente de información, emitidas por otros medios, como son: e-mail, o redes sociales.
- Incremento de la confianza de los reclamos del cliente, porque un reclamo bien atendido tiene frecuentemente el efecto de aproximar más al cliente sobre la prestación del servicio.
- Para destacar más la importancia que tiene del valor de la calidad del servicio de atención al cliente, es atrae a nuevos clientes y crear una excelente reputación de la Institución hacia el futuro.

1.8.6. Propósito de la Estrategia del servicio

Tiene como finalidad la visión sobre el cómo debe ser la posición de liderazgo del jefe y establecer los criterios que la Institución utilizará para conseguir el camino a la excelencia.

La estrategia del servicio permite desarrollar e implementar la gestión de servicios, no solo como una capacidad organizacional, sino es una herramienta fundamental en la prestación del servicio.

Estos son:

- ✓ Operar y crecer exitosamente a largo plazo.
- ✓ Transformar la gestión de servicios en un activo estratégico
- ✓ Ver las relaciones entre varios servicios, sistemas o procesos
- ✓ Gestionar las estrategias y objetivos

CAPÍTULO II

2. CARACTERIZACIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.

En la Antigua Roma el Cliente era el individuo de rango socioeconómico inferior que se ponía bajo el patrocinio de un patrón de rango socioeconómico superior, siempre se mantuvo esa relación de personas que acataban y el patrocinio, quienes más clientes tenían más prestigioso era el Romano que pretendía ser importante.

El cliente fue de una familia de origen humilde que siempre buscaba la protección del más fuerte así podemos observar que en las distintas épocas el cliente fue tratado sin importancia para quienes tenían potencial económico, por lo tanto no le daban la importancia a sus clientes porque no tenían unas buenas Relaciones Humanas con el cliente.

En la actualidad luego de haber investigado varias Instituciones Públicas se detectó que no practican la comunicación que es un elemento fundamental para el buen desempeño laboral, así también la creación y mantenimiento de buenas relaciones entre sus compañeros de trabajo.

Esta herramienta es muy importante para mantener informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.

Mientras que en las Privadas la atención era y sigue siendo uno de los pilares fundamentales, por tal razón estas Instituciones tienen muchos más clientes que las Públicas, esto quiere decir que el personal que labora en estas organizaciones son más capacitados en todo lo que se refiere al buen servicio.

La misión y visión de las empresas Privadas es obtener gran beneficio, basados en la buena atención al cliente quienes son parte fundamental de los fines lucrativos, permitiéndoles abrir nuevas sucursales dentro y fuera de la Ciudad, como son las Cooperativas de Ahorro y Crédito.

Se ha determinado que en las Instituciones Públicas existen falencias como la ineficiencia en la atención a los clientes en cuanto al servicio.

En cuanto a la atención de los clientes en las Instituciones Públicas se puede decir que por cada 10% de clientes atendidos solo el 6% se sienten satisfechos con el servicio recibido, esto quiere decir que el personal no está completamente capacitado y motivado para ofrecer sus servicios.

Cuando se habla de la atención al cliente se debe tener presente varios aspectos para que el mismo sea efectivo entre ellos, estos son: la buena disposición de la persona que atiende, dar al cliente la importancia que se merece, y es fundamental tomar en cuenta la misión y visión de las diferentes Instituciones para lograr satisfacer las necesidades de cada uno de los usuarios.

Tomando en cuenta los aspectos mencionados anteriormente y la importancia de los mismos y las realidades cotidianas de las Instituciones Públicas se observa que no siempre se aplican reglas adecuadas en la atención al cliente.

Para atender al cliente la persona debe poseer buen carácter, tener un buen vocabulario y que esté de acuerdo al cliente que se va a ser atendido.

Debe ser paciente y comprensivo según sea el caso esto sin que interfieran factores interpersonales como es; el estado de ánimo, de salud, y compañeros laborales, ya que estos factores influyen directamente en la persona cambiando su actitud, frecuentemente se tiende a no separar las situaciones personales con las de trabajo, olvidando de lo primordial de cualquier entidad que es el brindar el mejor servicio.

En la Ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi existen Instituciones Públicas como son: el GAD Municipal de la Ciudad de Latacunga, Registro Civil, Hospital General, Hospital del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, Corporación Nacional de Telecomunicaciones, Consejo Nacional Electoral, Ministerio de Relaciones Laborales, Servicio de Rentas Internas, Ministerio de Agricultura y Ganadería.

Es importante que el personal administrativo que labora en las Instituciones Públicas esté en constante capacitación por la diversidad de clientes como las personas con discapacidad, sordo mudadas, analfabetos, etc.

2.1.DISEÑO METODOLÓGICO

2.1.1. Tipo de Investigación

Para realizar esta investigación utilizaremos el siguiente tipo de investigación:

2.1.1.1. Investigación Descriptiva

El diseño de investigación Descriptiva es un método científico que implica observar y describir el comportamiento de un sujeto, en ella se destacan las características o rasgos de la situación, fenómeno, u objeto de estudio.

El presente trabajo de investigación que se va a desarrollar es de tipo descriptiva, con el fin de detallar las causas y los efectos del servicio al cliente que existen en las Instituciones Públicas de la ciudad de Latacunga, estos fenómenos se miden, se evalúan y recolectan datos, a si también investiga necesidades y comportamientos sociales de cada persona.

2.2. METODOLOGÍA

2.2.1. No experimental

En nuestra investigación utilizaremos el diseño No Experimental, en la cual se observa el fenómeno tal cual es, y porque no pretendemos realizar ningún tipo de manipulación de las variables, debido a la influencia de los factores de las causas que se van a estudiar en las diferentes instituciones de la ciudad.

Este tipo de investigación se puede analizar y evaluar el fenómeno tal cual es en un momento dado, ya que este trabajo de investigación no está sujeto a experimentación por lo que las postulantes no pueden influir sobre las variables.

2.3. MÉTODOS Y TÉCNICAS

2.3.1. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

2.3.1.1. Inductivo- deductivo

Inductivo

En nuestro trabajo hemos aplicado el método Inductivo, para analizar el tipo de servicio que ofrece el personal administrativo de las siguientes Instituciones de la ciudad de Latacunga. El Hospital del IESS, el GAD Municipal, Registro Civil, Hospital General, Consejo Nacional Electoral, Servicio de Rentas Internas, Corporación Nacional de Telecomunicaciones, Ministerio de Agricultura y

Ganadería y Ministerio de Relaciones Laborales, con la finalidad de lograr la calidad de servicio.

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

Deductivo

En esta investigación utilizaremos el método deductivo, que generalmente 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.

Las tesis sostienen que este método se orientará directamente a la problemática que se presentan en las diferentes Instituciones Públicas de la ciudad de Latacunga con el fin de alcanzar los objetivos planteados en nuestra investigación, logrando así mejorar la calidad de servicio al cliente con el propósito de satisfacer las necesidades de la sociedad.

2.4.TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

2.4.1. Encuestas

Es una técnica que permite recopilar información por medio de un cuestionario para adquirir datos reales que el investigador busca para resolver el problema, esta técnica es aplicada directamente al encuestado, el cual es respondido por escrito sin la intervención de ninguna persona.

Esto se lo va a aplicar directamente a los clientes que visitan a las Instituciones Públicas de la ciudad de Latacunga, esta técnica permitirá a las postulantes identificar la unidad de estudio y conocer la situación y condiciones en la que se encuentran las Instituciones.

2.4.2. Entrevista

Es un instrumento que permite la recopilación de información acerca de las variables del estudio, por medio de un diálogo con los Directores de las Instituciones, la entrevista puede o no estar estructurada mediante un cuestionario, con el fin de obtener resultados para realizar la investigación correspondiente.

Esta técnica proporcionara conocer los problemas que enfrentan las personas que emiten el servicio al cliente en las diferentes Instituciones Públicas de la ciudad de Latacunga.

2.4.3. Observación

La observación es una técnica de investigación que consiste en observar personas, fenómenos, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones, etc., con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación.

Esta técnica está basada directamente al medio en el que trabajaremos, es decir se realizó la investigación al personal administrativo de las diferentes Instituciones Públicas de la ciudad de Latacunga, con la finalidad de detectar el problema existente.

Así también se recolecto datos reales de las diferentes Instituciones, como es el número de clientes que asisten diariamente a cada una de ellas, sean estas por medio de estadística y el registro de turnos electrónicos por dígitos.

2.5.INSTRUMENTO

Para recolectar los datos de la investigación, se desarrollará el siguiente instrumento.

2.5.1. Cuestionario

El cuestionario es un instrumento básico de la encuesta, que contiene preguntas que permite medir las variables, que ayuda a las investigadoras a obtener información sobre el tema que se va a investigar, este instrumento consistirá en preguntas cerradas que serán aplicadas a los clientes y pacientes de las diferentes instituciones públicas de la ciudad de Latacunga.

2.5.2. Guía de preguntas

Son una estrategia que nos permite visualizar de una manera global un tema a través preguntas abiertas con el fin de recolectar información necesaria para el desarrollo del trabajo de investigación.

2.5.3. Ficha de Observación

Este instrumento es muy importante porque permite a la recolección de datos reales acorde a un objeto específico, también sirve para evitar olvidar datos, personas o situaciones, por ello el investigador debe tener siempre a la mano sus fichas para registrar información que se realiza al momento de la investigación mediante preguntas claves.

2.6.UNIDAD DE ESTUDIO

Las Instituciones Públicas de la ciudad de Latacunga, Provincia de Cotopaxi existen 3.790 entre clientes y pacientes de las 9 instituciones; como son: el GAD Municipal, Registro Civil, Consejo Nacional Electoral, Servicio de Rentas

Internas, Corporación Nacional de Telecomunicaciones, Ministerio de Agricultura y Ganadería y Ministerio de Relaciones Laborales, el Hospital del IESS, Hospital General, que son atendidos diariamente, estos datos se recopiló de acuerdo a los datos estadísticos como también en turnos electrónicos en algunos casos.

2.6.1. Población

Para el presente trabajo de investigación realizaremos la siguiente tabla, que a continuación presentamos con el número de clientes atendidos diariamente en las diferentes Instituciones Públicas de la Ciudad de Latacunga, resultados que fueron obtenidos de acuerdo a los datos estadísticos y turnos electrónicos en algunos casos.

TABLA N° 1 Muestra

INSTITUCIONES PÚBLICAS	POBLACIÓN DE CLIENTES
Hospital del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).	500
GAD Municipal de la ciudad de Latacunga.	170
Registro Civil.	800
Hospital General de Latacunga.	1200
Consejo Nacional Electoral (CNE).	50
Servicio de Rentas Internas (SRI).	350
Corporación Nacional de Telecomunicación (CNT).	420
Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAGAP).	150
Ministerio de Relaciones Laborales. (MRL).	150
TOTAL	3.790

Fuente: Instituciones Públicas de la Ciudad de Latacunga

Elaborado por: Las postulantes

2.6.2. Muestra

Debido a que la población de clientes es muy extensa aplicaremos una fórmula aleatoria para reducir el número de encuestas a realizar.

FÓRMULA

$$n = \frac{PQ \cdot N}{(N-1) \left(\frac{E}{K}\right)^2 + PQ}$$

SIMBOLOGÍA

n= tamaño de la muestra

PQ= varianza media de la población (0.25)

N= población o universo (3.790)

E= error admisible que es aquel que lo determina el investigador (0.05)

K= coeficiente de corrección de error. (2)

REEMPLAZO DE VALORES

$$n = \frac{0.25 \times 3.790}{(3.790-1) \left[\frac{(0.05)^2}{(2)^2}\right] + 0.25}$$

$$n = \frac{947.5}{3.789 (0.000625) + (0.25)}$$

$$n = \frac{947.5}{2.618}$$

n= 361 Clientes

Elaborado por: Las postulantes

Luego de haber aplicado la fórmula aleatoria para el respectivo muestreo hemos obtenido 361 clientes de las 9 Instituciones investigadas, pero hay Instituciones que cuentan con mayor número de clientes y no son equitativos, para ello hemos aplicado un proceso de regla de tres, con la finalidad de obtener resultados reales en la que se desarrolló las encuestas respectivas al número representativo de cada Institución Pública mencionadas en la siguiente tabla.

PROCESO PARA EL CÁLCULO DE REGLA DE TRES.

- ❖ Para calcular el porcentaje aplicamos la siguiente fórmula.

FÓRMULA

$$\frac{A1}{A2} = \frac{C}{X}$$

SIMBOLOGÍA

A1= Clientes de las Instituciones Públicas del Hospital del IESS(500)

A2= Total Universo (3.790)

C= Porcentaje (100%)

REEMPLAZO DE VALORES

$$500/3.790*100 = 13,19$$

- ❖ Para calcular el número de clientes aplicamos la siguiente formula.

FÓRMULA

$$\frac{A1}{A2} = \frac{C}{X}$$

SIMBOLOGÍA

A1= Total Clientes a encuestar (361)

A2= Total Porcentaje de Clientes (13,19)

C = Porcentaje (100%)

REEMPLAZO DE VALORES

$$361 * 13,19 / 100 = 47,6$$

= **48 clientes.**

TABLA N° 2 Número de representantes a encuestar

INSTITUCIONES PÚBLICAS	POBLACIÓN DE CLIENTES	PORCENTA JE	ENCUEST AS
Hospital del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).	500	13,19	48
GAD Municipal de la ciudad de Latacunga.	170	4,49	16
Registro Civil.	800	21,11	76
Hospital General de Latacunga.	1200	31,66	114
Consejo Nacional Electoral (CNE).	50	1,32	6
Servicio de Rentas Internas (SRI).	350	9,23	33
Corporación Nacional de Telecomunicación (CNT).	420	11,08	40
Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAGAP).	150	3,96	14
Ministerio de Relaciones Laborales. (MRL).	150	3,96	14
TOTAL	3.790	100,00	361

Fuente: Instituciones Públicas de la Ciudad de Latacunga

Elaborado por: Las postulantes

2.7. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS PACIENTES DEL HOSPITAL IESS LATACUNGA.

1. ¿Con qué frecuencia asiste usted al Hospital del IESS?

TABLA N° 3 Asistencia al Hospital del IESS

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Diario	19	40%
Semanal	7	14%
Mensual	20	42%
Nunca	2	4%
TOTAL	48	100%

Fuente: Encuesta a los pacientes del Hospital del IESS de la ciudad de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 2 Asistencia al Hospital del IESS



Fuente: Encuesta a los pacientes del Hospital del IESS de la ciudad de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: De las 48 personas encuestadas mencionan que el 40% asisten diariamente al Hospital del IESS; el 14% semanal; el 42% mensual y un 4% no asisten nunca.

Por tanto se puede observar que la mayoría de los pacientes asisten diariamente y mensualmente al Hospital del IESS de la ciudad de Latacunga con la finalidad de recibir la atención médica y un servicio de calidad cumpliendo así la satisfacción de cada paciente.

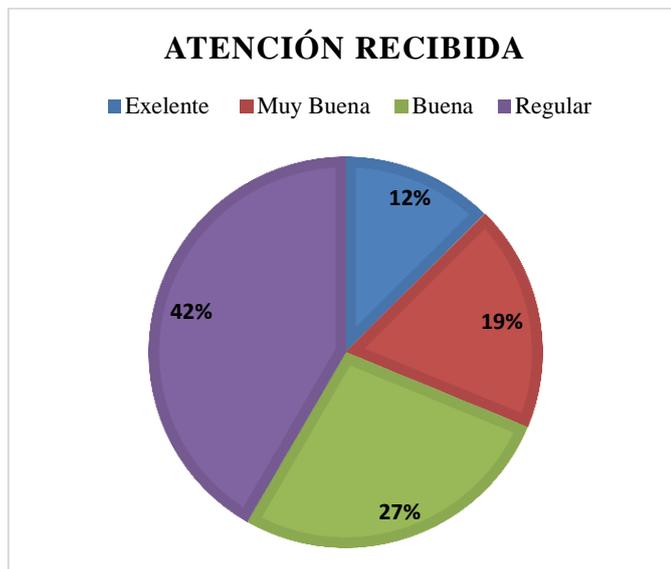
2. ¿La atención que recibió en el Hospital del IESS fue?

TABLA N° 4 Atención Recibida

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Excelente	6	12%
Muy Buena	9	19%
Buena	13	27%
Regular	20	42%
TOTAL	48	100%

Fuente: Encuesta a los pacientes del Hospital del IESS de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 3 Atención Recibida



Fuente: Encuesta a los pacientes del Hospital del IESS de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Mediante las encuestas realizadas a diferentes pacientes del Hospital del IESS de la ciudad de Latacunga se pudo conocer que el 12% de pacientes consideran que la atención es excelente; el 19% opinan que es muy buena; el 27% buena y el 42% de los pacientes manifiestan que es regular la atención que reciben por parte del personal administrativo del Hospital del IESS, por lo tanto es necesario realizar estrategias para mejorar el servicio y así satisface las necesidades de cada usuario.

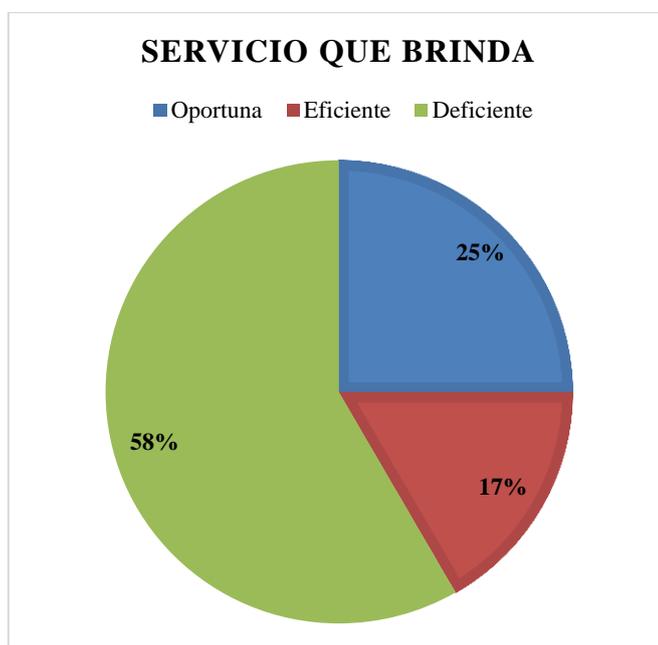
3. ¿Cree usted que el servicio que brinda el Hospital del IESS es?

TABLA N° 5 Servicio que brinda

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Oportuna	12	25%
Eficiente	8	17%
Deficiente	28	58%
TOTAL	48	100%

Fuente: Encuesta a los pacientes del Hospital del IESS de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 4 Servicio que brinda



Fuente: Encuesta a los pacientes del Hospital del IESS de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Los encuestados mencionan que el 25% ha recibido la atención oportuna, el 17% indica que es eficiente y el 58% opinan que es deficiente, con estas encuestas podemos observar que todavía existe deficiencia en la atención que brinda a los pacientes del Hospital del IESS de la ciudad de Latacunga, es importante el personal encargado tenga conocimiento sobre el servicio al cliente con la finalidad de mejorar la atención que brindan.

4. ¿Estaría de acuerdo que el Recurso Humano del Hospital del IESS reciban capacitaciones en?:

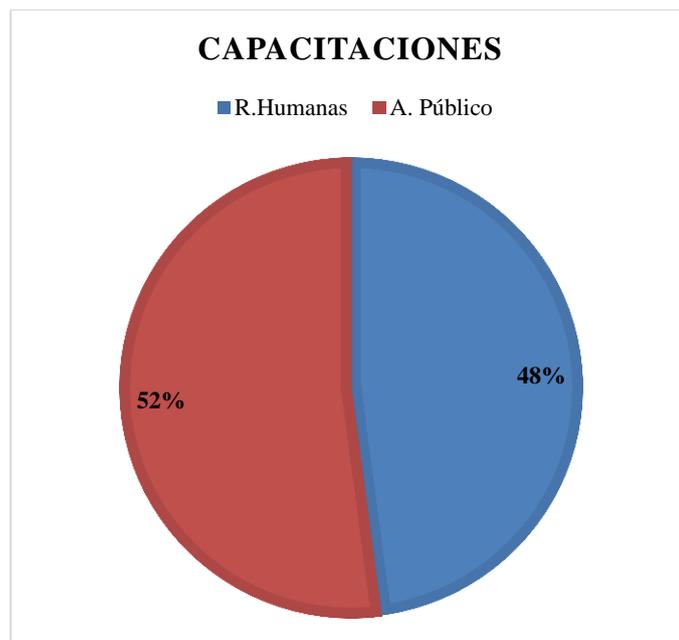
- Relaciones Humanas
- Atención al Público

TABLA N° 6 Capacitaciones

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
R. Humanas	23	48%
A. Público	25	52%
TOTAL	48	100%

Fuente: Encuesta a los pacientes del Hospital del IESS de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 5 Capacitaciones



Fuente: Encuesta a los pacientes del Hospital del IESS de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: A través de las encuestas realizadas a los pacientes del Hospital del IESS de la ciudad de Latacunga, el 48% de pacientes sugieren que el personal encargado de cada área deben recibir capacitaciones en Relaciones Humanas y el 52% en Atención al Público, porque por medio de esto mejorarán el servicio, de esta manera lograr la eficiencia en el servicio satisfaciendo las necesidades de los pacientes.

5. ¿Está usted satisfecho con el servicio que ofrece el personal administrativo que labora en el Hospital del IESS?

TABLA N° 7 Satisfacción del servicio al Cliente

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	10	21%
NO	20	42%
AVECES	18	37%
TOTAL	48	100%

Fuente: Encuesta a los pacientes del Hospital del IESS de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 6 Satisfacción del servicio al cliente



Fuente: Encuesta a los pacientes del Hospital del IESS de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: De acuerdo a las encuestas realizadas se ha visto que los clientes del Hospital del IESS, no están de acuerdo con la satisfacción del servicio al cliente, a continuación detallamos el grado de complacencia: el 21% Si están de acuerdo con el servicio prestado por el personal encargado, el 42% no están de acuerdo porque todavía existen falencias en el servicio y el 37% a veces. Mediante el porcentaje obtenido la satisfacción de los pacientes es negativo y no están satisfechos con el servicio recibido.

6. **¿Considera Ud. Que el pacientes externo es el más importante para la Institución del Hospital del IESS?**

TABLA N° 8 Importancia del Cliente Externo

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	42	87%
NO	6	13%
TOTAL	48	100%

Fuente: Encuesta a los pacientes del Hospital del IESS de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 7 Importancia del Cliente Externo



Fuente: Encuesta a los pacientes del Hospital del IESS de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Mediante de los resultados obtenidos el 87% de los paciente manifiestan que son el pilar fundamental para el Hospital del IESS, por tal razón el personal encargado debe demostrar respeto, cordialidad y ser pacientes con cada uno de ellos, así como un 13% indican que no son importantes, por lo tanto se puede decir que son rechazados o discriminados por parte del personal encargado, siendo así a los pacientes deben saber comprender y tratar con delicadeza y hacer sentir que si son importantes para el Hospital del IESS.

7. ¿Ha visto usted que el personal que labora cumple con los horarios establecidos?

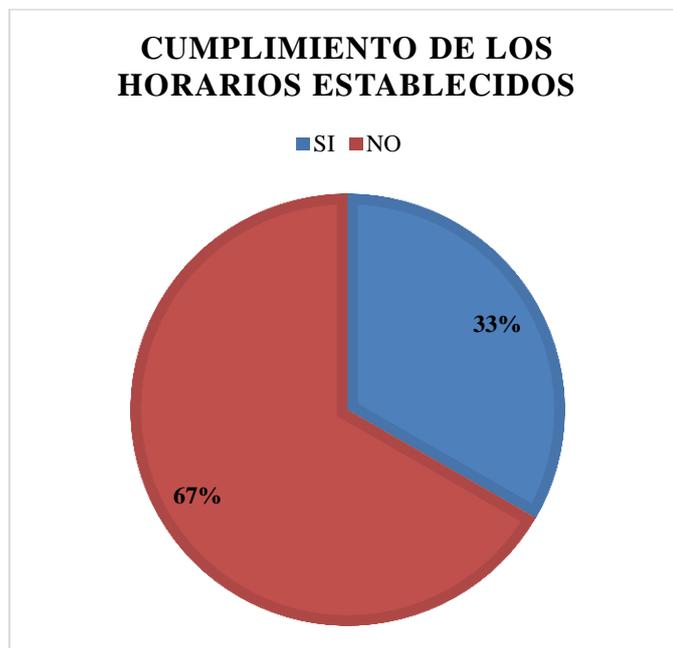
TABLA N° 9 Cumplimiento de los Horarios Establecido.

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	16	33%
NO	32	67%
TOTAL	48	100%

Fuente: Encuesta a los pacientes del Hospital del IESS de la ciudad de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 8 Cumplimiento de los Horarios Establecido



Fuente: Encuesta a los pacientes del Hospital del IESS de la ciudad de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: A través de las encuestas realizadas a los paciente que asisten al Hospital del IESS interpretan que 33 % si cumplen con el horario establecido, mientras que el 67% no cumple podemos darnos cuenta que hay más incumplimiento en el horario establecido por falta de control del Departamento de Talento Humano.

8. ¿Usted opina que el Recurso Humano que labora en el Hospital del IESS tienen suficientes conocimientos sobre la atención al cliente?

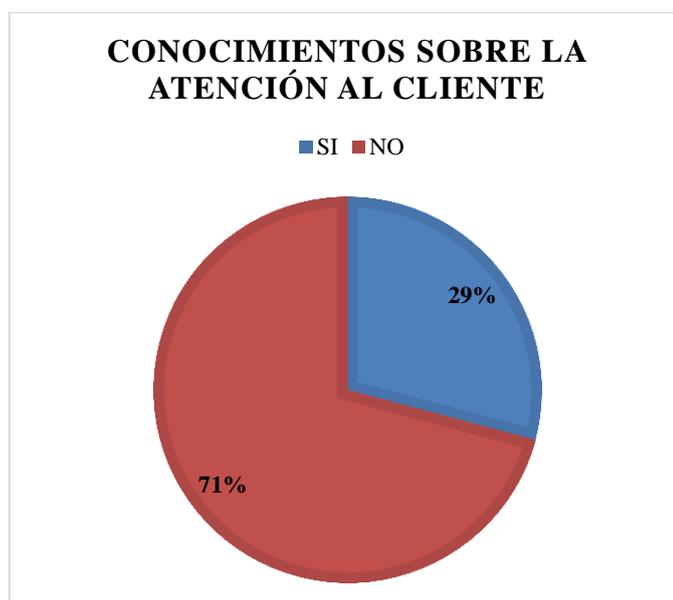
TABLA N° 10 Conocimientos sobre la Atención al Paciente

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	14	29%
NO	34	71%
TOTAL	48	100%

Fuente: Encuesta a los pacientes del Hospital del IESS de la ciudad de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 9 Conocimientos sobre la Atención al Paciente



Fuente: Encuesta a los pacientes del Hospital del IESS de la ciudad de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Mediante las encuestas realizadas a los pacientes del Hospital del IESS, el 29% el personal administrativo tienen conocimientos sobre atención al cliente y el 71% mencionan que no cumplen con los requerimientos del paciente esto quiere decir que el personal que labora en el Hospital no tienen suficientes conocimientos sobre el servicio al cliente, para ello es necesario elaborar estrategias adecuadas así para mejorar el servicio.

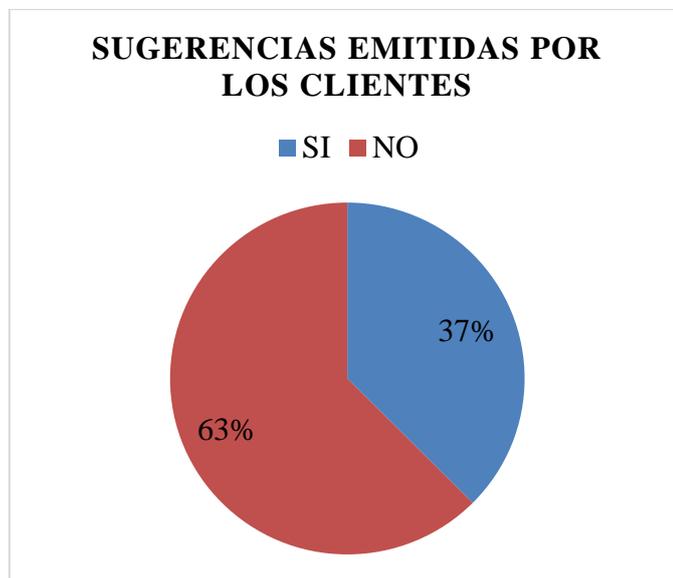
9. ¿Cree usted que las sugerencias emitidas por los clientes son analizadas oportunamente por las autoridades del Hospital del IESS?

TABLA N° 11 Sugerencias Emitidas por los Pacientes

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	18	37%
NO	30	63%
TOTAL	48	100%

Fuente: Encuesta a los pacientes del Hospital del IESS de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 10 Sugerencias Emitidas por los Pacientes



Fuente: Encuesta a los pacientes del Hospital del IESS de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Mediante la encuesta realizada el 37% de pacientes del Hospital de IESS manifiestan que las sugerencias emitidas son analizadas de manera oportuna, de tal razón las autoridades siempre debe ser eficiente y eficaz para resolver las inquietudes de cada usuario, de esta manera para ofrecer un servicio de calidad y el 63% consideran que no, porque no toman importancia de las sugerencias que el paciente solicita, para ello es fundamental que el personal encargado tome en cuenta las estrategias que se elaborará.

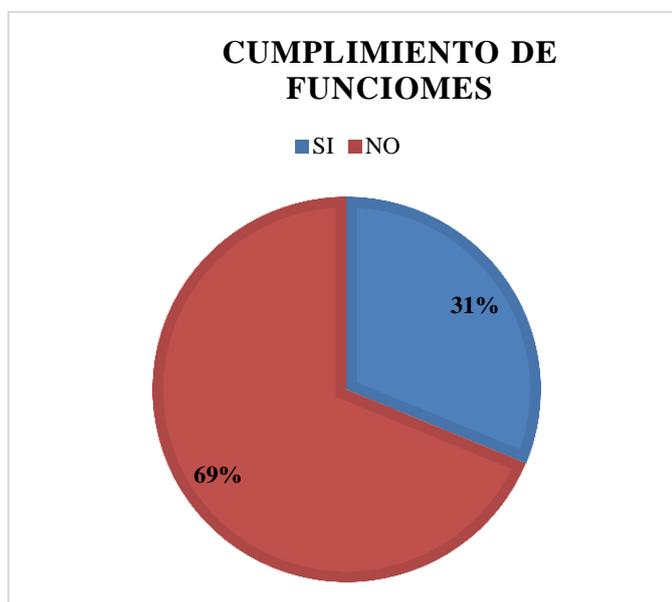
10. ¿Cree usted que el personal que labora en el Hospital del IESS cumplen a cabalidad sus funciones?

TABLA N° 12 Cumplimiento de Funciones

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	15	31%
NO	33	69%
TOTAL	48	100%

Fuente: Encuesta a los clientes de las Instituciones Públicas de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 11 Cumplimiento de Funciones



Fuente: Encuesta a los pacientes del Hospital del IESS de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: A través de las encuestas realizadas a los pacientes del Hospital del IESS, el 31% consideran que el personal administrativo si cumple a cabalidad sus funciones y el 69% de los pacientes mencionan que no cumplen, causando así un problema de servicio ineficaz razón por la cual los pacientes expresan que tienen que esperar largas horas y la voluntad del personal encargado para ser atendidos.

ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS CLIENTES DEL GAD MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA

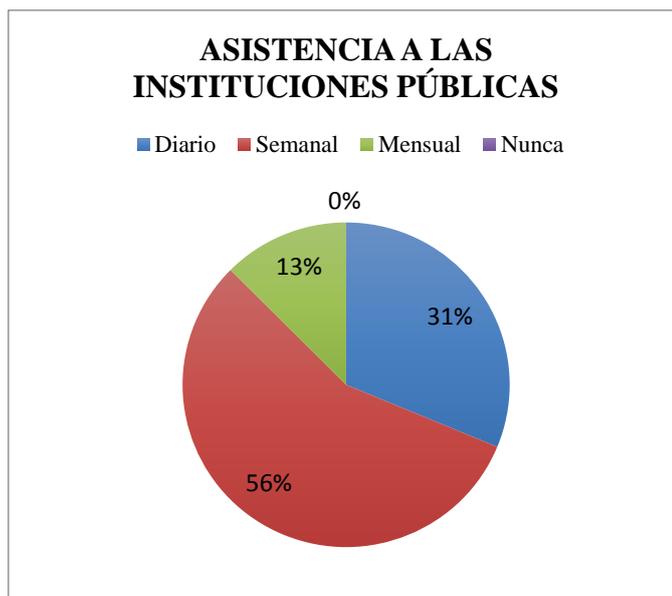
1. ¿Con qué frecuencia asiste usted al GAD Municipal de la ciudad de Latacunga?

TABLA N° 13 Asistencia al GAD Municipal de Latacunga

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Diario	5	31%
Semanal	9	56%
Mensual	2	13%
Nunca	0	0%
TOTAL	16	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del GAD Municipal de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 12 Asistencia al GAD Municipal de Latacunga



Fuente: Encuesta a los clientes del GAD Municipal de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Las encuestas aplicada a 16 clientes del GAD Municipal, mencionan que han tenido contacto con el personal administrativo en el cual se puede observar que el 31% de encuestados asisten diariamente, el 56% semanal; el 13% mensual y un 0% no asiste nunca. En la actualidad los clientes asisten semanalmente con un porcentaje de 56% con el propósito de recibir un servicio de calidad y así satisfaciendo sus necesidades.

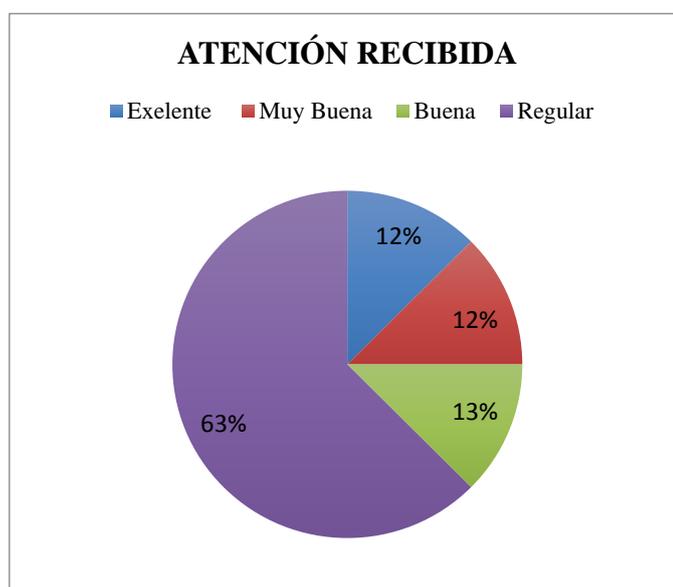
2. ¿La atención que recibió en el GAD Municipal fue?

TABLA N° 14 Atención Recibida

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Excelente	2	12%
Muy Buena	2	12%
Buena	2	13%
Regular	10	63%
TOTAL	16	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del GAD Municipal de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 13 Atención Recibida



Fuente: Encuesta a los clientes del GAD Municipal de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: El 12% de los encuestados evaluaron el criterio como excelente, el 12% de los clientes califican que la atención recibida por parte del personal administrativo del GAD Municipal es Muy Buena, el 13% mencionan que la atención que reciben es Buena y el 63% dicen que es regular. Es muy importante saber que no todos los clientes tienen el mismo criterio sobre el servicio al cliente, ya que el personal administrativo debe facilitar un servicio de calidad, para lo cual es contar con el personal altamente capacitados y con gran responsabilidad, así para dar un servicio eficaz y eficiente.

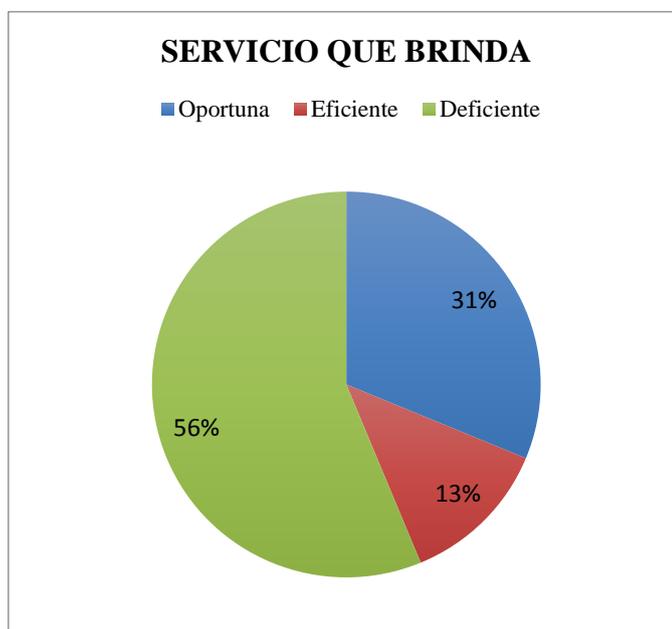
3. ¿Cree usted que el servicio que brinda el GAD Municipal es?

TABLA N° 15 Servicio que Brinda

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Oportuna	5	31%
Eficiente	2	13%
Deficiente	9	56%
TOTAL	16	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del GAD Municipal de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 14 Servicio que Brinda



Fuente: Encuesta a los clientes del GAD Municipal de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: El 31% de los encuestados manifiestan que el servicio que brinda el GAD Municipal de la ciudad de Latacunga es Oportuna, el 13% indican que es eficiente y el 56% de los clientes mencionan que es deficiente, por lo tanto es notable que en ocasiones la percepción de la calidad de servicio que la reciben no es la mejor, es por la falta del conocimiento del mismo por ende es necesario realizar estrategias para mejorar el servicio al cliente.

4. ¿Estaría de acuerdo que el Recurso Humano del GAD Municipal reciban capacitaciones en?

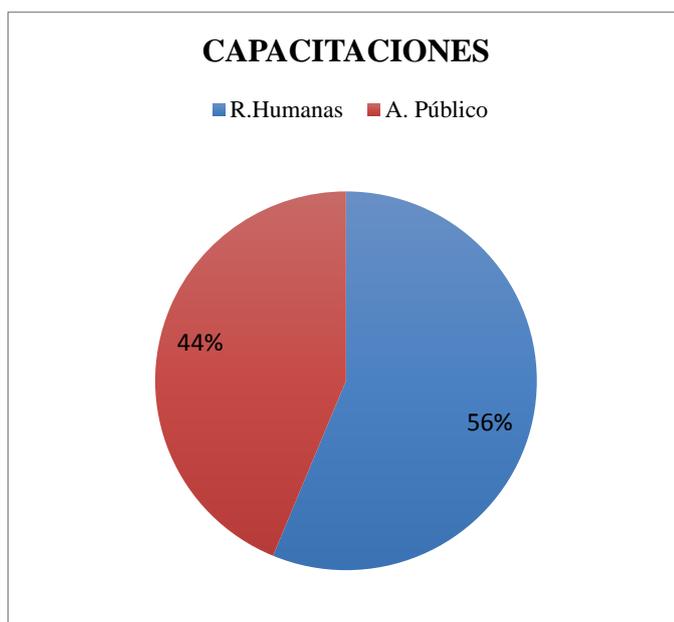
- Relaciones Humanas
- Atención al Público

TABLA N° 16 Capacitación

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
R. Humanas	9	56%
A. Público	7	44%
TOTAL	16	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del GAD Municipal de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 15 Capacitación



Fuente: Encuesta a los clientes del GAD Municipal de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: De los resultados obtenidos el 56% de los encuestados opinan que el Recurso Humano del GAD Municipal deben recibir capacitación en Relaciones Humanas para mejorar el servicio al cliente, y el 44% de los usuarios señalaron que es muy importante que reciban capacitación en Atención al Público con la finalidad de obtener una buena imagen tanto del personal administrativo y del GAD Municipal, de esta manera puedan brindar un servicio de alta calidad a la sociedad en general.

5. ¿Está usted satisfecho con el servicio que ofrece el personal administrativo que labora en el GAD Municipal?

TABLA N° 17 Satisfacción del Servicio al Cliente

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	4	25%
NO	2	12%
AVECES	10	63%
TOTAL	16	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del GAD Municipal de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 16 Satisfacción del Servicio al Cliente



Fuente: Encuesta a los clientes del GAD Municipal de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: El 25% de los encuestados señalan que si están satisfechos con el servicio recibido, el 12% indican que no están satisfechos y el 63% de los clientes manifiestan que a veces están de acuerdo con el servicio que ofrece el personal administrativo del GAD Municipal, por lo tanto los clientes requieren un mejor servicio, para lo cual es importante que el personal administrativo este en constantes capacitaciones para ofreceres un servicio de calidad y así satisfacer las necesidades de los usuarios.

6. ¿Considera Ud. Que el cliente externo es el más importante para el GAD Municipal?

TABLA N° 18 Importancia del Cliente Externo

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	15	94%
NO	1	6%
TOTAL	16	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del GAD Municipal de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 17 Importancia del Cliente Externo



Fuente: Encuesta a los clientes del GAD Municipal de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: De acuerdo a los resultados obtenidos el 94% de los encuestados mencionan que son importantes para el GAD Municipal, ya que el cliente es el pilar fundamental para la institución, por tal razón siempre deben ser bien recibidos con respeto y amabilidad, y el 6% de los clientes indican que no son importantes, por lo cual se puede observar que no son tomados en cuenta para la institución.

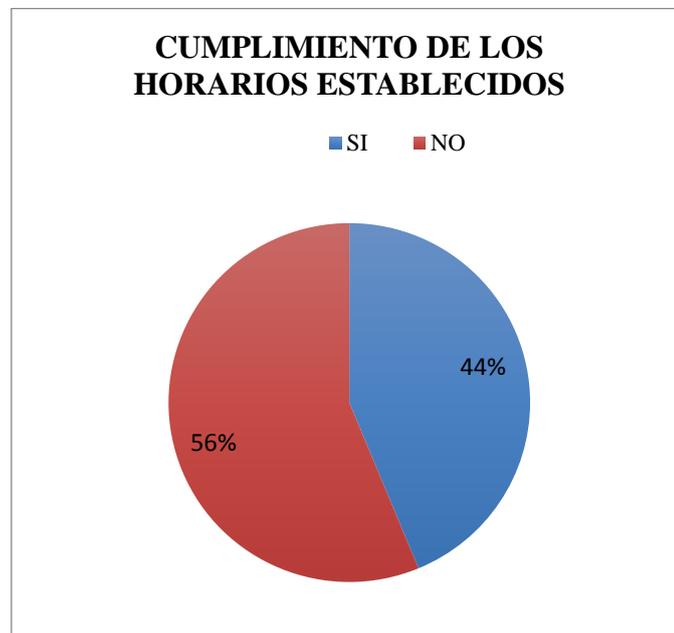
7. ¿Ha visto usted que el personal que labora cumple con los horarios establecidos?

TABLA N° 19 Cumplimiento de los Horarios Establecidos

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	7	44%
NO	9	56%
TOTAL	16	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del GAD Municipal de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 18 Cumplimiento de los Horarios Establecidos



Fuente: Encuesta a los clientes del GAD Municipal de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: El 44 de encuestados manifestaron que si cumplen, y el 56% de los clientes externos indican que el personal administrativo no cumplen con el horario establecido de la institución, por lo cual los clientes si sienten molestos por el incumplimiento y responsabilidad por parte del personal encargado, de tal razón los clientes merecen respeto y deben cumplir con las funciones y horarios establecidos.

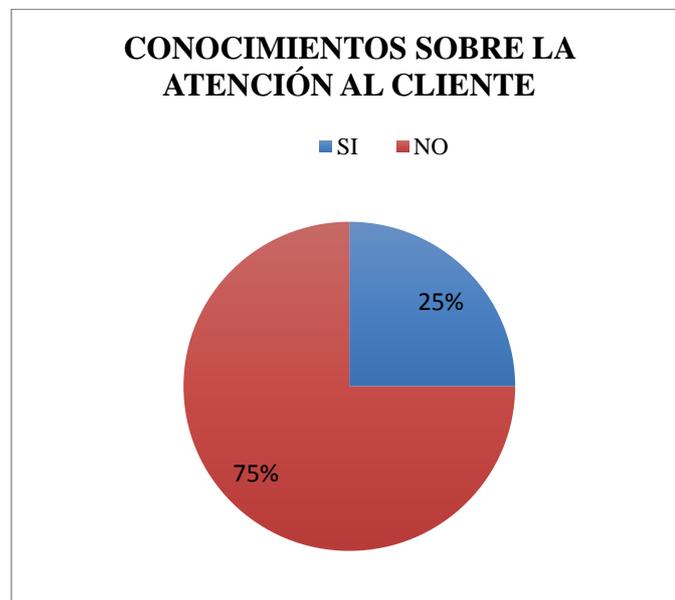
8. ¿Usted opina que el Recurso Humano que labora en el GAD Municipal tienen suficientes conocimientos sobre la atención al cliente?

TABLA N° 20 Conocimientos sobre la Atención al Cliente

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	4	25%
NO	12	75%
TOTAL	16	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del GAD Municipal de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 19 Conocimientos sobre la Atención al Cliente



Fuente: Encuesta a los clientes del GAD Municipal de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Los resultados obtenidos muestran que el 25% de los clientes externos evalúan que los profesionalitas que laboran en el GAD Municipal si tienen conocimiento sobre la atención al cliente, están aptos para corregir si existe alguna falencia al momento de ofrecer una información solicitada por los usuarios, y el 75% de los encuestados manifestaron que no tienen suficientes conocimientos sobre atención al cliente, para ello es necesario elaborar estrategias para mejorar el servicio al cliente con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes.

9. ¿Cree usted que las sugerencias emitidas por los clientes son analizadas oportunamente por las autoridades del GAD Municipal?

TABLA N° 21 Sugerencias Emitidas Por los Clientes

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	4	25%
NO	12	75%
TOTAL	16	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del GAD Municipal de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 20 Sugerencias Emitidas Por los Clientes



Fuente: Encuesta a los clientes del GAD Municipal de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Mediante las encuestas realizadas el 25% de los clientes señalan que las sugerencias emitidas si son analizadas, y el 75% de los encuestados manifestaron las sugerencias emitidas por los clientes no son analizadas y tomadas en cuenta por las autoridades del GAD Municipal de la ciudad de Latacunga, por lo tanto los clientes se sienten insatisfechos por el servicio recibido.

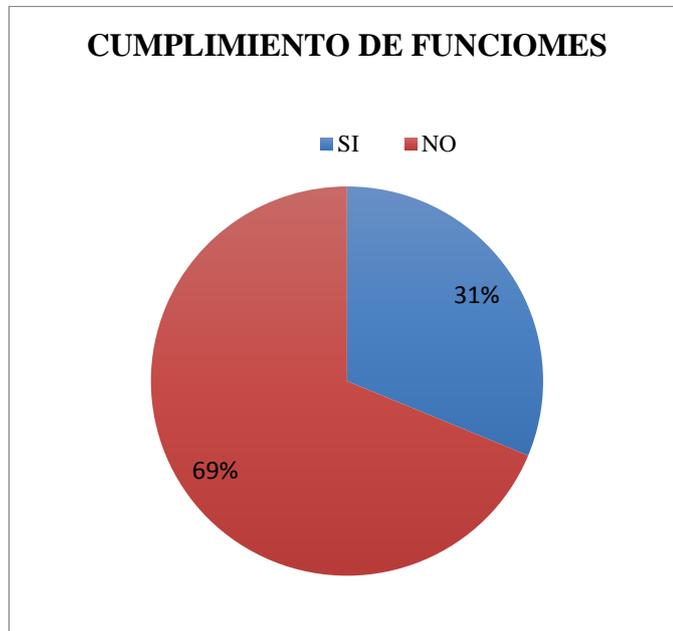
10. ¿Cree usted que el personal que labora en el GAD Municipal cumplen a cabalidad sus funciones?

TABLA N° 22 Cumplimientos de Funciones

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	5	31%
NO	11	69%
TOTAL	16	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del GAD Municipal de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 21 Cumplimientos de Funciones



Fuente: Encuesta a los clientes del GAD Municipal de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: El 31% de los encuestados mencionan que el personal que laboran en el GAD Municipal si cumplen con las funciones establecidas, demuestra su responsabilidad, son eficientes y eficaces para dar una información clara, por tal razón los clientes externos están satisfechos con el servicio recibido, y el 69% de los clientes no están de acuerdo con el cumplimiento de las funciones, causando así un problema de servicio inadecuado, razón por la cual los clientes manifestaron que tienen que esperar para ser atendidos.

ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS CLIENTES DEL REGISTRO CIVIL.

1. ¿Con que frecuencia asiste usted al Registro civil de Latacunga?

TABLA N° 23 Asistencia al Registro Civil de Latacunga

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Diario	18	24%
Semanal	21	27%
Mensual	37	49%
Nunca	0	0%
TOTAL	76	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Registro Civil de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 22 Asistencia al Registro Civil de Latacunga



Fuente: Encuesta a los clientes del Registro Civil de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Las encuestas fueron aplicadas a 76 clientes que reciben atención en esta Institución, la cual los resultados obtenidos son las siguientes, el 24% de encuestados asisten diariamente al Registro Civil de Latacunga; el 27% semanal; el 49% mensual y el 0% no asiste nunca. Pero hay que tomar en cuenta que las personas asisten más al mes, razón por la que deben ser atendidos de la mejor manera, ya que el servicio al cliente es el conjunto de actividades orientadas al desarrollo de la institución.

2. ¿La atención que recibió en el Registro Civil de Latacunga fue?

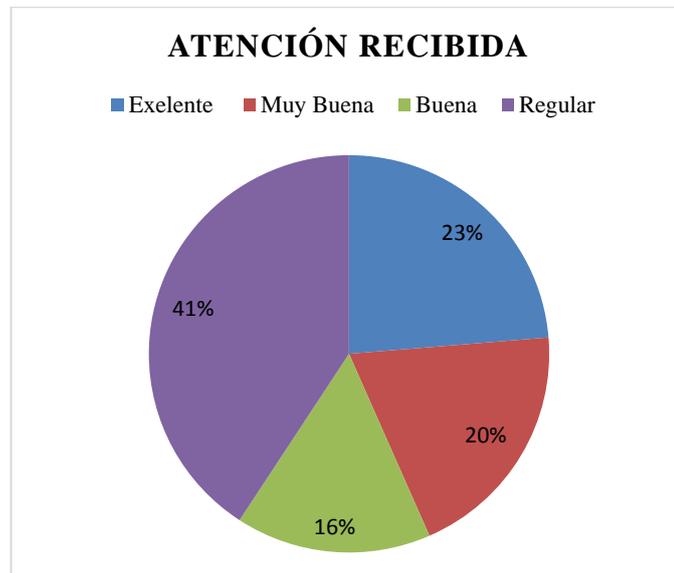
TABLA N° 24 Atención Recibida

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Excelente	18	23%
Muy Buena	15	20%
Buena	12	16%
Regular	31	41%
TOTAL	76	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Registro Civil de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 23 Atención Recibida



Fuente: Encuesta a los clientes del Registro Civil de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Mediante las encuestas realizadas a los clientes del Registro Civil de Latacunga se pudo conocer que el 23% consideran que la atención es excelente; el 20% opinan que es muy buena; el 16% buena y un 41% manifiestan que es regular. Esto quiere decir que esta institución se encuentra en el nivel bajo en la rendición de un buen servicio, sin embargo se consideran que debe continuar con el proceso adecuado para diferente tipo de Clientes.

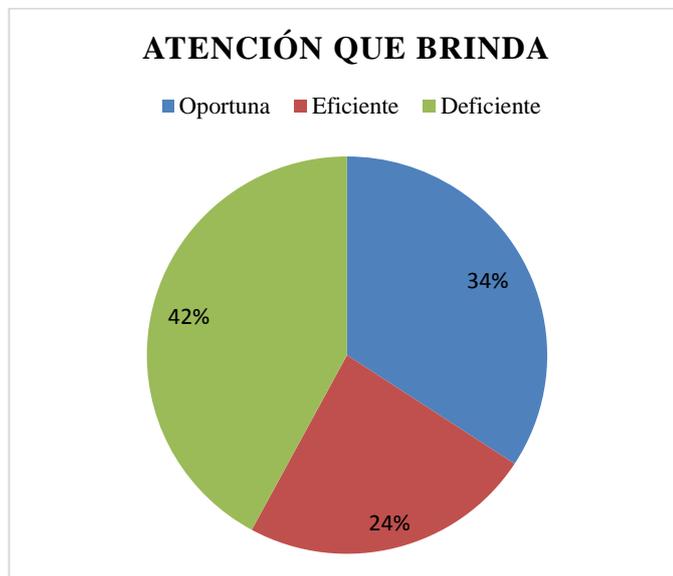
3. ¿Cree usted que el servicio que brinda el Registro Civil de Latacunga es?

TABLA N° 25 Servicio que Brinda

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Oportuna	26	34%
Eficiente	18	24%
Deficiente	32	42%
TOTAL	76	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Registro Civil de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 24 Servicio que Brinda



Fuente: Encuesta a los clientes del Registro Civil de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Los encuestados mencionan que el 34% ha recibido la atención oportuna, el 24% eficientemente y un 42% indica que es deficiente, con estas encuestas podemos observar que todavía existe falencias al ofrecer un servicio, el cual el personal administrativo debe empezar a tomar las mejores decisiones sean estas de capacitar o motivar al personal para brinde un mejor servicio.

4. ¿Estaría de acuerdo que el Recurso Humano del Registro Civil de Latacunga reciba capacitaciones en?

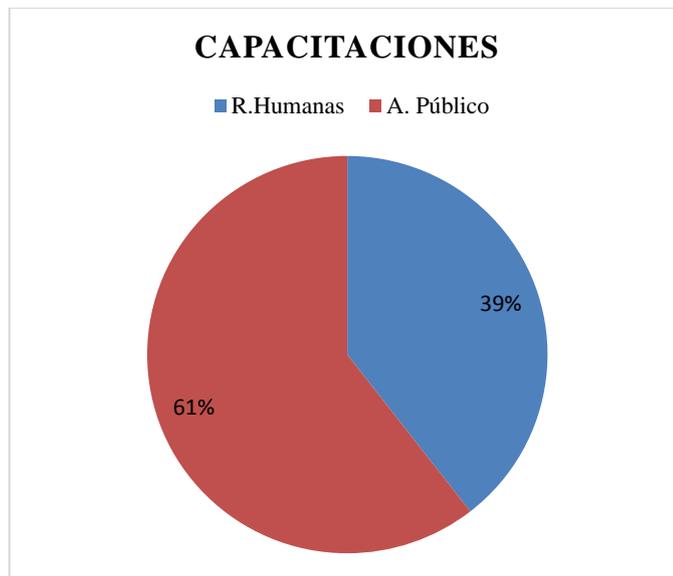
- Atención al Público
- Relaciones Humana

TABLA N° 26 Capacitaciones

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
R. Humanas	30	39%
A. Público	46	61%
TOTAL	76	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Registro Civil de Latacunga
Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 25 Capacitaciones



Fuente: Encuesta a los clientes del Registro Civil de Latacunga
Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Por medio de las encuestas realizadas a los clientes del Registro Civil de Latacunga, el 61% de encuestados mencionan que el Recurso Humano debe recibir capacitaciones en Atención al Público, ya que se observa un alto nivel de deficiencia sobre la atención al público, mientras que el 39% deben ser capacitados en Relaciones Humanas. Que también es un tema muy importante para la interrelación y el compañerismo tanto con los compañeros de trabajo como con los clientes.

5. ¿Está usted satisfecho con el servicio que ofrece el personal administrativo que labora en el Registro Civil de Latacunga?

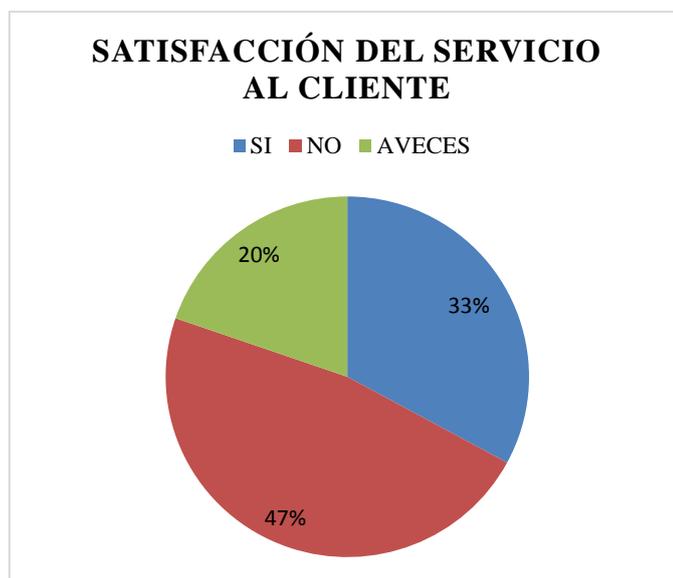
TABLA N° 27 Satisfacción del servicio al Cliente

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	25	33%
NO	36	47%
AVECES	15	20%
TOTAL	76	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Registro Civil de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 26 Satisfacción del servicio al Cliente



Fuente: Encuesta a los clientes del Registro Civil de Latacunga

Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: De acuerdo a las encuestas realizadas se ha visto que los clientes del Registro Civil de Latacunga, no están suficientemente de acuerdo con la satisfacción del servicio prestado, a continuación detallamos el grado de complacencia en relación a los resultados obtenidos: el 33% Si están de acuerdo con el servicio prestado por el personal administrativo, mientras el 47% no están de acuerdo porque todavía existen falencias en el servicio y el otro 20% a veces. Esto quiere decir que todavía hay que mejorar el servicio para logra la satisfacción que busca el cliente.

6. ¿Considera Ud. Que el cliente externo es el más importante para el Registro Civil de Latacunga?

TABLA N° 28 Importancia del Cliente

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	74	97%
NO	2	3%
TOTAL	76	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Registro Civil de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 27 Importancia del Cliente



Fuente: Encuesta a los clientes del Registro Civil de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: El 97% de encuestados mencionan que los clientes externos son importantes para el Registro Civil de Latacunga, ya que es el factor fundamental para el desarrollo de las Instituciones, y no deben ser rechazados por ninguna razón, sino recibidos con cordialidad y respeto por otra parte el 3% dicen que no son importantes quizá por que alguna vez no fueron atendidos como debe ser o fueron maltratados. Por el cual debemos hacerle comprender al cliente que ellos si son importantes en cada institución más bien exigir ser atendidos.

7. ¿Ha visto usted que el personal que labora en el Registro Civil de Latacunga cumple con los horarios establecidos?

TABLA N° 29 Cumplimiento de los Horarios Establecidos

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	32	42%
NO	44	58%
TOTAL	76	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Registro Civil de Latacunga
Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 28 Cumplimiento de los Horarios Establecidos



Fuente: Encuesta a los clientes del Registro Civil de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: El 58% de clientes encuestados manifiestan que el personal administrativo del Registro Civil no cumplen con los horarios establecidos de trabajo, motivo por el cual ellos no están satisfechos con los requerimientos deseados mientras que el 42% si cumple, a través de los resultados hemos observado que hay más incumplimiento en cuanto a la jornada de trabajo esto se debe a la falta de control del Departamento de Talento Humano, así también la supervisión de los gestores departamentales.

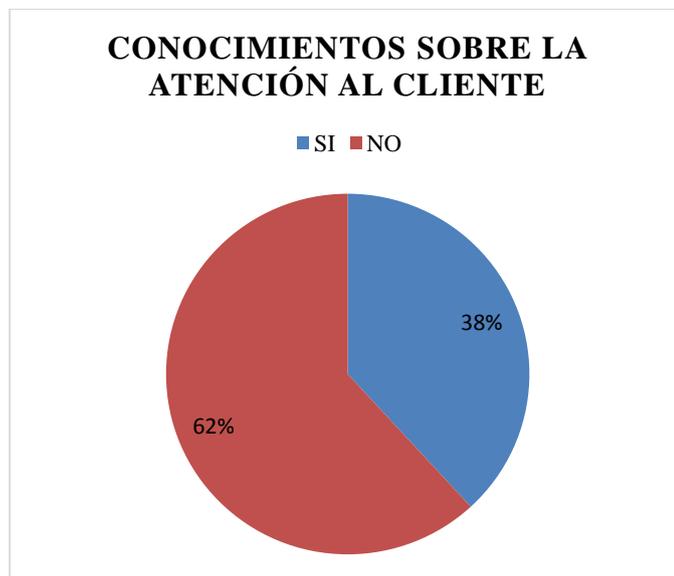
8. ¿Usted opina que el Recurso Humano que labora en el Registro Civil de Latacunga tienen suficientes conocimientos sobre la atención al cliente?

TABLA N° 30 Conocimientos sobre la Atención al Cliente

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	29	38%
NO	47	62%
TOTAL	76	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Registro Civil de Latacunga
Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 29 Conocimientos sobre la Atención al Cliente



Fuente: Encuesta a los clientes del Registro Civil de Latacunga
Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Los encuestados consideran que el 62% del Recurso Humano no tienen suficientes conocimientos sobre servicio al cliente, esto quiere decir que el personal que labora en el Registro Civil de Latacunga tienen falencias al momento de atender al cliente, esto se debe a la falta de capacitaciones y solo el 38% manifiestan que el personal si está capacitado porque han demostrado ante ellos.

9. ¿Cree usted que las sugerencias emitidas por los clientes son analizadas oportunamente por las autoridades del Registro Civil?

TABLA N° 31 Sugerencias emitidas por los Clientes

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	22	30%
NO	52	70%
TOTAL	74	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Registro Civil de Latacunga
Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 30 Sugerencias emitidas por los Clientes



Fuente: Encuesta a los clientes del Registro Civil de Latacunga
Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: El 30% de clientes encuestados aprecian que las sugerencias emitidas por ellos son analizadas de manera oportuna, por lo que no existe ningún tipo de cambio acerca de las diferentes sugerencias mencionadas sobre las dificultades y errores cometidos por el personal administrativo del Registro Civil de Latacunga, mientras que el 70% consideran que no, porque no. Lo cual deben ser tomados en cuenta todas para ser analizadas y fortalecer cambios de cualquier error.

10. ¿Cree usted que el personal que labora en el Registro Civil de Latacunga cumplen a cabalidad sus funciones?

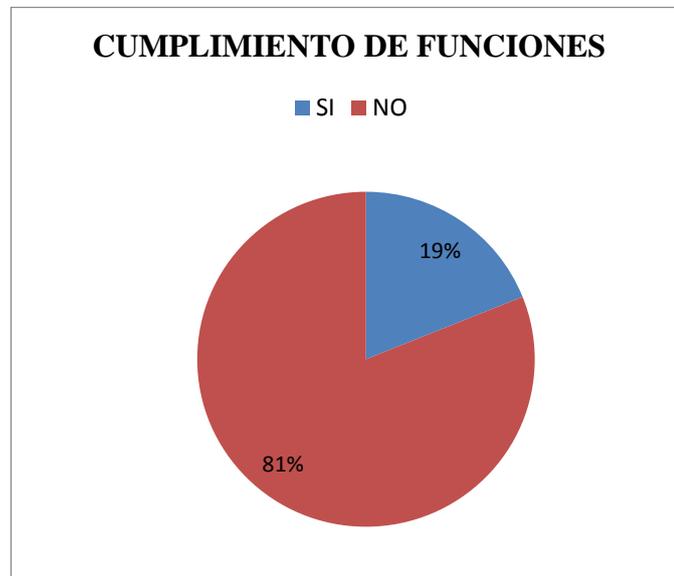
TABLA N° 32 Cumplimiento de Funciones

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	14	19%
NO	60	81%
TOTAL	74	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Registro Civil de Latacunga

Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 31 Cumplimiento de Funciones



Fuente: Encuesta a los clientes del Registro Civil de Latacunga

Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: A través de las encuestas realizadas a los clientes del Registro Civil de Latacunga, el 19% de encuestados consideran que el personal administrativo si cumple a cabalidad sus funciones, mientras que el 81% declaran que no, siendo este el problema en el cual los clientes deben aceptar las decisiones que el profesional tome sobre el día y la hora de atención y en muchos casos ni así han sido atendidos oportunamente. Por tal motivo los clientes se encuentran cansados de los engaños producidos.

ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS PACIENTES DEL HOSPITAL GENERAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.

1. ¿Con que frecuencia asiste usted al Hospital General de Latacunga?

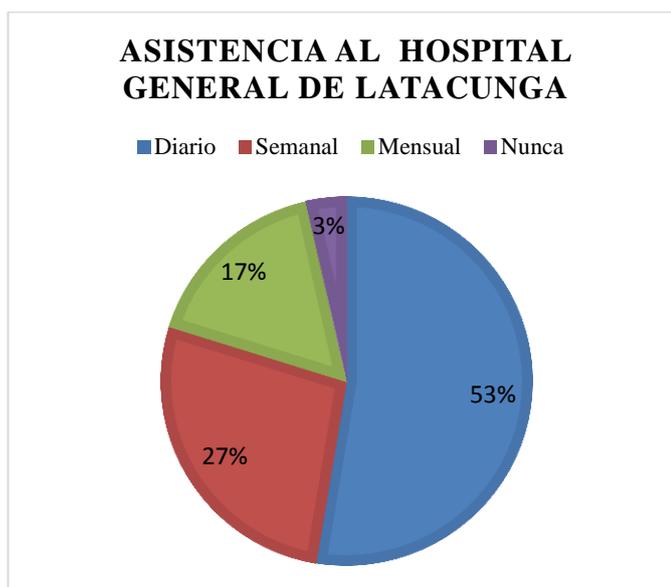
TABLA N° 33 Asistencia al Hospital General de Latacunga

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Diario	60	53%
Semanal	31	27%
Mensual	19	17%
Nunca	4	3%
TOTAL	114	100%

Fuente: Encuesta a los Pacientes del Hospital de la ciudad de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 32 Asistencia al Hospital General de Latacunga



Fuente: Encuesta a los Pacientes del Hospital de la ciudad de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: De los 114 clientes encuestados tenemos los siguientes porcentajes, el 53% asisten diariamente al Hospital General de Latacunga; el 27% semanal; el 17% mensual y un 3% no asisten nunca. Por lo tanto la atención que ofrece el personal encargado debe ser de acuerdo a las necesidades de los pacientes, con la finalidad de cumplir con la satisfacción del caso.

2. ¿La atención que recibió en el Hospital General de Latacunga fue?

TABLA N° 34 Atención Recibida

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Excelente	10	9%
Muy Buena	13	11%
Buena	33	29%
Regular	58	51%
TOTAL	114	100%

Fuente: Encuesta a los Pacientes del Hospital de la ciudad de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 33 Atención Recibida



Fuente: Encuesta a los Pacientes del Hospital de la ciudad de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Mediante las encuestas realizadas a 114 pacientes del Hospital de Latacunga se pudo conocer que el 9% consideran que la atención es excelente; el 11% opinan que es muy buena; el 29% buena y un 51% manifiestan que es regular. De acuerdo a los resultados obtenidos consideramos que es necesario mejorar el servicio prestado con el objetivo de satisfacer al paciente y de esta manera obtener resultados positivos que beneficiará a todos.

3. ¿Cree usted que el servicio que brinda el Hospital de Latacunga es?

TABLA N° 35 Servicio que Brinda

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Oportuna	25	22%
Eficiente	28	25%
Deficiente	61	53%
TOTAL	114	100%

Fuente: Encuesta a los Pacientes del Hospital de la ciudad de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 34 Servicio que Brinda



Fuente: Encuesta a los Pacientes del Hospital de la ciudad de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Los encuestados mencionan que el 22% ha recibido la atención oportuna, el 25% eficientemente y un 53% indica que es deficiente, con estas encuestas podemos observar que todavía existe deficiencia en la atención al paciente, lo que traería malas consecuencias y por ende una mala imagen institucional, para ello es importante tomar las medidas necesarias o buscar nuevas estrategias en lo que se refiere a la prestación del servicio.

4. ¿Estaría de acuerdo que el Recurso Humano del Hospital General de Latacunga reciba capacitaciones en?

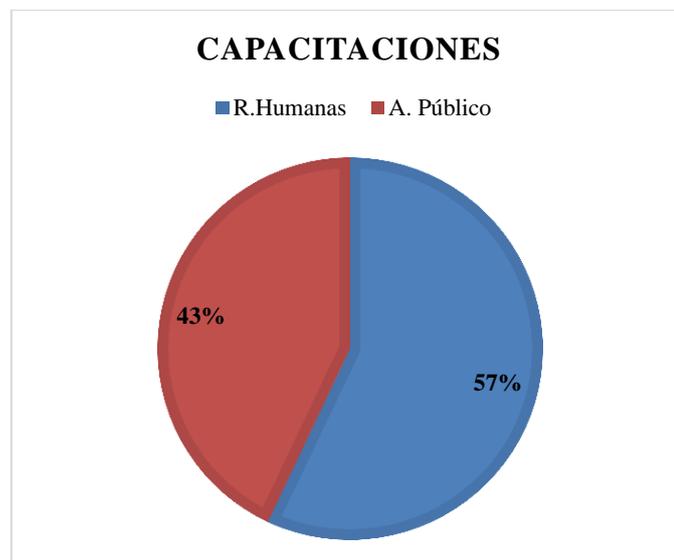
- Atención al Público
- Relaciones Humana

TABLA N° 36 Capacitaciones

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
R. Humanas	65	57%
A. Público	49	43%
TOTAL	114	100%

Fuente: Encuesta a los Pacientes del Hospital de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 35 Capacitaciones



Fuente: Encuesta a los Pacientes del Hospital de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: A través de las encuestas realizadas a los pacientes del Hospital General de la ciudad de Latacunga, el 57% de encuestados mencionan que el Recurso Humano debe recibir capacitaciones en Atención al Público, porque por medio de ello los empleados mejorarán el servicio, mientras que el 43% deben ser capacitados en Relaciones Humanas. De esta manera lograr la eficiencia en el servicio satisfaciendo las necesidades a todos los pacientes que asisten diariamente.

5. ¿Está usted satisfecho con el servicio que ofrece el personal administrativo que labora en el Hospital General de Latacunga?

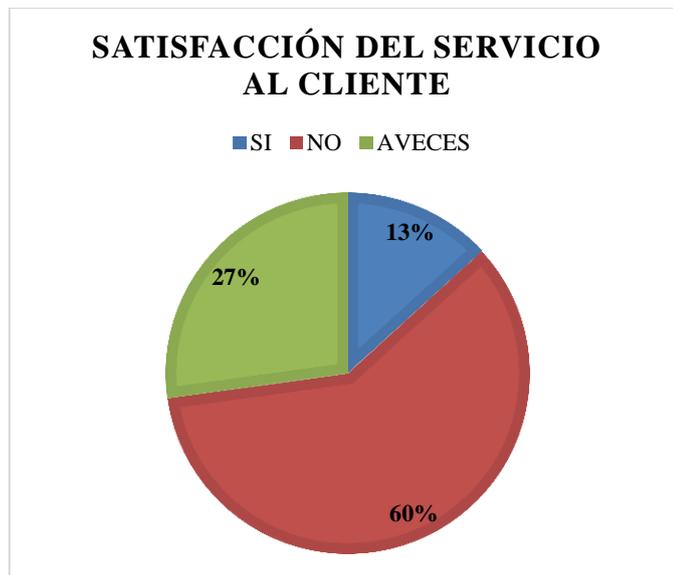
TABLA N° 37 Satisfacción del servicio al Paciente

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	15	13%
NO	68	60%
AVECES	31	27%
TOTAL	114	100%

Fuente: Encuesta a los Pacientes del Hospital de la ciudad de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 36 Satisfacción del servicio al Paciente



Fuente: Encuesta a los Pacientes del Hospital de la ciudad de Latacunga..

Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: De acuerdo a las encuestas realizadas se ha visto que los pacientes del Hospital General de Latacunga, no están muy de acuerdo con la satisfacción del servicio, a continuación detallamos el grado de complacencia: el 13% Si están de acuerdo con el servicio prestado por el personal administrativo, así también observamos que el 60% no están de acuerdo porque todavía existen falencias en el servicio y el 27% a veces. Esto quiere decir que no están totalmente satisfechos con el servicio recibido.

6. ¿Considera Ud. Que el paciente externo es el más importante para la el Hospital General?

TABLA N° 38 Importancia del Paciente

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	114	100%
NO	0	0%
TOTAL	114	100%

Fuente: Encuesta a los Pacientes del Hospital de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 37 Importancia del Paciente



Fuente: Encuesta a los Pacientes del Hospital de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Los encuestados manifiestan en un alto porcentaje que es el 100% que ellos como Pacientes externos son importantes para el Hospital, porque son la razón de ser, así mismo que sin ellos no existiría ninguna institución, y deben ser atendido de manera cordial y respeto para ganar la confianza del paciente.

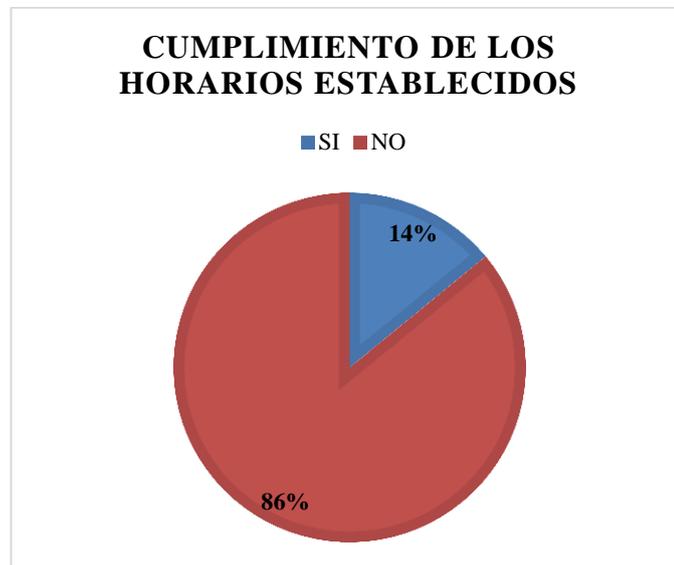
7. ¿Ha visto usted que el personal que labora en el Hospital General cumple con los horarios establecidos?

TABLA N° 39 Cumplimiento de los Horarios Establecidos

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	16	14%
NO	98	86%
TOTAL	114	100%

Fuente: Encuesta a los Pacientes del Hospital de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 38 Cumplimiento de los Horarios Establecidos



Fuente: Encuesta a los Pacientes del Hospital de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: : A través de las encuestas realizadas a los pacientes del Hospital General de Latacunga dicen que 86 % no cumplen con el horario establecido de trabajo, mientras que el 14% si cumple, podemos darnos cuenta que hay más incumplimiento en el horario establecido por falta de control del Departamento de Talento Humano. De tal manera este es un problema que hace los pacientes se sientan molestos por no ser atendidos de manera rápida, y que ellos deben estar tras de los profesionales para obtener cualquier resultado, por lo cual hemos visto que esto debe ser controlado por el director encargado de cada área.

8. ¿Usted opina que el Recurso Humano que labora en el Hospital General de Latacunga tienen suficientes conocimientos sobre la atención al paciente?

TABLA N° 40 Conocimientos sobre la Atención al Paciente

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	25	22%
NO	89	78%
TOTAL	114	100%

Fuente: Encuesta a los Pacientes del Hospital de la ciudad de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 39 Conocimientos sobre la Atención al Paciente



Fuente: Encuesta a los Pacientes del Hospital de la ciudad de Latacunga

Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Los encuestados consideran que el 78% del Recurso Humano no tienen suficientes conocimientos sobre servicio al paciente, esto quiere decir que el personal que labora en el Hospital General de Latacunga no brindan un buen servicio, por consiguiente se observa que no cumplen con los requerimientos del beneficiario, y solo el 22% de encuestados manifiestan que el personal se encuentra capacitado por lo que ellos han sido bien atendidos en el momento oportuno.

9. ¿Cree usted que las sugerencias emitidas por los pacientes son analizadas oportunamente por las autoridades del Hospital?

TABLA N° 41 Sugerencias emitidas por los Pacientes

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	25	22%
NO	89	78%
TOTAL	114	100%

Fuente: Encuesta a los Pacientes del Hospital de la ciudad de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 40 Sugerencias emitidas por los Pacientes



Fuente: Encuesta a los Pacientes del Hospital de la ciudad de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: El 22% de pacientes encuestados manifiestan que las sugerencias emitidas por los mismos son analizadas de manera oportuna, esto se observa a través del cambio de actitud y el positivismo que tiene el personal administrativo para dar un servicio y de manera eficiente y el 78% consideran que no, porque no toman importancia de las sugerencias que el cliente emite o requiere para sentirse satisfecho.

10. ¿Cree usted que el personal que labora en el Hospital General de Latacunga cumplen a cabalidad sus funciones?

TABLA N° 42 Cumplimiento de Funciones

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	36	32%
NO	78	68%
TOTAL	114	100%

Fuente: Encuesta a los Pacientes del Hospital de la ciudad de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 41 Cumplimiento de Funciones



Fuente: Encuesta a los Pacientes del Hospital de la ciudad de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Por medio de las encuestas realizadas a los pacientes, el 32% consideran que el personal administrativo si cumple a cabalidad sus funciones y el 68% manifiestan que no, produciendo así un problema de servicio inadecuado. Razón por la cual los clientes manifiestan que tienen que esperar horas o días para ser atendidos, y eso no debe suceder en ninguna institución.

ENCUESTAS DIRIGIDAS A CLIENTES DEL CONSEJO NACIONAL ELECTORAL DE LATACUNGA.

1. ¿Con qué frecuencia asiste usted al Consejo Nacional Electoral de Latacunga?

TABLA N° 43 Asistencia al Consejo Nacional Electoral.

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Diario	1	17%
Semanal	2	33%
Mensual	3	50%
Nunca	0	0%
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta a los Clientes del Consejo Nacional Electoral de Latacunga
Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 42 Asistencia al Consejo Nacional Electoral.



Fuente: Encuesta a los Clientes del Consejo Nacional Electoral de Latacunga
Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Al encuestar a los clientes a los 6 clientes del Consejo Nacional Electoral de Latacunga, se pudo conocer que el 17% asisten diariamente a la Institución, el 33% semanal, el 50% asisten mensualmente, esto quiere decir que la atención debe ser excelente acorde a las necesidades de los clientes.

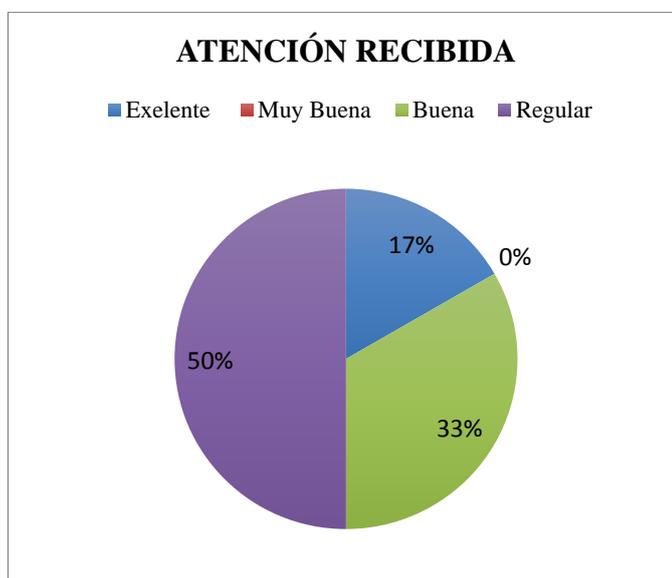
2. ¿La atención que recibió en el Consejo Nacional Electoral fue?

TABLA N° 44 Atención Recibida

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Excelente	1	17%
Muy Buena	0	0%
Buena	2	33%
Regular	3	50%
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta a los Clientes del Consejo Nacional Electoral de Latacunga
Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 43 Atención Recibida



Fuente: Encuesta a los Clientes del Consejo Nacional Electoral de Latacunga
Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Es importante resaltar que el 17% de clientes que asisten al Consejo Nacional Electoral consideran que es excelente, el 33% dicen que es buena y un 50% manifiestan que es regular, lo que quiere decir que no existe una buena atención, por lo que se ha observado más insatisfacción, razón por la cual se considera que es fundamental las buenas relaciones humanas, así también de comunicación para que exista una mejor atención al ciudadano.

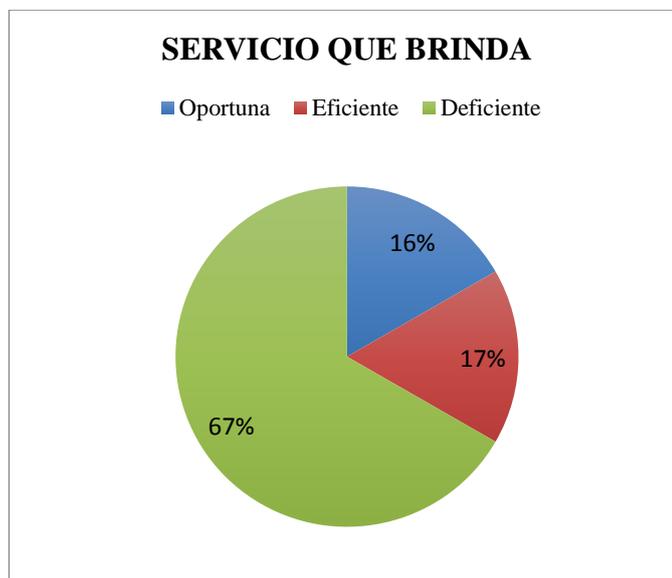
3. ¿Cree usted que el servicio que brinda el Consejo Nacional Electoral de Latacunga es?

TABLA N° 45 Servicio que Brinda

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Oportuna	1	16%
Eficiente	1	17%
Deficiente	4	67%
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta a los Clientes del Consejo Nacional Electoral de Latacunga
Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 44 Servicio que Brinda



Fuente: Encuesta a los Clientes del Consejo Nacional Electoral de Latacunga
Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: El porcentaje de satisfacción sobre la atención que brinda el personal administrativo del Consejo Nacional Electoral de Latacunga el 16% considerado como oportuna, mientras que el 17% creen como eficiente, pero el gran porcentaje mencionan que es deficiente en un 67%, es decir que es un alto índice de insatisfacción que debe ser solucionado de alguna manera con la finalidad de satisfacer todas sus necesidades.

4. ¿Estaría de acuerdo que el Recurso Humano del Consejo Nacional Electoral reciba capacitaciones en?

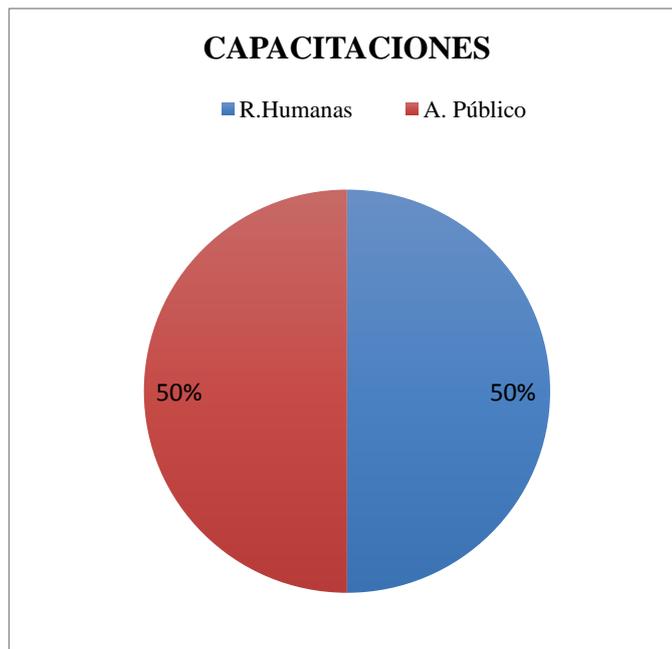
- Atención al Público
- Relaciones Humana

TABLA N° 46 Capacitaciones

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
R. Humanas	3	50%
A. Público	3	50%
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta a los Clientes del Consejo Nacional Electoral de Latacunga
Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 45 Capacitaciones



Fuente: Encuesta a los Clientes del Consejo Nacional Electoral de Latacunga
Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: El 150% de clientes encuestados manifiestan que el personal administrativo del Consejo Nacional Electoral debe ser capacitado en Relaciones Humanas, y el 50% dicen en atención al Público, ya que solo las capacitaciones pueden mejorar el desempeño diario de las actividades de los empleados.

5. ¿Está usted satisfecho con el servicio que ofrece el personal administrativo que labora en el Consejo Nacional Electoral?

TABLA N° 47 Satisfacción del Servicio al Cliente

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	1	16%
NO	4	67%
AVECES	1	17%
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta a los Clientes del Consejo Nacional Electoral de Latacunga

Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 46 Satisfacción del Servicio al Cliente



Fuente: Encuesta a los Clientes del Consejo Nacional Electoral de Latacunga

Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: El índice de satisfacción del servicio al cliente que ofrece el personal administrativo del Consejo Nacional Electoral se encuentra casi equilibrada que a continuación detallamos los resultados obtenidos: el 16% dicen que si están satisfechos, el 67% dicen que no, mientras que el 17% en algunos casos, es decir a veces, esto quiere decir que existe deficiencia en un alto porcentaje, esto puede ser ocasionado por la desmotivación y la falta de capacitaciones.

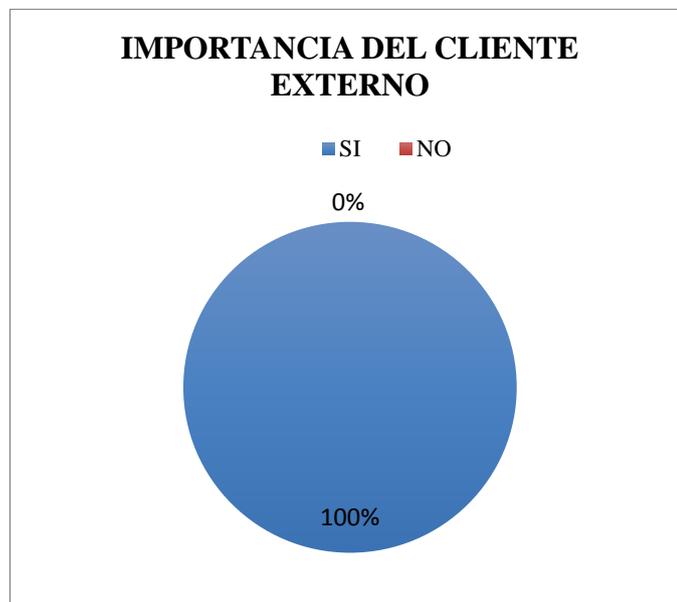
6. Considera Ud. Que el cliente externo es el más importante para el Consejo Nacional Electoral?

TABLA N° 48 Importancia del Cliente Externo

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	6	100%
NO	0	0%
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta a los Clientes del Consejo Nacional Electoral de Latacunga
Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 47 Importancia del Cliente Externo



Fuente: Encuesta a los Clientes del Consejo Nacional Electoral de Latacunga
Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: De acuerdo a las encuestas realizadas a los clientes del Consejo Nacional Electoral se pudo detectar que el 100% de encuestados consideran que el cliente externo es importante en la Institución, así también se puede manifestar que el personal administrativo debe facilitar la información adecuada que ellos requieran de acuerdo a sus necesidades.

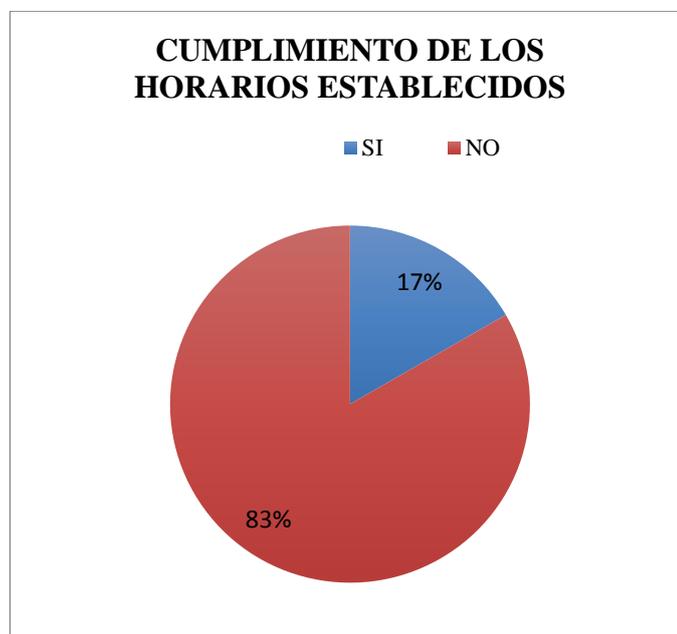
7. ¿Ha visto usted que el personal que labora en el Consejo Nacional Electoral cumple con los horarios establecidos?

TABLA N° 49 Cumplimiento de los Horarios Establecidos

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	1	17%
NO	5	83%
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta a los Clientes del Consejo Nacional Electoral de Latacunga
Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 48 Cumplimiento de los Horarios Establecidos



Fuente: Encuesta a los Clientes del Consejo Nacional Electoral de Latacunga
Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Mediante la aplicación de las encuestas a clientes del Consejo Nacional Electoral se ha podido detectar que el personal administrativo de la institución no cumple a cabalidad con sus funciones laborales que a continuación se detalla los resultados obtenidos en cuanto a las encuestas: que solo el 17% cumplen con su labor, mientras que el 83% dicen que no cumplen esto se debe a la falta de control de los directivos departamentales.

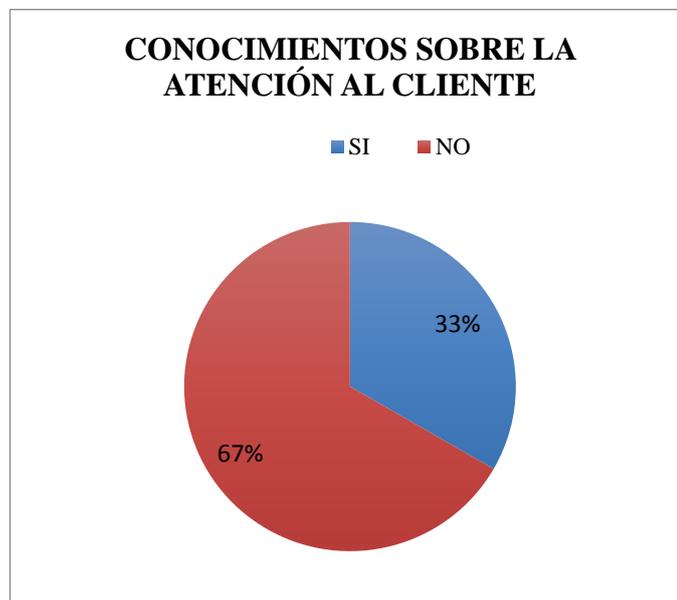
8. Usted opina que el el Recurso Humano que labora en el Consejo Nacional Electoral tienen suficientes conocimientos sobre la atención al cliente?

TABLA N° 50 Conocimiento sobre la Atención al Cliente

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	2	33%
NO	4	67%
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta a los Clientes del Consejo Nacional Electoral de Latacunga
Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 49 Conocimiento sobre la Atención al Cliente



Fuente: Encuesta a los Clientes del Consejo Nacional Electoral de Latacunga
Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Por medio de las encuestas aplicadas a los clientes del Consejo Nacional Electoral solo el 33% de encuestados explican que si tienen conocimientos sobre la atención, mientras que el 67% consideran que no, esto puede ser producto de la mala conciencia del personal que labora en esta institución o también por no tener interés sobre el tema.

9. ¿Cree usted que las sugerencias emitidas por los clientes son analizadas oportunamente por las autoridades del Consejo Nacional Electoral?

TABLA N° 51 Sugerencias emitidas por los Clientes

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	2	33%
NO	4	67%
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta a los Clientes del Consejo Nacional Electoral de Latacunga
Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 50 Sugerencias emitidas por los Clientes



Fuente: Encuesta a los Clientes del Consejo Nacional Electoral de Latacunga
Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: El 33% de encuestados mencionan que las sugerencias emitidas por ellos son analizadas pertinentemente con la finalidad de buscar cambios en cuanto al servicio, mientras que el 67% señalan que no, y este es una de las deficiencias que la institución tiene por lo no pone en práctica las buenas estrategias para que no exista ningún tipo de quejas por parte de los beneficiarios.

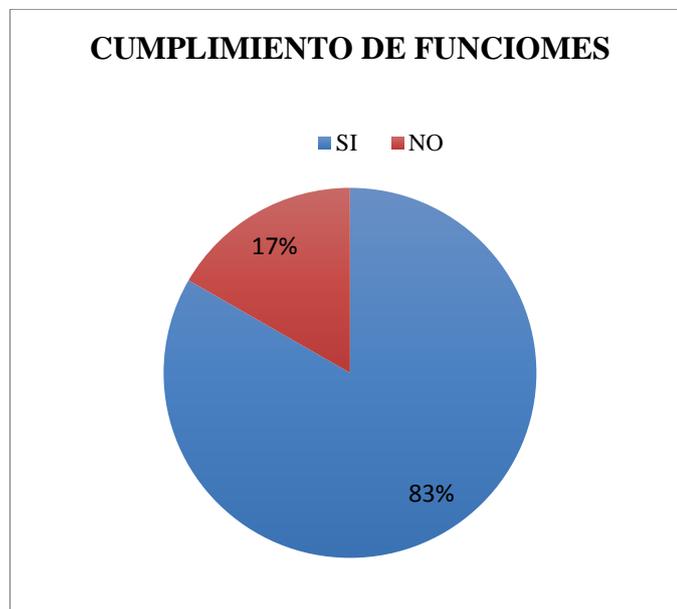
10. ¿Cree usted que el personal que labora en el Consejo Nacional Electoral cumplen a cabalidad sus funciones?

TABLA N° 52 Cumplimiento de Funciones

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	5	83%
NO	1	17%
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta a los Clientes del Consejo Nacional Electoral de Latacunga
Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 51 Cumplimiento de Funciones



Fuente: Encuesta a los Clientes del Consejo Nacional Electoral de Latacunga
Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Los clientes encuestados del Consejo Nacional Electoral manifestaron de la siguiente manera sobre el cumplimiento de los horarios establecidos el 83% dicen que si cumplen con sus labores en el que explican que si han sido atendidos con responsabilidad, mientras que el 17% declaran que no, ya que ellos han visto que el personal administrativo en muchas ocasiones no dan importancia al tiempo ni a la situación en la que se encuentra el cliente, razón por la cual sugieren que esto debe ser controlado por el jefe encargado.

ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS CLIENTES DEL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA (SRI).

1. ¿Con qué frecuencia asiste usted al Servicio de Rentas Internas?

TABLA N° 53 Asistencia al Servicio de Rentas Internas

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Diario	3	9%
Semanal	4	12%
Mensual	25	76%
Nunca	1	3%
TOTAL	33	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Servicio Rentas Internas de la ciudad de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 52 Asistencia al Servicio de Rentas Internas



Fuente: Encuesta a los clientes del Servicio Rentas Internas de la ciudad de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Se aplicó las encuestas a 33 clientes dando un porcentaje el 9% asisten diariamente, el 12% semanalmente, el 76% asisten mensualmente al Servicio de Rentas Internas de la ciudad de Latacunga para realizar los respectivos trámites personales, siendo así evaluaron el servicio que brinda es eficiente y el 3% mencionaron que nunca visitaron a la institución, se puede observar quizás alguna vez fueron rechazados por el SRI, pero en la actualidad ya no existirá los mismos errores para ello es necesario realizar estrategias con la finalidad de mejorar el servicio al cliente.

2. ¿La atención que recibió en el Servicio de Rentas Internas fue?

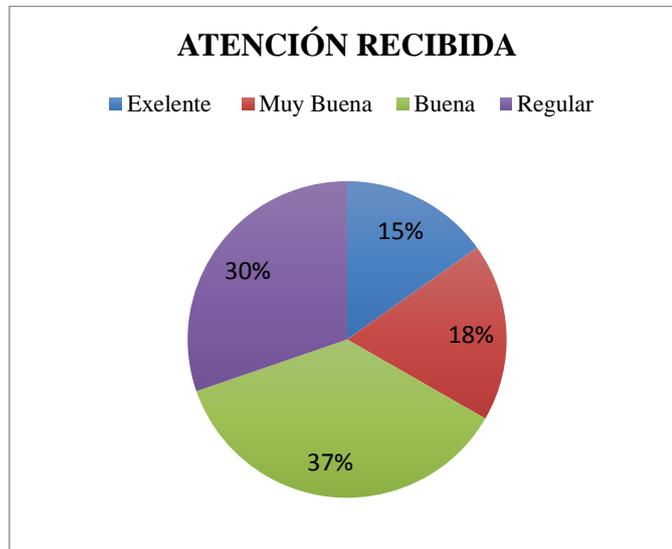
TABLA N° 54 Atención Recibida

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Excelente	5	15%
Muy Buena	6	18%
Buena	12	37%
Regular	10	30%
TOTAL	33	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Servicio Rentas Internas de la ciudad de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 53 Atención Recibida



Fuente: Encuesta a los clientes del Servicio Rentas Internas de la ciudad de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Mediante las encuestas realizadas a los clientes el 15% manifestaron que la atención recibida es excelente, el 18% indican que es muy buena, el 37% de los usuarios evalúan la atención recibida por parte del personal administrativo es buena, tienen carisma y responsabilidad cada uno de ellos para brindar un servicio de calidad, pero no todos los clientes piensan lo mismo porque el 30% mencionan que la atención recibida fue regular, por ende no tienen paciencia para informar las inquietudes de los usuarios, por tal razón el personal siempre debe ser controlado por las autoridades de la institución para brindar un mejor servicio y satisfacer las necesidades de la sociedad.

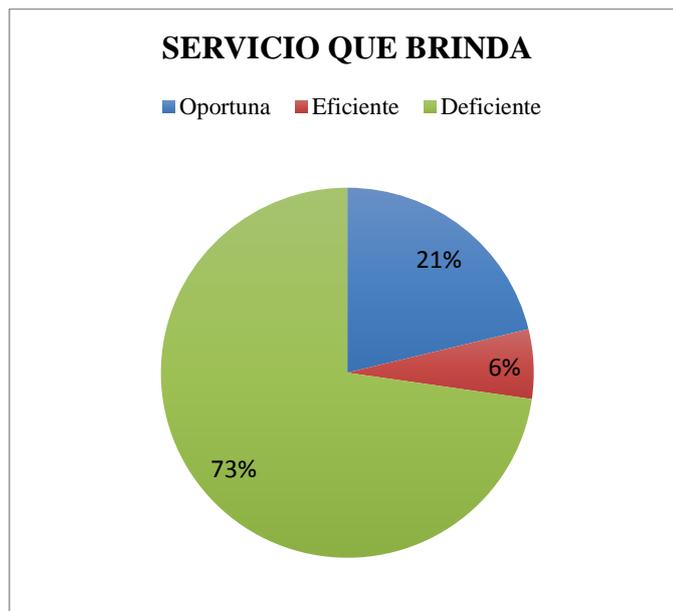
3. ¿Cree usted que el servicio que brinda en el Servicio de Rentas Internas es?

TABLA N° 55 Servicio que Brinda

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Oportuna	7	21%
Eficiente	2	6%
Deficiente	24	73%
TOTAL	33	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Servicio Rentas Internas de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 54 Servicio que Brinda



Fuente: Encuesta a los clientes del Servicio Rentas Internas de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: El 21% de los encuestados mencionan que la atención que brinda el personal administrativo de Rentas Internas es oportuna, por tal razón la información que reciben son positivos, el 6% indican que es eficiente y el 73% manifestaron que es Deficiente. Razón por la cual se puede observar existen muchas falencias al dar un servicio de calidad, para lo cual es importante el profesional tenga carisma, actitud, responsabilidad y saber sobre el tema de esta manera para brindar y mejorar el servicio al cliente.

4. ¿Estaría de acuerdo que el Recurso Humano del Servicio de Rentas Internas reciban capacitaciones en?

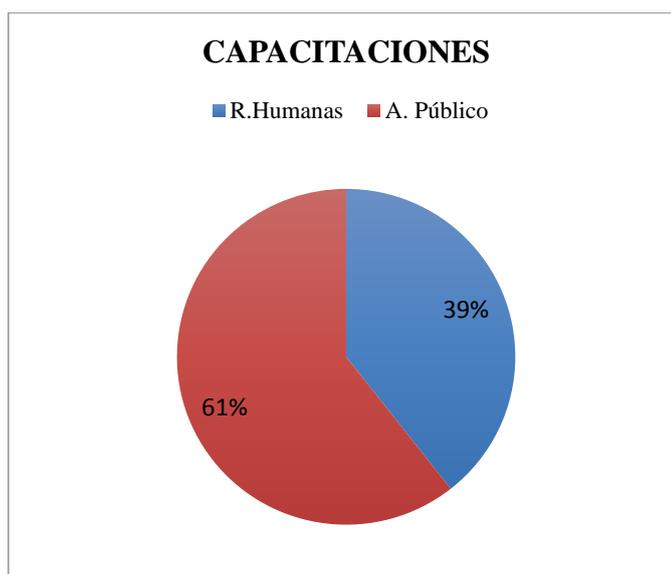
- Atención al Público
- Relaciones Humanas

TABLA N° 56 Capacitaciones

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
R. Humanas	13	39%
A. Público	20	61%
TOTAL	33	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Servicio Rentas Internas de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 55 Capacitaciones



Fuente: Encuesta a los clientes del Servicio Rentas Internas de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Basados en los resultados obtenidos en las encuestas desarrolladas durante la investigación a los clientes de la institución del SRI el 39% manifiestan que el personal administrativo debe recibir capacitación de Relaciones Humanas y el 61% mencionan que es muy importante tomar en cuenta la capacitación relacionado con el Atención al Público, siendo así solicitan que mejore el servicio al cliente en las diferentes instituciones, con la finalidad de mantener la imagen de la Institución y del personal que labora en el mismo.

5. ¿Está usted satisfecho con el servicio que ofrece el personal administrativo que labora en el Servicio de Rentas Internas?

TABLA N° 57 Satisfacción del Servicio al Cliente

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	6	18%
NO	12	36%
AVECES	15	46%
TOTAL	33	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Servicio Rentas Internas de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 56 Satisfacción del Servicio al Cliente



Fuente: Encuesta a los clientes del Servicio Rentas Internas de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Al analizar los resultados expresados por la mayoría de los clientes el 18% opinaron que están satisfechos con el servicio recibido, el 36% de encuestados dijeron que el servicio no es bueno, porque lo referente al personal que labora en la institución diariamente no tienen actitud para atender al cliente, y el 46% respondieron que no están satisfechos, se puede observar que todavía existe falta de conocimiento, experiencia para mejorar el servicio al cliente, debiendo todo el personal administrativo preocuparse un poco por la capacitación e imagen de la Institución del SRI.

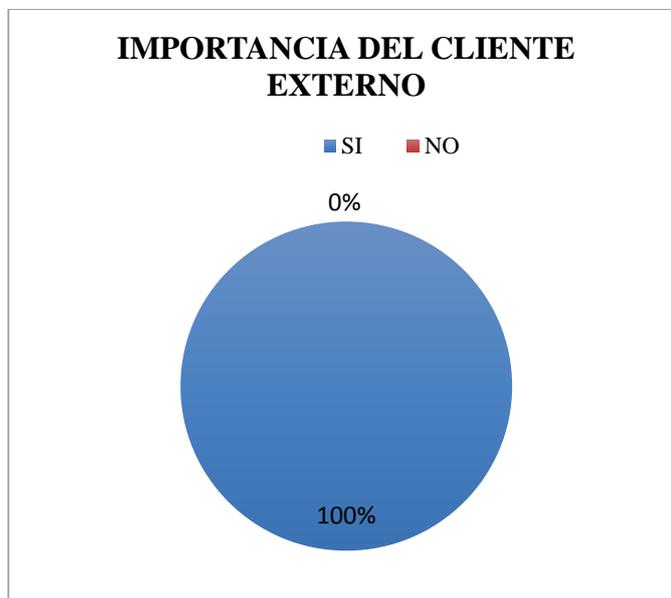
6. ¿Considera Ud. Que el cliente externo es el más importante para el Servicio de Rentas Internas de la ciudad de Latacunga?

TABLA N° 58 Importancia del cliente Externo

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	33	100%
NO	0	0%
TOTAL	33	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Servicio Rentas Internas de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 57 Importancia del cliente Externo



Fuente: Encuesta a los clientes del Servicio Rentas Internas de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: De los 33 cliente encuestados en Servicio de Rentas Internas manifiestan que el cliente externo es importante en un 100% razón por la cual deben ofrecer un servicio eficiente y eficaz, por lo cual es importante mantener la relación positiva con toda la sociedad.

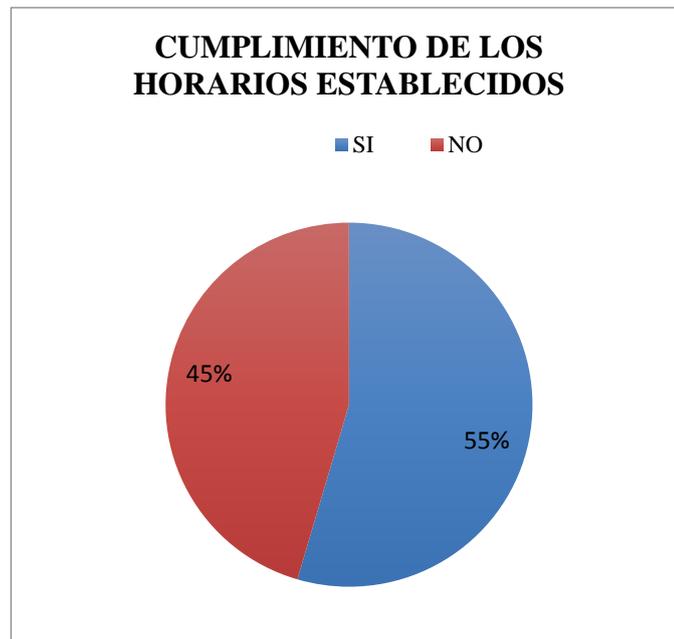
7. ¿Ha visto usted que el personal que labora en el Servicio Rentas Internas de la ciudad de Latacunga cumple con los horarios establecidos?

TABLA N° 59 Cumplimiento de los Horarios Establecidos

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	18	55%
NO	15	45%
TOTAL	33	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Servicio Rentas Internas de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 58 Cumplimiento de los Horarios Establecido



Fuente: Encuesta a los clientes del Servicio Rentas Internas de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: El 55% de las persona encuestadas mencionaron que el personal que labora en la Institución no cumplen con los horarios establecido lo cual causa la insatisfacción de cada uno de ellos, el 45% manifestaron que si cumplen normalmente con los laborare diarias, por tanto el Servicio de Rentas Internas debe estar dispuesto a cumplir su trabajo y garantizar un buen servicio al cliente.

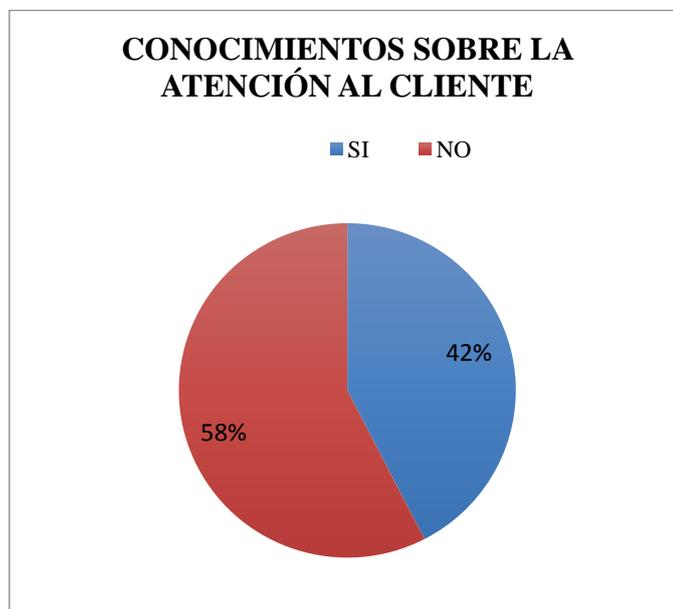
8. ¿Usted opina que el Recurso Humano que labora en el Servicio de Rentas Internas tienen suficientes conocimientos sobre la atención al cliente?

TABLA N° 60 Conocimiento sobre la Atención al Cliente

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	14	42%
NO	19	58%
TOTAL	33	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Servicio Rentas Internas de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 59 Conocimiento sobre la Atención al Cliente



Fuente: Encuesta a los clientes del Servicio Rentas Internas de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Basado en los resultados obtenidos se evidencian que el 42% de las personas evalúan que el Recurso Humano si tiene conocimientos sobre la atención al cliente, pero no todos interpretan de la misma forma porque el 58% de los clientes manifestaron que el servicio recibido es ineficaz, por tal razón el personal administrativo debe tener conocimiento que el servicio al cliente es fundamental para la institución así demostrar la imagen del mismo y satisfacer las necesidades de cada individuo.

9. ¿Cree usted que las sugerencias emitidas por los clientes son analizadas oportunamente por las autoridades del Servicio de Rentas Internas?

TABLA N° 61 Sugerencias Emitidas por los Clientes

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	14	42%
NO	19	58%
TOTAL	33	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Servicio Rentas Internas de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 60 Sugerencias Emitidas por los Clientes



Fuente: Encuesta a los clientes del Servicio Rentas Internas de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: El 58% de los clientes externas muestran que las sugerencias emitidas por los usuarios no son analizadas oportunamente lo cual afecta a la sociedad y a la institución, y el 42% de los encuestados manifestaron que las autoridades que labora en el mismo no toma en cuenta las sugerencias, inquietudes proporcionadas y no analizan de manera eficiente razón por la cual las personas no están satisfechos con el servicio al cliente, siendo así también los superiores deben saber lo importante que es el servicio y las personas.

10. ¿Cree usted que el personal que labora en el Servicio de Rentas Internas cumplen a cabalidad sus funciones?

TABLA N° 62 Cumplimiento de Funciones

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	30	91%
NO	3	9%
TOTAL	33	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Servicio Rentas Internas de la ciudad de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 61 Cumplimiento de Funciones



Fuente: Encuesta a los clientes del Servicio Rentas Internas de la ciudad de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: El 91% de las personas encuestadas consideran que el personal que labora si cumplen con las funciones diarias, y el 9% de los clientes no están de acuerdo, porque no cumplen con las funciones establecidas por la Institución del Servicio de Rentas Internas, por tal razón los usuarios se encuentran insatisfechos con el servicio ineficaz que brinda el personal administrativo.

ENCUESTAS DIRIGIDAS A CLIENTES DEL CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES DE LATACUNGA.

1. ¿Con qué frecuencia asiste usted al Corporación Nacional de Telecomunicaciones de Latacunga?

TABLA N° 63 Asistencia a la Corporación Nacional de Telecomunicaciones.

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Diario	0	0%
Semanal	2	5%
Mensual	33	82%
Nunca	5	13%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta a los clientes de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 62 Asistencia a la Corporación Nacional de Telecomunicaciones.



Fuente: Encuesta a los clientes de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: El 5% de encuestados asisten semanalmente al Consejo Nacional de Telecomunicaciones; el 82% mensual y un 13% no asiste nunca. Esto quiere decir que la gran mayoría de los clientes asisten una vez al mes, y esta es considerada como una de las Instituciones que atiende menos clientes al día, por tal razón el personal administrativo deben estar muy bien capacitados para ofrecer un mejor servicio.

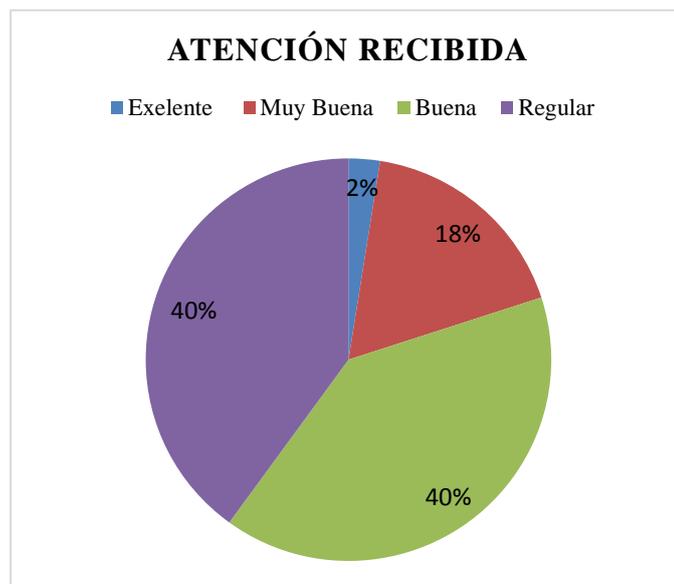
2. ¿La atención que recibió en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones fue?

TABLA N° 64 Atención Recibida

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Excelente	1	2%
Muy Buena	7	18%
Buena	16	40%
Regular	16	40%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta a los clientes de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 63 Atención Recibida



Fuente: Encuesta a los clientes de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: por medio de las encuestas aplicadas a los clientes de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones se pudo detectar que solo el 2% de encuestados consideran que la atención es excelente; el 08% opinan que es muy buena; el 40% buena y un 40% manifiestan que es regular. Es decir que esta institución si tiene falencias en un alto porcentaje, ya que es necesario dar paso a la mejora en cuanto a la satisfacción del cliente.

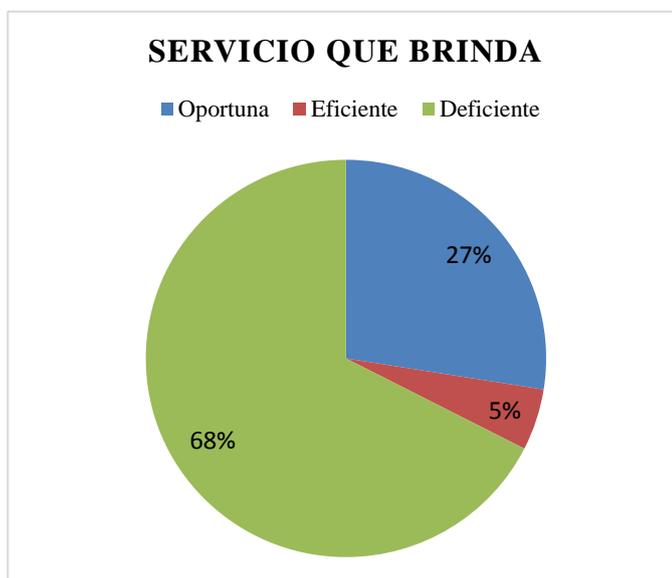
3. ¿Cree usted que el servicio que brinda la Corporación Nacional de Telecomunicaciones es?

TABLA N° 65 Servicio que Brinda

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Oportuna	11	27%
Eficiente	2	5%
Deficiente	27	68%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta a los clientes de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones
Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 64 Servicio que Brinda



Fuente: Encuesta a los clientes de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones
Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Los encuestados de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones mencionan que el 27% ha recibido la atención oportuna, el 5% eficiente y un 68% indica que es deficiente, con estos resultados podemos observar que existe mayor deficiencia en cuanto a la atención prestada, el cual el personal administrativo está en la obligación de mejorar lo más pronto posible las estrategias de servicio, con la finalidad de obtener satisfacción, y a la obtener resultados positivos para la institución.

4. ¿Estaría de acuerdo que el Recurso Humano de la Corporación de Telecomunicaciones reciba capacitaciones en?

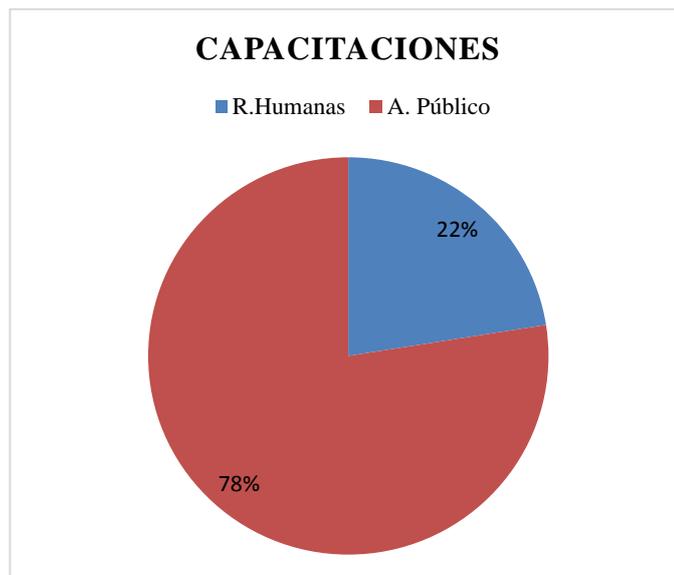
- Atención al Público
- Relaciones Humana

TABLA N° 66 Capacitaciones

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
R. Humanas	9	22%
A. Público	31	78%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta a los clientes de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones
Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 65 Capacitaciones



Fuente: Encuesta a los clientes de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones
Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: El 78% de encuestados de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones mencionan que el Recurso Humano debe recibir capacitaciones en Atención al Público, por lo que se observa un alto porcentaje de deficiencia, esto debe ser aplicado en el momento oportuno para que el personal administrativo realicen los cambios respectivos en su forma de atender, mientras que el 22% deben ser capacitados en Relaciones Humanas.

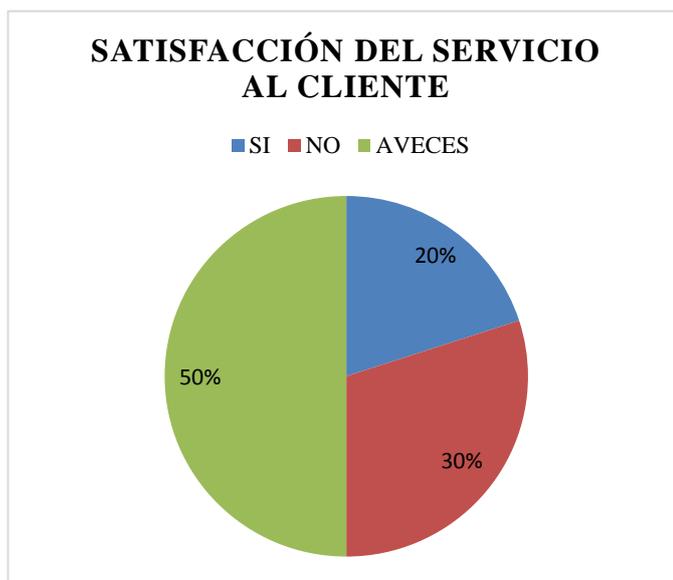
5. ¿Está usted satisfecho con el servicio que ofrece el personal administrativo que labora en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones?

TABLA N° 67 Satisfacción del servicio al Cliente

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	8	20%
NO	12	30%
A VECES	20	50%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta a los clientes de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones
Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 66 Satisfacción del Servicio al Cliente



Fuente: Encuesta a los clientes de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones
Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Mediante las encuestas ejecutadas a los clientes de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones se ha percibido que solo el 20% de encuestados están de acuerdo con el tipo de servicio, así mismo el 30% no están de acuerdo en lo absoluto, y un 50% dicen a veces. Lo cual se ha visto que no cumplen con los requerimientos de aquellos beneficiarios, en tal razón deben aplicar las mejores estrategias de mejoramiento.

6. ¿Considera Ud. Que el cliente externo es el más importante para la Corporación Nacional de Telecomunicaciones?

TABLA N° 68 Importancia del Cliente

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	37	92%
NO	3	8%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta a los clientes de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones
Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 67 Importancia del Cliente



Fuente: Encuesta a los clientes de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones.
Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: A través de las encuestas efectuadas a los clientes de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, el 8% manifiestan que no son importantes, mientras que el 92% mencionan que si son importantes, lo que indica que son ellos quienes llevarán a la institución en adelante.

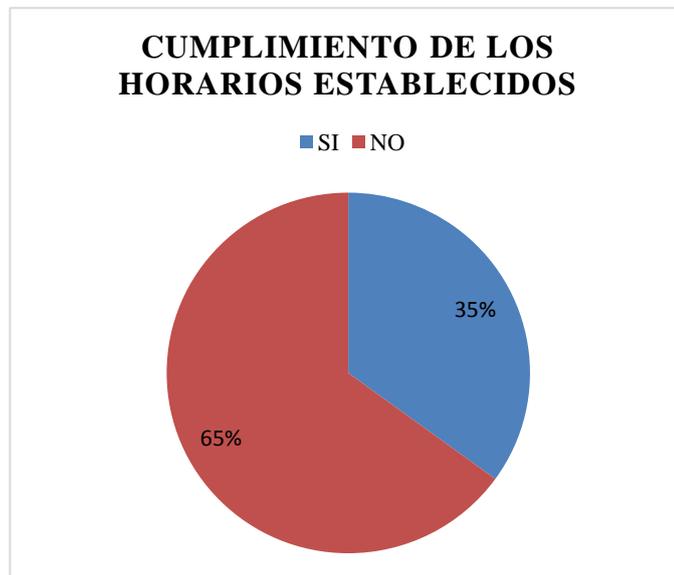
7. ¿Ha visto usted que el personal que labora en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones cumple con los horarios establecidos?

TABLA N° 69 Cumplimiento de los Horarios Establecidos

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	14	35%
NO	26	65%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta a los clientes de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones
Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 68 Cumplimiento de los Horarios Establecidos



Fuente: Encuesta a los clientes de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones
Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Mediante la obtención de resultados a través de las encuestas aplicadas a los clientes de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones en el que manifiestan que el personal administrativo cumple con los horarios establecido en un 35%, mientras que el 65% explican que no lo hacen. Por ende se dice que hay un porcentaje muy alto de incumplimiento en sus labores.

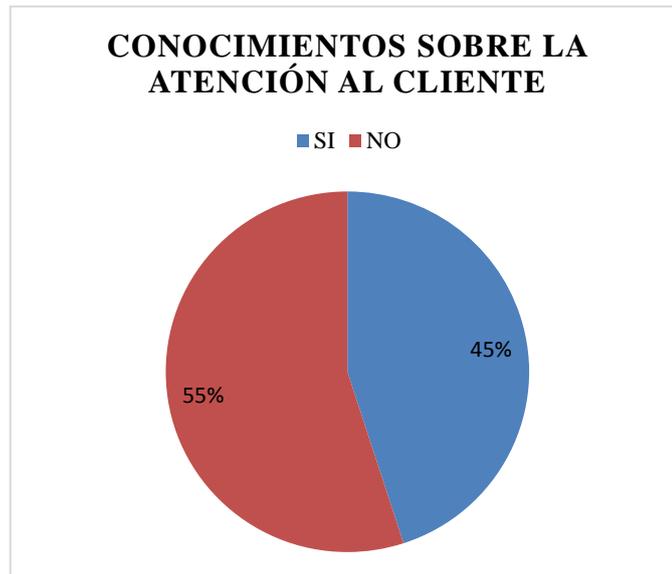
8. ¿Usted opina que el Recurso Humano que labora en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones tienen suficientes conocimientos sobre la atención al cliente?

TABLA N° 70 Conocimientos sobre la Atención al Cliente

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	18	45%
NO	22	55%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta a los clientes de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones
Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 69 Conocimientos sobre la Atención al Cliente



Fuente: Encuesta a los clientes de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones
Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Los encuestados consideran que el 55% del Recurso Humano no tienen suficientes conocimientos sobre servicio al cliente, esto quiere decir que el personal que labora en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones tienen falencias al momento de atender al cliente, esto se debe a la falta de capacitaciones del personal administrativo y el 45% manifiestan que el personal si está capacitado. Luego de observar los resultados se ha visto la necesidad de aplicar ciertos programas de capacitaciones con el fin de mejorar el problema existente.

9. ¿Cree usted que las sugerencias emitidas por los clientes son analizadas oportunamente por las autoridades de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones?

TABLA N° 71 Sugerencias emitidas por los Clientes

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	12	30%
NO	28	70%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta a los clientes de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones
Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 70 Sugerencias emitidas por los Clientes



Fuente: Encuesta a los clientes de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones
Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: De acuerdo a las encuestas aplicadas a los clientes de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones mencionan que 30% son analizadas oportunamente, mientras que un 70% dicen todo lo contrario. Es decir que las autoridades de dicha entidad no toman importancia a las sugerencias emitidas por sus clientes sea cual sea la razón. Pero esto también aparece como una deficiencia para la institución.

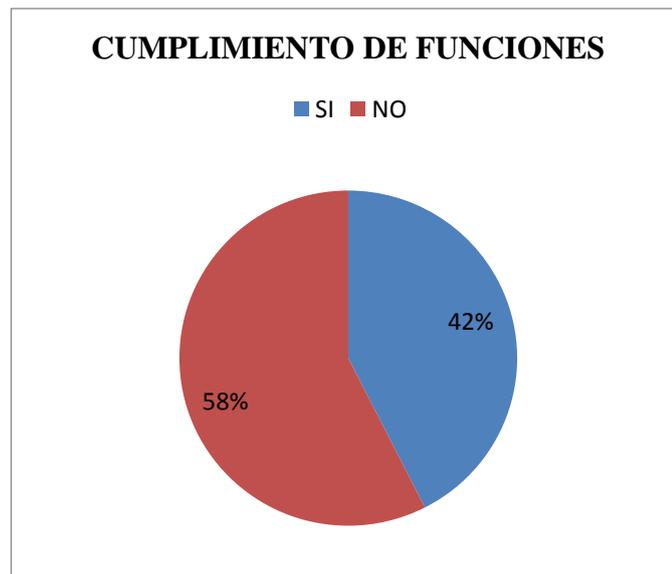
10. ¿Cree usted que el personal que labora en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones cumplen a cabalidad sus funciones?

TABLA N° 72 Cumplimiento de Funciones

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	17	42%
NO	23	58%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta a los clientes de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones
Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 71 Cumplimiento de Funciones



Fuente: Encuesta a los clientes de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones
Elaborado: Investigadoras

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: El 42% de encuestados consideran que el personal administrativo de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones si cumple a cabalidad sus funciones, mientras que el 58% exponen que no, trayendo consigo ciertos problemas en contra de la institución, así también la pérdida de sus clientes.

ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS CLIENTES DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA (MAGAP).

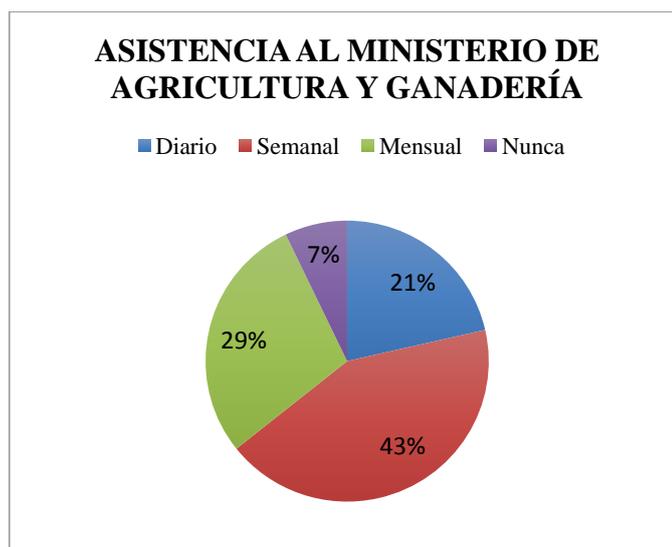
1. ¿Con qué frecuencia asiste usted al Ministerio de Agricultura y Ganadería?

TABLA N° 73 Asistencia al Ministerio de Agricultura y Ganadería

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Diario	3	21%
Semanal	6	43%
Mensual	4	29%
Nunca	1	7%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Agricultura y Ganadería de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 72 Asistencia al Ministerio de Agricultura y Ganadería



Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Agricultura y Ganadería de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Se realizó las encuestas a 14 clientes en la cual se obtuvo los siguientes resultados: el 21% de encuestados asisten diariamente al establecimiento; el 43% semanal; el 29% mensual y un 7% no asiste nunca. Por tanto se puede observar que la mayoría de los clientes asisten mensualmente a la Institución del Ministerio de Agricultura y Ganadería de la ciudad de Latacunga con la finalidad de recibir un servicio de calidad cumpliendo así la satisfacción del caso.

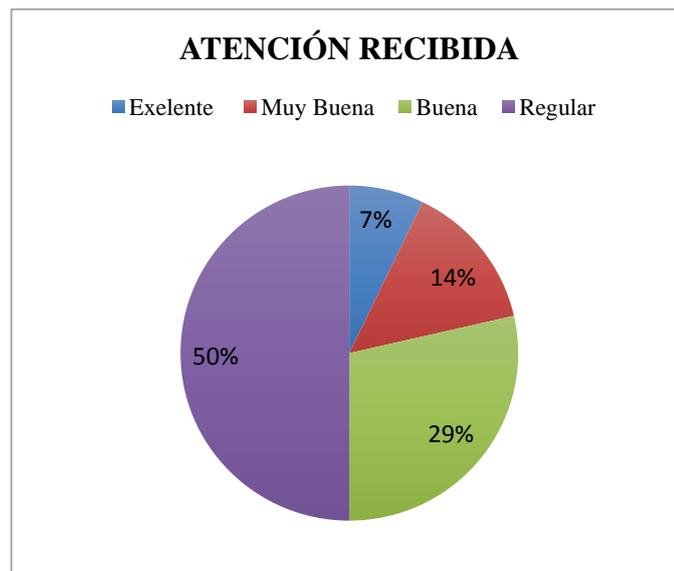
2. ¿La atención que recibió en el Ministerio de Agricultura y Ganadería fue?

TABLA N° 74 Atención Recibida

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Excelente	1	7%
Muy Buena	2	14%
Buena	4	29%
Regular	7	50%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Agricultura y Ganadería de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 73 Atención Recibida



Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Agricultura y Ganadería de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Mediante las encuestas realizadas a varios clientes del establecimiento se pudo conocer que el 7% de clientes consideran que la atención es excelente; el 14% opinan que es muy buena; el 29% buena y el 50% manifiestan que es regular, por lo tanto existe más atención ineficiente por la Institución del Ministerio de Agricultura y Ganadería, para lo cual los usuarios requieren personal altamente capacitados para mejorar el Servicio al Cliente.

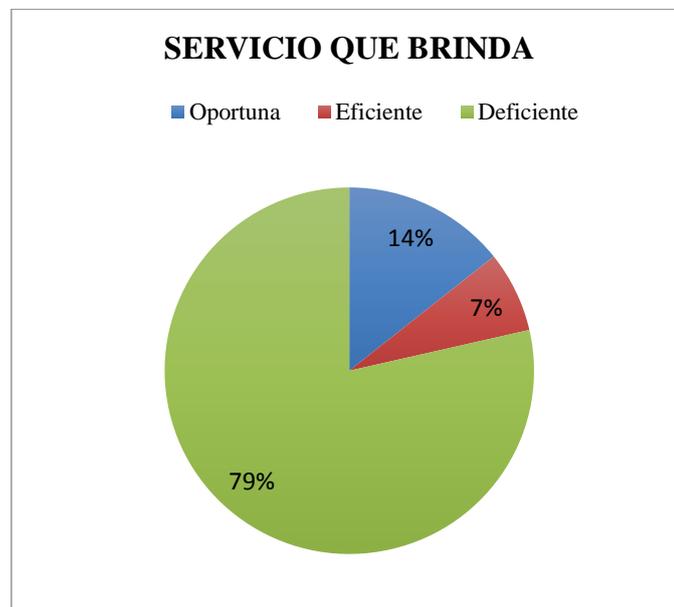
3. ¿Cree usted que el servicio que brinda el Ministerio de Agricultura y Ganadería es?

TABLA N° 75 Servicio que Brinda

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Oportuna	2	14%
Eficiente	1	7%
Deficiente	11	79%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Agricultura y Ganadería de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 74 Servicio que Brinda



Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Agricultura y Ganadería de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Los encuestados mencionan que el 14% ha recibido la atención oportuna, el 7% indica que es eficiente y el 79% evalúan que es deficiente, con estas encuestas podemos observar que todavía existe deficiencia en la atención al cliente externos en la Institución del Ministerio de Agricultura y Ganadería de la ciudad de Latacunga.

4. ¿Estaría de acuerdo que el Recurso Humano del Ministerio de Agricultura y Ganadería reciban capacitaciones en?

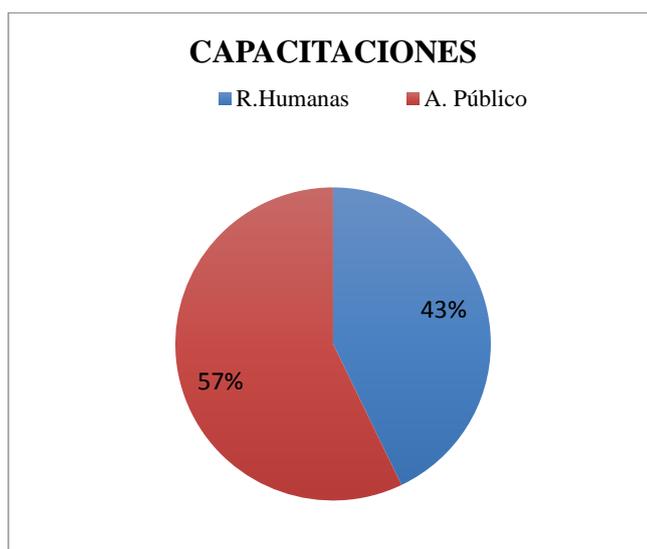
- Atención al Público
- Relaciones Humanas

TABLA N° 76 Capacitaciones

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
R. Humanas	6	43%
A. Público	8	57%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Agricultura y Ganadería de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 75 Capacitaciones



Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Agricultura y Ganadería de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: A través de las encuestas realizadas a los clientes del Ministerio de Agricultura y Ganadería de la ciudad de Latacunga, el 43% de los usuarios mencionan que el Recurso Humano debe recibir capacitaciones en Relaciones Humanas, porque por medio de ello los empleados mejorarán el servicio, mientras que el 57% deben ser capacitados en Atención al Público. De esta manera lograr la eficiencia en el servicio satisfaciendo las necesidades de los clientes.

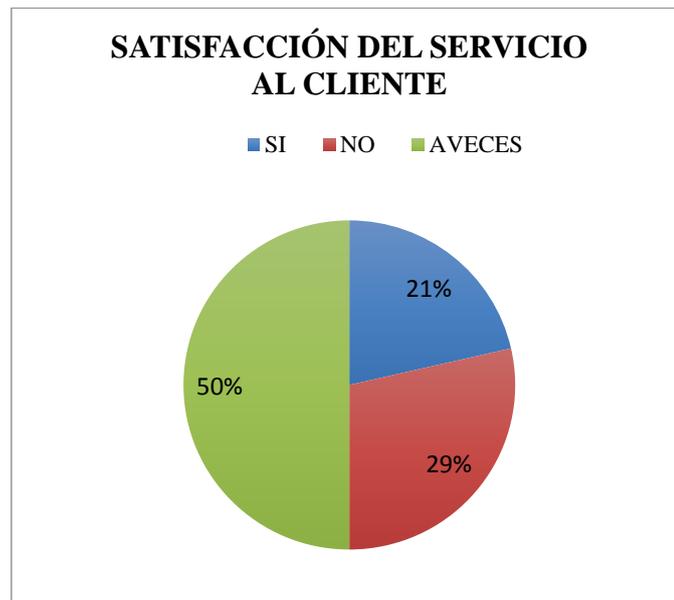
5. ¿Está usted satisfecho con el servicio que ofrece el personal administrativo que labora en el Ministerio de Agricultura y Ganadería?

TABLA N° 77 Satisfacción del Servicio al Cliente

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	3	21%
NO	4	29%
AVECES	7	50%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Agricultura y Ganadería de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras

GRÁFICO N° 76 Satisfacción del Servicio al Cliente



Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Agricultura y Ganadería de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: De acuerdo a las encuestas realizadas se ha visto que los clientes del Ministerio de Agricultura y Ganadería, no están muy de acuerdo con la satisfacción del servicio al cliente, a continuación detallamos el grado de complacencia: el 21% Si están de acuerdo con el servicio prestado por el personal administrativo, el 29% no están de acuerdo porque todavía existen falencias en el servicio y el 50% a veces. Esto quiere decir que no están totalmente satisfechos con el servicio recibido.

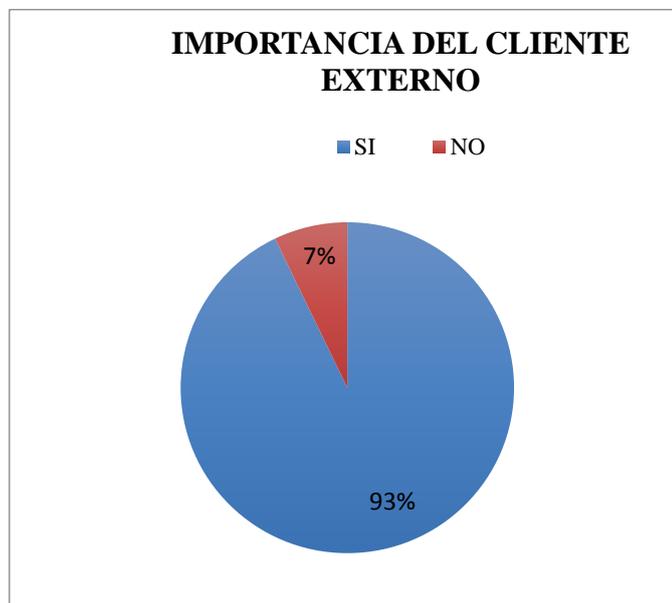
6. ¿Considera Ud. Que el cliente externo es el más importante para el Ministerio de Agricultura y Ganadería?

TABLA N° 78 Importancia del Cliente Externo

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	13	93%
NO	1	7%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Agricultura y Ganadería de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 77 Importancia del Cliente Externo



Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Agricultura y Ganadería de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Los encuestados manifiestan en un alto porcentaje como el 93% que ellos como clientes externos son importantes para la institución del ministerio de Agricultura y Ganadería de la ciudad de Latacunga, porque son la razón de ser, así como un 7% dicen que no son tomados encuesta por lo que se puede pensar que no son importantes para la Establecimiento.

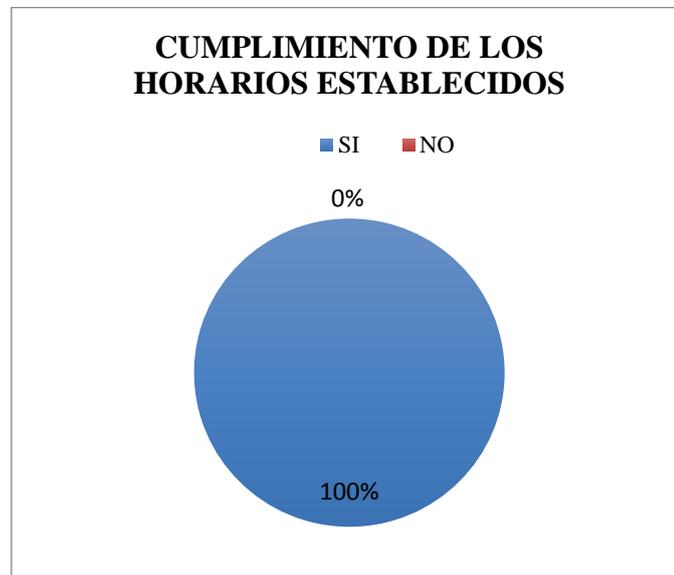
7. ¿Ha visto usted que el personal que labora cumple con los horarios establecidos?

TABLA N° 79 Cumplimiento de los Horarios Establecidos

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	14	100%
NO	0	0%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Agricultura y Ganadería de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 78 Cumplimiento de los Horarios Establecidos



Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Agricultura y Ganadería de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: A través de las encuestas realizadas a los clientes externos que llegan a la Institución del Ministerio de Agricultura y Ganadería mencionan que si cumplen con el horario establecido en un 100%, demostrando que las actividades son llevadas a cabo con gran responsabilidad en la Institución mencionada.

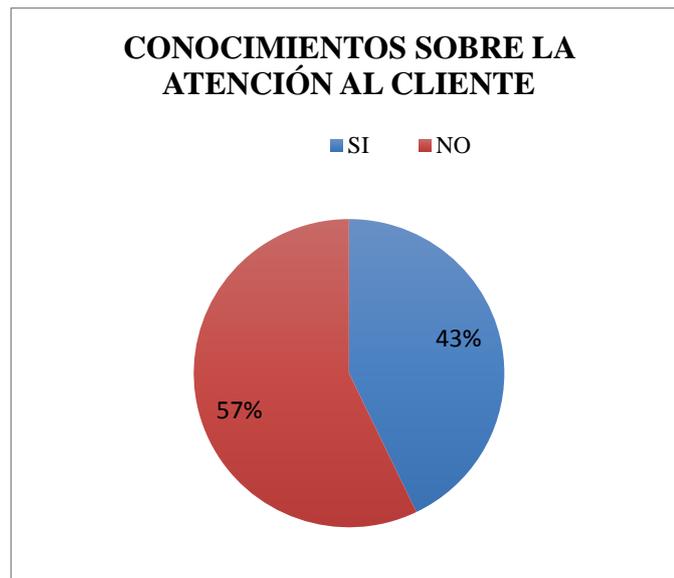
8. ¿Usted opina que el Recurso Humano que labora en el Ministerio de Agricultura y Ganadería tienen suficientes conocimientos sobre la atención al cliente?

TABLA N° 80 Conocimientos Sobre la Atención al Cliente

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	6	43%
NO	8	57%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Agricultura y Ganadería de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 79 Conocimientos Sobre la Atención al Cliente



Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Agricultura y Ganadería de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Mediante los resultados obtenidos durante la encuesta realizada el 43% del Recurso Humano si tienen conocimientos sobre servicio al cliente, en cambio el 57% de encuestados manifiestan que no cumplen con los requerimientos del cliente. Esto quiere decir que el personal que labora en las Instituciones Públicas no brinda un mejor servicio a los usuarios.

9. ¿Cree usted que las sugerencias emitidas por los clientes son analizadas oportunamente por las autoridades del Ministerio de Agricultura y Ganadería?

TABLA N° 81 Sugerencias Emitidas por los Clientes

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	5	36%
NO	9	64%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Agricultura y Ganadería de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 80 Sugerencias Emitidas por los Clientes



Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Agricultura y Ganadería de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: El 36% de clientes encuestados de la Institución del Ministerio de Agricultura y Ganadería manifiestan que las sugerencias emitidas por los clientes son analizadas de manera oportuna, esto se observa a través del cambio de actitud y el positivismo que tiene el personal administrativo para dar un servicio y de manera eficiente y el 64% consideran que no, porque no toman importancia de las sugerencias que el cliente emite o requiere para sentirse satisfecho.

10. ¿Cree usted que el personal que labora en el Ministerio de Agricultura y Ganadería cumplen a cabalidad sus funciones?

TABLA N° 82 Cumplimiento de Funciones

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	9	64%
NO	5	36%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Agricultura y Ganadería de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 81 Cumplimiento de Funciones



Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Agricultura y Ganadería de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Por medio de las encuestas realizadas a los clientes del Ministerio de Agricultura y Ganadería, el 64% de clientes consideran que el personal administrativo si cumple a cabalidad sus funciones y el 36% menciona que no, produciendo así un problema de servicio inadecuado. Razón por la cual los clientes manifiestan que tienen que esperar para ser atendidos.

ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS CLIENTES DEL MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.

1. ¿Con qué frecuencia asiste usted al Ministerio de Relaciones Laborales?

TABLA N° 83 Asistencias al Ministerio de Relaciones Laborales

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Diario	3	21%
Semanal	6	43%
Mensual	4	29%
Nunca	1	7%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Relaciones Laborales de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 82 Asistencias al Ministerio de Relaciones Laborales



Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Relaciones Laborales de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Para esta Institución hemos considerado a 14 clientes que fueron encuestados que a continuación detallamos los porcentajes, el 21% mencionaron que asisten diariamente, el 43% semanal y el 29% y el 7% no asisten nunca, de todos los encuestados hemos visto que en gran mayoría asisten mensualmente con la finalidad de percibir un servicio de calidad y satisfacer las necesidades de cada uno de ellos

2. ¿La atención que recibió del Ministerio de Relaciones Laborales fue?

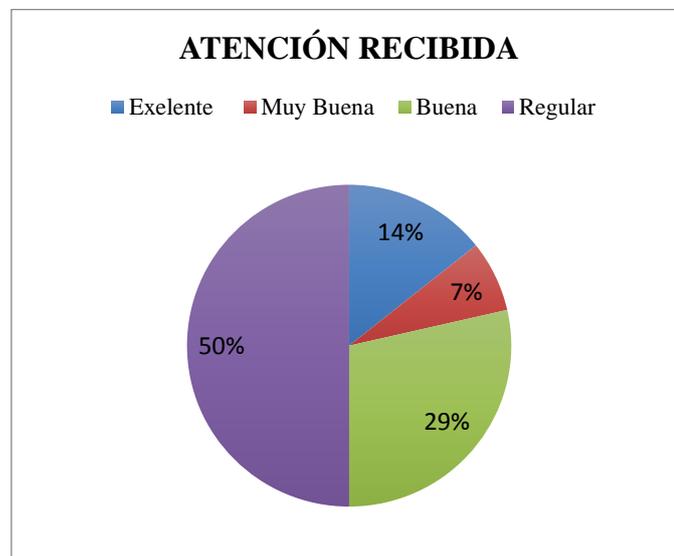
TABLA N° 84 Atención Recibida

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Excelente	2	14%
Muy Buena	1	7%
Buena	4	29%
Regular	7	50%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Relaciones Laborales de la ciudad de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 83 Atención Recibida



Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Relaciones Laborales de la ciudad de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Mediante las encuestas realizadas el 14% de los clientes evaluó como excelente el servicio recibido, el 7% mencionaron como muy buena, el 29% de las personas manifestaron como buena y el 50% evaluaron que la atención que reciben por parte del personal administrativo de la institución del Ministerio de Relaciones Laborales es Regular, es importante destacar que no todos los clientes tienen una percepción clara del servicio que presta la institución, por lo cual es la responsabilidad del mismo, por tal razón es importante proporcionar un servicio de calidad, para lo cual es necesario contar con un personal capacitado y con experiencia que estén en condiciones de dar un servicio eficaz.

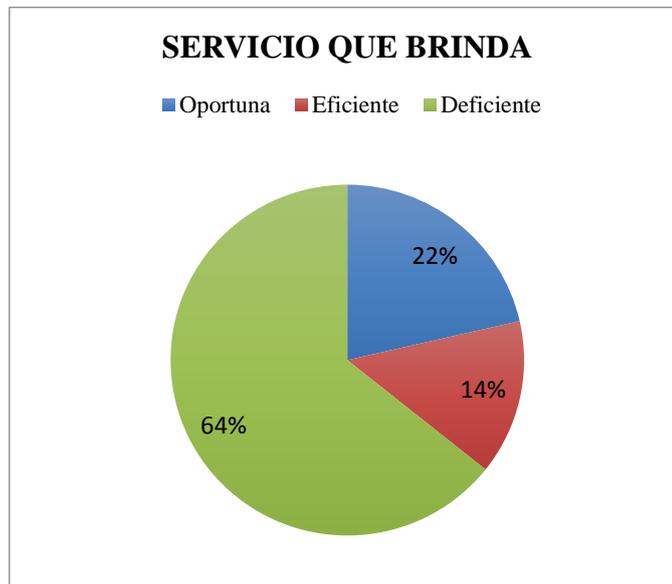
3. ¿Cree usted que el servicio que brinda el Ministerio de Relaciones Laborales es?

TABLA N° 85 Servicio que Brinda

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Oportuna	3	22%
Eficiente	2	14%
Deficiente	9	64%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Relaciones Laborales de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 84 Servicio que Brinda



Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Relaciones Laborales de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: En lo referente a la calidad del servicio que brinda el Ministerio de Relaciones Laborales de la ciudad de Latacunga un 22% de los clientes externos manifestaron que son considerados como oportuna, sin embargo existe el 14% que es eficiente y el 64% de los clientes mencionaron que el servicio que brinda la Institución son deficiente, todo esto debido a que los clientes no se sienten conformes con la calidad de prestación del servicio del establecimiento y piden que se mejore las condiciones del servicio al cliente.

4. ¿Estaría de acuerdo que el Recurso Humano del Ministerio de Relaciones Laborales reciban capacitaciones en?

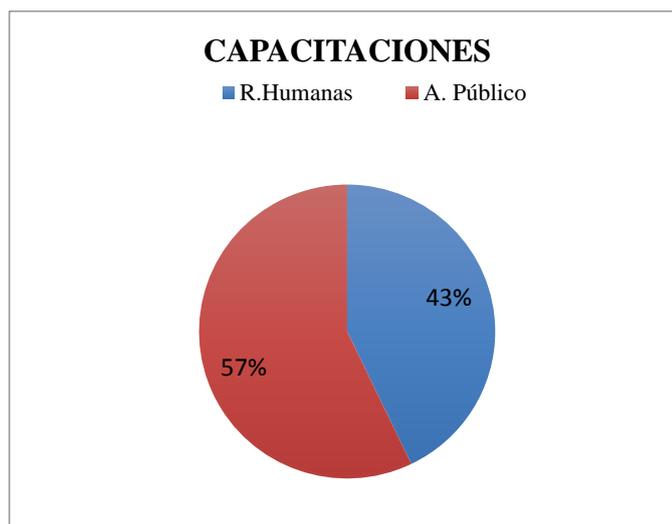
- Atención al Público
- Relaciones Humanas

TABLA N° 86 Capacitaciones

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
R. Humanas	6	43%
A. Público	8	57%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Relaciones Laborales de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 85 Capacitaciones



Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Relaciones Laborales de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: El 43% de los encuestados mencionaron que el Recurso Humano del Ministerio de Relaciones Humanas debe tener capacitación sobre Relaciones Humanas, ya que esto permitirá brindar una atención de calidad en forma constante y el 57% de los clientes manifestaron que es importante que reciban capacitación en Atención al Público con el propósito de fortalecer conocimientos de servicio al cliente, así convirtiendo en una fuerte ventaja competitiva que conduzca a mejorar el desempeño, la productividad de la Institución.

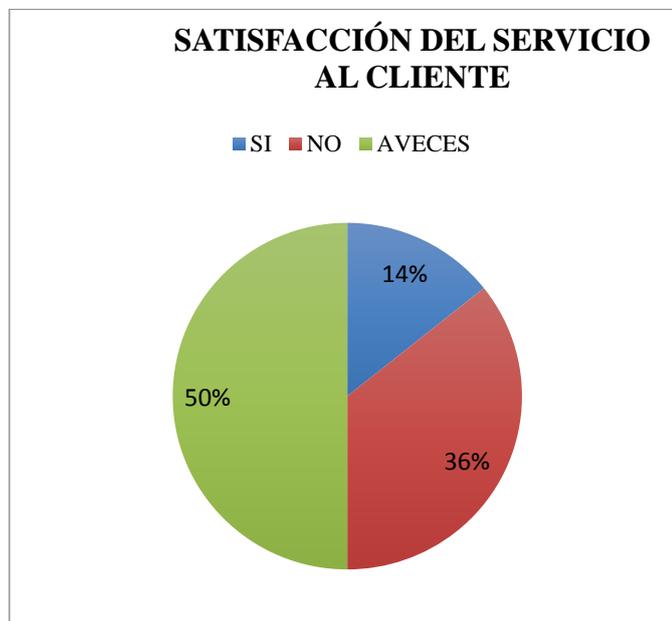
5. ¿Está usted satisfecho con el servicio que ofrece el personal administrativo que labora en el Ministerio de Relaciones Laborales?

TABLA N° 87 Satisfacción del Servicio al Cliente

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	2	14%
NO	5	36%
AVECES	7	50%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Relaciones Laborales de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 86 Satisfacción del Servicio al Cliente



Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Relaciones Laborales de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: De acuerdo a los resultados obtenidos el 14% de los clientes mencionan que están satisfechos con el servicio recibido, el 36% de los encuestados manifestaron que no están de acuerdo con el servicio que ofrece la Institución, por lo tanto están insatisfechos, y el 50% de las personas evalúan que el servicio que ofrece es ineficiente, no cumplen con los requerimientos solicitados, razón por la cual el personal administrativo debe estar en constante capacitación para mejorar el servicio al cliente.

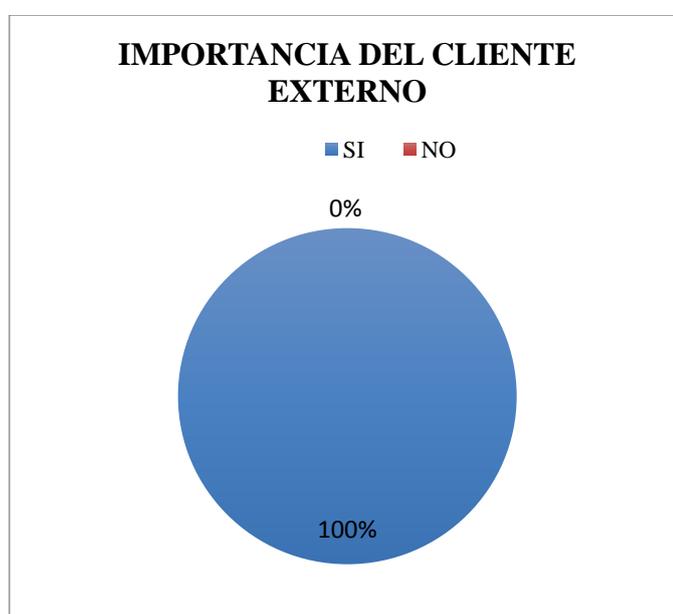
6. ¿Considera Ud. Que el cliente externo es el más importante para el Ministerio de Relaciones Laborales?

TABLA N° 88 Importancia del Cliente Externo

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	14	100%
NO	0	0%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Relaciones Laborales de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 87 Importancia del Cliente Externo



Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Relaciones Laborales de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: De acuerdo a las encuestas realizadas el 100% de los clientes externos manifestaron que son importantes para la Institución del Ministerio de Relaciones Laborales de la ciudad de Latacunga, porque son la razón de ser, también mencionan que si cumplen con los requerimientos solicitados, por lo tanto el cliente siempre debe ser atendido con respeto, amabilidad y cordialidad por parte del establecimiento, con la finalidad de tener una buena imagen de la institución y del personal.

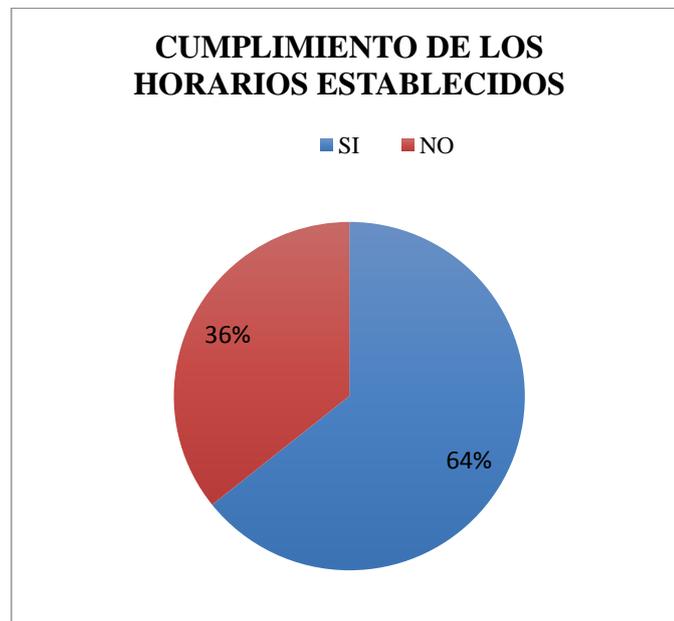
7. ¿Ha visto usted que el personal que labora cumple con los horarios establecidos?

TABLA N° 89 Cumplimiento de los Horarios Establecidos

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	9	64%
NO	5	36%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Relaciones Laborales de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 88 Cumplimiento de los Horarios Establecidos



Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Relaciones Laborales de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Mediante las encuestas realizadas a los clientes externos que acuden a la Institución del Ministerio de Relaciones Laborales expresan que el 64 % si cumplen con el horario establecido, mientras que el 36% manifiestan que no cumple, tomando en cuenta los resultados obtenidos existe un alto porcentaje de incumplimiento en el horario establecido, razón por la cual las personas si sienten insatisfechas con el servicio que brinda la Institución.

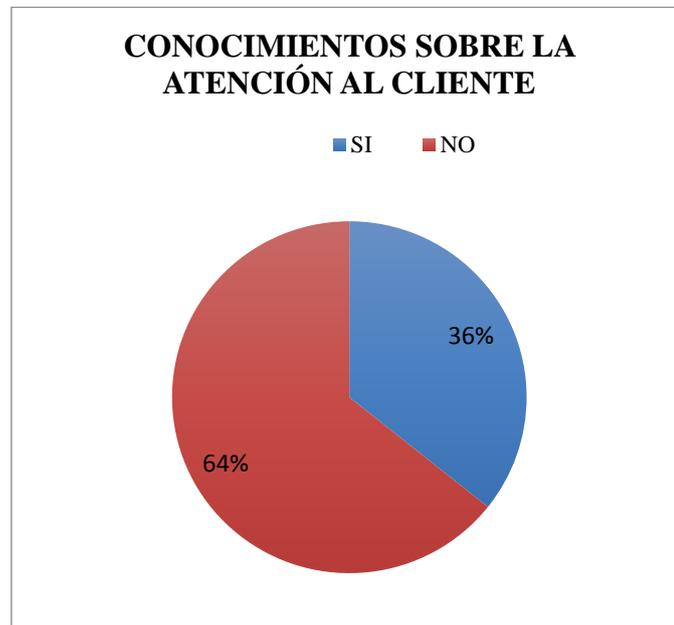
8. ¿Usted opina que el Recurso Humano que labora en el Ministerio de Relaciones Laborales tienen suficientes conocimientos sobre la atención al cliente?

TABLA N° 90 Conocimientos Sobre la Atención al Cliente

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	5	36%
NO	9	64%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Relaciones Laborales de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 89 Conocimientos Sobre la Atención al Cliente



Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Relaciones Laborales de la ciudad de Latacunga.
Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Mediante las encuestas realizadas el 36% de las personas manifestaron que los profesionales si saben cómo brindar un servicio de calidad, y el 64% de los clientes evalúan que la Institución del Ministerio de Relaciones Laborales de la ciudad de Latacunga, no tienen conocimientos sobre el servicio al cliente, por lo tanto es necesario que la autoridades realicen capacitaciones al personal administrativo con la finalidad de mejorar el servicio y la imagen de la institución.

9. ¿Cree usted que las sugerencias emitidas por los clientes son analizadas oportunamente por las autoridades del Ministerio de Relaciones Laborales?

TABLA N° 91 Sugerencias Emitidas por los Clientes

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	3	21%
NO	11	79%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Relaciones Laborales de la ciudad de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 90 Sugerencias Emitidas por los Clientes



Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Relaciones Laborales de la ciudad de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Del 21% de los encuestados muestran que el Ministerio de Relaciones Laborales de la ciudad de Latacunga si atienden a cada una de las disposiciones que los usuarios requieren para su atención, pero existe un 79% que manifiestan las sugerencias emitidas no son analizadas de manera oportuna, por lo tanto los clientes están insatisfechos y ellos requieren un mejor atención y ser tomados en cuenta las sugerencias mencionadas de esa forma para satisfacer las necesidades de cada uno de ellos.

10. ¿Cree usted que el personal que labora en el Ministerio de Relaciones Laborales cumple a cabalidad sus funciones?

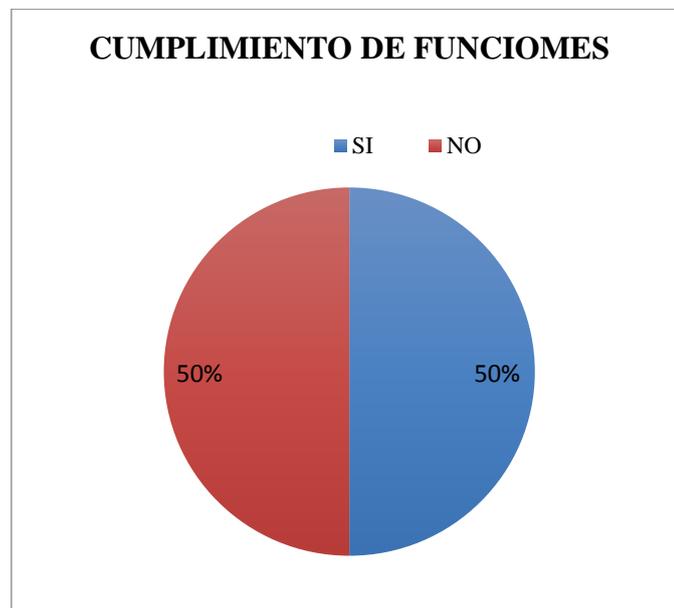
TABLA N° 92 Cumplimientos de Funciones

OPCIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	7	50%
NO	7	50%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Relaciones Laborales de la ciudad de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras.

GRÁFICO N° 91 Cumplimientos de Funciones



Fuente: Encuesta a los clientes del Ministerio de Relaciones Laborales de la ciudad de Latacunga.

Elaborado: Investigadoras.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Del total de los encuestados el 50% manifestaron que si cumplen con las funciones establecidas por la Institución, y el 50% mencionan que no cumplen, por lo tanto los clientes necesitan más cumplimiento en las funciones establecidas, con el fin de realizar los trámites importantes, así optimizar tiempo y recurso de cada uno de las personas que asisten al establecimiento, por lo tanto es necesario controlar al personal administrativo que laboran diariamente en la institución, con el fin de mejorar el servicio al cliente.

2.8.CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

- ❖ Las encuestas realizadas a los clientes de diferentes Instituciones Públicas de la ciudad de Latacunga, se ha observado que la atención que brinda el personal administrativo es Buena en algunas Instituciones Públicas, no así en algunos casos que se puede observar según las encuestas que es deficiente en un alto porcentaje, especialmente en los Hospitales llegando a la conclusión que hay más atención insatisfactorio que buena.

- ❖ Los resultados indican muy claramente que el servicio que ofrecen las Secretarias o personal de información de las Instituciones Públicas, es deficiente esto es producido por la falta de conciencia del personal encargada de dar información, que requieran los clientes, como pacientes y cumplir con la satisfacción de las necesidades de cada uno.

- ❖ La elaboración y aplicación de las Estrategias propuestas permitirán a las Instituciones Públicas de la ciudad de Latacunga mejorar la calidad del servicio a los clientes internos y externos, logrando la satisfacción de las expectativas de cada uno de los usuarios.

2.9. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE ENTREVISTAS

Interpretación y análisis de la Entrevista dirigida a los Directores de las Instituciones Públicas de la ciudad de Latacunga.

1. ¿Ha recibido alguna capacitación sobre servicio al cliente?

De acuerdo a los criterios emitidos por parte de los Directores de las diferentes Instituciones Públicas de la ciudad de Latacunga manifiestan que es obligación de los funcionarios el prestar el mejor servicio al usuario que requieren de vuestros servicios, y por ende el mejoramiento continuo de todos los días.

2. ¿Cree usted que es necesario implementar un programa de capacitaciones dirigidas al personal administrativo sobre temas del servicio al cliente?

Las Instituciones Públicas ya cuentan con programas de capacitación permanente para todos los empleados y servidores públicos y usuarios de la Ciudad, planificando constantemente para que se ejecute de manera eficiente la atención al Cliente.

3. ¿Ha tenido alguna dificultad al momento de atender al cliente?

En algunas Instituciones los funcionarios no tienen dificultades de atender al Cliente mostrándose satisfechos, mientras que en otros casos es complicado ofrecer una atención debido que no tienen buenos conocimientos sobre el tema de interrelaciones personales, así también existen problemas personales que influyen en el comportamiento del funcionario que está atendiendo al Cliente.

4. ¿Qué estrategias cree que sería importante plantear para que la atención sea eficiente y eficaz?

Las estrategias que se debe plantear es la organización de capacitaciones en Relaciones Humanas para que cada funcionario se sienta parte de la Institución y que tengan mayor conciencia al momento de atender al cliente.

5. ¿Qué ha hecho usted para ofrecer un servicio de calidad a los clientes?

Tratar con educación al cliente, ya que el cliente es la razón de la Institución, y se debería establecer directrices con respecto al servicio al cliente, ya que la atención al usuario es fundamental, para lo cual es indispensable aplicar valores como es la cultura, respeto, educación y en especial una buena actitud ya que ellos buscan soluciones y no problemas.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI



*ELABORACIÓN DE ESTRATEGIAS DEL
SERVICIO AL CLIENTE PARA LAS
INSTITUCIONES PÚBLICAS DE LA
CIUDAD DE LATACUNGA.*

*TESISTAS: SHÚLCA GUAMÁN BLANCA YOLANDA
TONATO TONATO ELVIA MARÍA*

CAPÍTULO III

3. DISEÑO DE LA PROPUESTA

“Estrategias para mejorar el servicio al cliente en las Instituciones Públicas de la ciudad de Latacunga”.

DATOS INFORMATIVOS

Institución Ejecutora: Instituciones Públicas de la ciudad de Latacunga.

BENEFICIARIOS

Directos: Personal Administrativo de las Instituciones Públicas de la ciudad de Latacunga.

Indirectos: Público en General.

Ubicación: Ciudad de Latacunga

TIEMPO ESTIMADO PARA LA EJECUCIÓN

Inicio: Abril 2014

Fin: Octubre 2015

EQUIPO RESPONSABLE

Tesistas: Shulca Guamán Blanca Yolanda

Tonato Tonato Elvia María

3.1. ANTECEDENTES

El Servicio al Cliente es uno de los elementos muy importantes para el buen desempeño laboral y lograr el desarrollo de las Instituciones y Hospitales, para ello es necesario buscar alternativas de solución que permita beneficiar a los clientes como a la Institución misma.

El objetivo de esta investigación es mejorar el servicio que brindan las diferentes Instituciones Públicas y Hospitales de la ciudad de Latacunga por medio del uso adecuado de las estrategias de atención.

Para que el cliente y pacientes se sientan satisfecho y bien atendido es importante que existan las buenas relaciones humanas, porque es la base fundamental de todo el factor humano para llevar a cabo las actividades de las Instituciones.

El prestigio de las Instituciones depende de la buena atención brindada a sus clientes, demostrándole respeto, cordialidad al momento de ofrecer una información y dar importancia a cada uno, porque ellos son la razón de la organización, de esta manera logra el buen desarrollo de la misma.

El uso adecuado de las estrategias permitirá mejorar el servicio al cliente, a la vez optimizar tiempo y recurso, logrando ofrecer un servicio eficiente y eficaz, así también permite al personal administrativo de las Instituciones y Hospitales poseer el perfil profesional de alto nivel y cumplir con los requerimientos de los clientes.

Para lograr resultados positivos es fundamental que el personal que laboran en diferentes departamentos de las Instituciones Públicas actualice sus conocimientos por medio de diferentes estrategias y capacitaciones, esto ayudará a interrelacionar con el cliente para aquellos que tienen una relación directa.

3.2. JUSTIFICACIÓN

El servicio al cliente es el factor más importante dentro de toda Institución y más aún en las Instituciones Públicas y Hospitales de la ciudad de Latacunga, porque son quienes prestan mayor servicio a la población en general, razón por la cual es necesario realizar un trabajo efectivo.

A través de esta investigación realizada nos permitirán gestionar sus actividades con mayor eficiencia, mejorar las estrategias pertinentes al servicio que la Institución ofrece a sus clientes, ya que son el pilar fundamental para lograr los objetivos y metas constituyéndolo de esta manera al logro efectivo de la calidad de atención al cliente.

El objetivo de esta investigación es para satisfacer las necesidades de los clientes, esto permitirá aumentar sus posibilidades de ofrecer un servicio de calidad. Así también se da la primera imagen en la prestación del servicio a los clientes.

La calidad en el servicio al cliente es uno de los puntos fundamentales que se deben cumplir dentro de cada una de las Instituciones Públicas sin importar el tamaño y la estructura, el personal administrativo debe demostrar la capacidad que tienen para desempeñarse en sus funciones diarios.

Por ello es indispensable el uso adecuado de las estrategias que permitirán cumplir con el objetivo de satisfacer las necesidades del cliente externo, procurando mantener un juicio razonable y mostrando siempre el prestigio de cada una de las Instituciones, ya que ellos son el eje fundamental para que la Organización tenga éxito y cumplan a cabalidad sus actividades.

3.3.OBJETIVOS

3.3.1. *Objetivo General*

Elaborar estrategias dirigidas al personal administrativo de las Instituciones Públicas y Hospitales de la ciudad de Latacunga, a través de la aplicación de esta herramienta se mejorará el servicio al cliente interno y externo, logrando la fidelidad y la satisfacción.

3.3.2. *Objetivos Específicos*

- Elaborar las estrategias para ofrecer servicio de alta calidad, satisfaciendo las necesidades de los clientes y pacientes, brindando una atención eficiente y eficaz.
- Aplicar las estrategias de mejora continua del servicio de calidad a la medida de las necesidades de los clientes y pacientes.
- Mejorar los cursos y capacitaciones existentes que son impartidas a todos los empleados de las Instituciones Públicas y Hospitales de la ciudad de Latacunga, además motivarlos con la finalidad de fortalecer la imagen profesional.

3.4. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

3.4.1. Introducción

La elaboración de estrategias es con la finalidad de dar soporte y apoyo al personal administrativo de las Instituciones Públicas y Hospitales de la ciudad de Latacunga en cuanto a la mejora del servicio al cliente, es decir que se pretende agilizar la atención y optimizar tiempo de las gestiones y lograr llegar a la eficiencia y eficacia.

Es importante que exista una buena comunicación interna dentro de la Institución para facilitar información adecuada y correcta a los clientes y pacientes, por tanto si queremos atender bien al cliente externo debemos tener una buena relación entre los empleados.

Mediante la formulación adecuada de las estrategias se aportará en gran parte para el bienestar de la Instituciones Públicas y Hospitales de la ciudad de Latacunga debido a que la atención es lo fundamental que puede existir, ya que el cliente busca lugares en donde le atiendan con amabilidad y respeto.

Se debe comportar de mejor manera con los clientes y pacientes, debido a que son los más cercanos a las Instituciones y Hospitales, así podremos encontrar nuevas oportunidades para perfeccionar el Servicio al Cliente con la satisfacción buscada.

3.6.ELABORACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE DE LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.



Mediante las encuestas realizadas en las Instituciones Públicas de la ciudad de Latacunga, se detectó que en la gran mayoría existen falencias sobre el tipo de servicio que brinda el personal administrativo es deficiente, existe una atención regular esto se ha observado más en el caso de hospitales, así también los clientes no están satisfechos en su totalidad sobre el servicio prestado, que no tienen suficientes conocimientos sobre la atención al cliente, también existen quejas del incumplimiento de los horarios de trabajo, las sugerencias emitidas por los clientes no son analizadas oportunamente por las autoridades de la Institución, razón por la cual se ha observado estas deficiencias en el que los clientes mencionan que el servidor público debe estar capacitado sobre Atención al Cliente y Relaciones Humanas permitiéndole de esta manera un buen desempeño laboral en la atención y servicio al cliente.

Las investigadoras con el fin de dar un porte un vez detectado el problema proponemos sugerir estrategias para el desenvolvimiento profesional en la ejecución de tareas laborables, con el fin de lograr mejorar la calidad en el servicio al cliente.

A continuación detallamos las estrategias para mejorar el servicio al cliente en las Instituciones Públicas de la ciudad de Latacunga.

3.7. *ESTRATEGIA PARA INSTITUCIONES PÚBLICAS*

3.7.1. *ESTRATEGIA I: Ampliar el servicio médico en los días del descanso obligatorio y días feriados.*



Para mejorar el servicio al cliente es fundamental que el Subcentro de Salud y Hospitales de la ciudad de Latacunga, amplíen la atención al cliente en los días de descanso y feriados, con esto se logrará ofrecer un servicio eficiente a los pacientes, con la finalidad de reducir el tiempo de espera y molestias que son ocasionados actualmente por la insatisfacción.

De esta manera los pacientes serán bien atendidos de acuerdo a sus necesidades sean estas enfermedades catastróficas y leves, con esta estrategia se ayudara al paciente a optimizar recurso y esfuerzo de acudir a un centro de salud privado, ya que el centro de salud público estará dispuesto a prestar su servicio inmediata.

Para ello es importante que la institución extienda la atención los días: sábados, domingos y feriados para dar prioridad de los pacientes, que esos días también necesitan la ayuda de los médicos especializado, ya que las personas no saben el

momento oportuno de enfermarse o en algunos casos existen accidentes de diferentes casos.

A base de esta Estrategia se propone también la implementación de áreas de emergencia que a continuación explicaremos.

3.8. ESTRATEGIA II: La implementación de áreas de emergencias en los departamentos de: Pediatría, Geriatria y Ginecología.

Las investigadoras detectaron varias falencias que no permiten la atención oportuna a los pacientes que llegan a estas entidades de servicio público, porque debe esperar que se le facilite un turno sin tomar en cuenta la emergencia inmediata que el paciente requiere.

Por esta razón hemos propuesto esta Estrategia para cumplir con la satisfacción y las necesidades de los pacientes a corto tiempo, esto se logrará a través de la implementación de áreas de emergencias en los departamentos como: Pediatría, Geriatria y Ginecología con la finalidad de brindar una atención inmediata, es decir el servicio deber ser eficiente, eficaz, con el objetivo de dar una mejor atención a los pacientes según su necesidad.

El paciente al momento de requerir un servicio debe acudir primero al Subcentro de Salud con la finalidad de ser diagnosticado el tipo de enfermedad que padece, una vez realizado este proceso el médico encargado sugerirá al especialista encargado en el área. En caso de ser grave el médico asignará un turno de emergencia en el cual el paciente acudirá directamente a la sala de emergencia requerida para ser atendido de manera inmediata.

LA SALA DE EMERGENCIA EN:



Los niños que ingresan por emergencia de Pediatría deben ser atendidos inmediatamente por los especialistas asignados en esta área, sin esperar largas horas para su turno considerando que son delicados y no es posible mantenerlos por tiempo indeterminado, ya que ellos no pueden soportar el dolor y la angustia por mucho tiempo. Para este problema sugerimos el departamento de emergencia en pediatría que sería de 1 año a 14 años.

El médico especializado en esta área manejará con responsabilidad el bienestar físico, mental, y emocional de los niños con la finalidad de aliviar y curar la enfermedad que posee por alguna situación.



Los Hospitales Públicos deben poseer una sala de emergencia específicamente el área de Geriatría, para la atención a los ancianos porque se ha podido observar que las enfermedades que padecen son de cuidado similar a la de los niños por lo tanto deben ser atendidos inmediatamente, porque actualmente sea visto que en los hospitales cuentan con una sola sala de emergencia en el que son atendidos todos de acuerdo al turno de llegada, cosa que no debe de ocurrir , ya que los adultos mayores también necesitan la atención y el cuidado al igual que los niños.

Departamento de Ginecología



La implementación de una sala de emergencia para Ginecología ayudará a las pacientes a controlar su embarazo periódicamente con los tratamientos necesarios hasta el día del parto, en esta fase es muy importante que el profesional brinde una atención inmediata con el objetivo de salvar vidas tanto de la madre como del niño, previniendo en algunas ocasiones de abortos indeseados y partos prematuros, tomando en cuenta que el parto natural también necesita de una atención inmediata.

En caso de que el paciente presente inicios de parto, ella no debe esperar el turno asignado como en la actualidad lo realizan ya que es una emergencia de alto riesgo, que en muchos casos los bebés nacen antes de ser atendidos por los especialistas esto ocasiona molestias de los pacientes y familiares por la mala atención del mismo.

De la misma manera las pacientes deben ser atendidos específicamente por el profesional encargado para esta área para la mayor seguridad de la salud de la paciente, ya que en muchos casos se ha visto que son atendidos por estudiantes pasantes que no tienen suficientes conocimientos en la práctica de la atención al paciente, por ende existen riesgos en la salud de la madre y del niño/as.

Razón por la cual la aplicación de esta Estrategia es importante para que los profesionales en cada una de estas áreas den una atención personalizada al cliente para mayor credibilidad del paciente con esto se logrará una mejor atención.

3.8.1. *Ventajas*

- Son atendidos inmediatamente
- Reducen el tiempo de espera
- Optimizan recursos
- Cambia la actitud del paciente
- Obtienen resultados positivos
- Logran la tranquilidad requerida
- Son atendidos por los especialistas para cada tipo de enfermedad.

3.9. *ESTRATEGIAS PARA OFICINAS PÚBLICAS.*

3.9.1. *ESTRATEGIA III: Uso adecuado de los medios de comunicación en las Instituciones Públicas.*



Es importante que las Instituciones tengan en cuenta esta herramienta como parte fundamental de la motivación del cliente, así también la innovación de la Institución misma.

Con esta estrategia se logrará que el cliente se sienta entretenido, al mismo tiempo practiquen el aprendizaje por un medio de comunicación como es la televisión de

temas que le servirán de ayuda para el cuidado de la salud de sí mismo y de su familia.

Así también lograr que el usuario mantenga la calma y no se sienta apresurado por ser atendido inmediatamente, este instrumento será de gran ayuda para el personal administrativo, que tiene la responsabilidad de atender a todos de acuerdo al turno obtenido por los clientes.

Para las gestiones personales de los clientes las investigadoras sugerimos que la Institución Pública tome en cuenta esta estrategia de uso adecuado de un televisor en la sala de espera en el que se demuestre las actividades que realizan cada una de ellas, y los requisitos para los trámites que requiera así se evitará tiempo y dinero.

En el caso del GAD Municipal informen sobre los impuestos a pagar, las obras realizadas y las fiestas tradicionales del cantón, también pueden dar a conocer sobre los diferentes requisitos necesarios para los trámites correspondientes, como puede ser: permisos de construcción, alcantarillado, agua potable, etc.

En el Registro Civil deben transmitir programas que les eduque a las personas a cuidar sus documentos personales, y el costo por la pérdida de la cédula de ciudadanía, y requisitos en este caso, dar a conocer los riesgos en el caso de la pérdida y cómo se debe evitar que un tercero utilice su identidad que le afectará al propietario.

De la misma manera mostrar todos los requisitos necesarios para que el beneficiario pueda continuar con los trámites respectivos, sin tener la necesidad de acercarse a las ventanillas a solicitar la información buscada.

En el Consejo Nacional Electoral debe transmitir en la televisión instalada en la sala de espera programas todo los requisitos referente al trámite de las papeletas de votación, informar sobre las próximas elecciones, este informe le servirá al

cliente como a los partidos políticos para que tengan conocimientos sobre las gestiones que bene hacer de acuerdo a sus necesidades.

En el Servicio de Rentas Internas los programas que deben transmitir pueden ser: informar sobre las obligaciones tributarias de personas jurídicas y natural, con el fin de evitar multas, con este programa de información el cliente estará bien informado sobre el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

En la Corporación Nacional de Telecomunicaciones será de ayuda para la Institución informar a los clientes sobre los beneficios que tienen la línea telefónica e internet y cómo puede acceder para obtener estos beneficios.

En el Ministerio de Relaciones Laborales el trabajador debe conocer sobre los beneficios del trabajador en el momento de prestar sus servicios en cualquier Institución sea Pública o Privada y que es lo que bebe hacer en caso de incumplimientos de pagos o maltratos físicos y psicológicos en contra de él.

Ministerio de Agricultura y Ganadería darán a conocer sobre las funciones que la Institución desempeña para la sociedad, para mejorar la calidad de vida de los agricultores y ganaderos del cantón y sus parroquias.

3.10. ESTRATEGIA V: Implementación de sillas adecuadas en la sala de espera en las Instituciones Públicas.



La aplicación de esta estrategia es muy importante para demostrar la imagen corporal de la Institución, además el cliente que espera debe sentirse cómodo que se adapte a su cuerpo y de alguna forma debe mantenerse entretenido, es por ello que hemos propuesto anteriormente que debe existir un televisor para el entretenimiento del usuario.

Las mismas que deben ser instalados en un lugar adecuado para lograr la satisfacción del cliente, así también se logrará mejorar la calidad del servicio.

3.10.1. Ventajas

- Flexibilidad de uso
- Cliente motivado
- Mejor servicio
- Comodidad del cliente

3.11. ESTRATEGIA V: La creación de juegos infantiles para la atracción de los niños.



Para lograr esta Estrategia la Institución debe buscar un lugar pequeño que sea adecuados para la implementación de juegos infantiles como puede ser: juguetes livianos y pequeños para niños/as, pelotas inflables, muñecas de porcelanas, peluches de algodón, etc.

Con esta Estrategia se motivará a los clientes que asisten a cada institución, especialmente a madres con niños/as menores de 10 años, se plantea esta estrategia con el propósito de lograr que los niños/as puedan distraerse con la finalidad de no incomodar a sus madres hasta el momento de recibir la atención respectiva.

3.11.1. Beneficios de juegos infantiles.

- Comodidad de las madres de familia.
- Tranquilidad
- Motivación
- Conformismo
- Entretenimiento.



3.12. ESTRATEGIA VI: Implementación del botellón con agua.



El botellón de agua es primordial dentro de cada Institución que debe ser colocado en la sala de espera de cada departamento que permitirá al cliente entusiasmar su actitud en la oficina en la que se encuentra, de la misma manera se sentirá relajado y recibido con cordialidad y consideración merecido.

Con esta estrategia se alcanzará mantener calmados a los clientes de la misma manera se ofrece un servicio incondicional y diferente a la actualidad que vivimos.

3.12.1. *Ventajas*

- Mejora su estado de ánimo.
- Tranquiliza la desesperación
- Ayuda a tener un organismo saludable.
- Se logra mejorar la atención al cliente
- Permite la confiabilidad con la Institución
- Se obtiene la comodidad del cliente

3.13. *ESTRATEGIA VII: La contratación del personal con conocimiento en idioma Quíchua e Inglés.*



En la actualidad existen instituciones que no cuentan con el personal con conocimientos en idiomas mencionados anteriormente, razón por la cual hay personas que reciben la información distorsionada, por ende realizan trámites incoherentes, es decir que no tienen nada que ver con lo solicitado, esto es ocasionado por la falta de comprensión y entendimiento, ya que en muchos casos asisten personas quichua hablantes y extranjeros que no tienen suficientes conocimientos del idioma español, motivo por el cual hemos visto la necesidad de

implementar esta estrategia con el fin de mejorar el servicio, del mismo modo realizar los trámites acorde a sus necesidades.

3.13.1. Objetivos del idioma Quichua.

- Mantener activa la lengua nativa de los indígenas
- Fomentar el idioma para el buen vivir de la ciudadanía.
- Transmitir información clara a los clientes de quichua hablantes
- Promover el aprendizaje a los jóvenes actuales.
- Dar a conocer la importancia de la lengua a toda la sociedad.

3.13.2. Objetivos del idioma Inglés.

- Elaborar documentos de convenios u otros de gran importancia a los países extranjeros.
- Comprender el dialogo de manera precisa.
- Transmitir información adecuada al cliente extranjero.
- Practicar de manera constante el idioma para lograr mayor conocimiento del mismo.

3.13.3. Ventajas

- Permite lograr la información clara a los clientes quichua hablantes y extranjeros.
- Mejora la interrelación entre clientes y empleados de la institución.
- Por medio de ella mejora la calidad de servicio para todo tipo de cliente
- Brinda la misma atención que se merecen a todos y logran ser satisfechos por igual.

3.14. *ESTRATEGIA VIII: La atención al cliente, envío de información por correo electrónico.*



Esto es muy importante para las personas que trabajan en diferentes instituciones sean públicas o privadas que no tienen la facilidad de acceder directamente a las instituciones en cual van a realizar sus trámites correspondientes, para ello el cliente debe contar con su correo electrónico en donde puedan informarse inmediatamente de cualquier parte de la ciudad o cantón.

Esta se aplicará en las siguientes Instituciones:

GAD Municipal del Cantón Latacunga, Consejo Nacional Electoral, Servicio de Rentas Internas, Registro Civil, Corporación Nacional de Telecomunicaciones, Ministerio de Relaciones Laborales y Ministerio de Agricultura y Ganadería. Esta estrategia ayudará al empleado a evitar el exceso de clientes en su oficina por medio de ello podrá enviar la información requerida por el usuario con la finalidad de mejorar el servicio.

3.14.1. *Ventajas*



- Reduce tiempo y esfuerzo tanto para el cliente como para el servidor público.
- Reduce costos el cliente.
- Acceso a la información inmediata para el cliente.
- Evita contratiempos en la jornada laboral del cliente.

3.15. *ESTRATEGIA IX: Motivación al personal administrativo para una mejor atención al cliente.*

Estas actividades pueden ser:

La mañana deportiva	El juego del amigo secreto.	Un día de campo.	Organizar programas especiales.
			

Con estas actividades se logrará fomentar el trabajo en equipo que en muchas instituciones no se practican, razón por la cual no existe la relación interpersonal entre compañeros, reflejando un malestar en cliente que llega a las oficinas públicas en busca de información para sus trámites diarios.

De esta forma se logrará mejorar la actitud del empleado, demostrando responsabilidad, seguridad en su desempeño laboral para una mejor imagen corporativa de la institución pública.

3.15.1. Beneficios

- Previene el estrés laboral
- Cambia la actitud positiva del personal administrativo
- Mantiene motivado al personal
- Logra fomentar el trabajo en equipo
- Se mantiene relajados para cumplir con su labor diario.

3.16. ESTRATEGIA X: Aplicar las encuestas de buena atención a los clientes mediante el acceso a la información por Internet.



Para dar cumplimiento a las encuestas y sugerencias emitidas por los clientes las instituciones debe elaborar preguntas de buena atención al cliente y subirlas al sistema, de esta manera el cliente para el acceso a la información requerida primero debe calificar el tipo de servicio que ofrece el personal administrativo, una vez evaluado debe enviar los resultados al mismo sistema para poder observar y dar seguimiento sobre las falencias que existen y mejorarlos si es necesario, luego de ello el usuario podrá acceder con facilidad a la información buscada.

Para cumplir esta herramienta el servidor público debe dar a conocer al cliente la manera de ingreso al sistema de evaluación, que se realizará a través de cualquier medio de comunicación o redes sociales para concienciar la estrategia establecida.

3.16.1. Pasos para la aplicación de las encuestas.

- Las encuestas deben ser no más de 3 preguntas.
- Las preguntas deben ser cortas y claras.
- Al finalizar el empleado debe agradecer por su colaboración.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Al finalizar el trabajo investigativo en las Instituciones Públicas de la ciudad de Latacunga relacionados con las Estrategia para mejorar el Servicio al Cliente, se concluye lo siguiente:

4.1. Conclusiones

- ❖ Para el presente trabajo investigativo partimos desde la fundamentación teórica, las categorías fundamentales y el marco teórico, que fueron los puntos de partida de esta indagación, misma que permitió llevar a cabo cada uno de los capítulos necesarios para el desarrollo de la propuesta.
- ❖ La metodología de la investigación permitió obtener información y datos importantes, en la cual se observó las falencias que existen en el Servicio al Cliente, por ende las Instituciones Públicas y Hospitales de la ciudad de Latacunga se encuentran en un bajo nivel de satisfacción al usuario, para lo cual deberán asumir los cambios necesarios mediante un mejoramiento continuo de sus actividades, a través de las Estrategias.
- ❖ En el diseño de la propuesta se procede a realizar el tema planteado, de acuerdo al análisis de las encuestas aplicadas que dieron como resultado un servicio insatisfactorio, otorgado por el personal administrativo de las Instituciones Públicas de la ciudad de Latacunga.
- ❖ Las Estrategias son herramientas claves para el Servicio al Cliente, pues a través de ella se conocerá los resultados positivos, así también ampliará la confianza al cliente interno y externo de las Instituciones Públicas y Hospitales.

4.2. Recomendaciones

Después de haber concluido el trabajo investigativo, recomendamos que:

- ❖ Transmitir la imagen positiva de las Instituciones Públicas de la ciudad de Latacunga a través del cumplimiento de funciones en las diferentes dependencias, tomando en cuenta temas de gran relevancia que consta en el primer capítulo.
- ❖ Dar un seguimiento a las estrategias propuestas para cumplir la meta propuesta y por ende la visión de la Institución.
- ❖ Las estrategias propuestas deberán ser consideradas como una herramienta fundamental dentro de las Entidades Públicas, que garanticen el desarrollo de actividades adecuadamente para la mayor satisfacción de los clientes, de esta manera resolver los requerimientos de los usuarios que son el eje fundamental de la Institución.
- ❖ Poner en práctica las estrategias planteadas que servirán de gran ayuda para el mejoramiento del servicio al cliente en las Instituciones Públicas y Hospitales de la ciudad de Latacunga.

5. BIBLIOGRAFÍA

5.1. BIBLIOGRAFÍA CITADA

- ✓ Chavenato, Idalberto. Relaciones Humanas; Primera edición. (2013). (pág. 86)
- ✓ López, Flores Alejandro. Relaciones Humanas, Décima edición. (2012). (pág. 18).
- ✓ M, Louis. Relaciones Públicas su Administración en las Organizaciones. Tercera edición; México: Trillas. (2011). (pág. 13)
- ✓ El Webster New International Dictionary. Relaciones Públicas. primera edición ecuatoriano. (2011). (pág. 12)
- ✓ Relations News, Public. Relaciones Públicas. primera edición ecuatoriano. (2011). (pág. 13)
- ✓ Exupéry, Antoine. Habilidades de la Comunicación. Tercera edición, Francia. (2013). (pág. 10)
- ✓ Watzlawick, Paul. Habilidades de la Comunicación. Primera edición; California. (2013). (pág. 10)
- ✓ Mateus Laura, Londoño. Habilidades de la Comunicación. segunda edición; Bogotá. (2009). (pág. 127)
- ✓ Langton, Raymond. Servicio al Cliente. Segunda edición, New York. (2010). (pág. 1)
- ✓ Hoffman, Douglas y Bateson, John. Marketing de servicios: conceptos, estrategias y casos. Cuarta edición. (2011). (pág. 28)

- ✓ Zeimthal, Valarie. Bitner, Mary Jo y Gremler, Dwayne. Servicio al Cliente. Cuarta Edición, California. (2009). (pág. 81)
- ✓ Uribe Macías, Mario. Estrategias para mejorar el Servicio al Cliente. Primera Edición; Colombia. (2011). (pág. 13)
- ✓ Figueroa, E. Quién se llevó a Mi Cliente. Edición, ilustrada. (2009). (Pág. 7)

5.2. BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- ✓ León, Mauricio. Gestión de Relaciones Humanas. Séptima Edición; Argentina. (2009). (pág. 4-5).
- ✓ Ríos Szalay, Jorge. Relaciones Públicas su Administración en las Organizaciones. Tercera edición; México: Trillas. (2011). (pág. 2-15).
- ✓ Melgar, José María. Las Relaciones Públicas en la administración de las empresas contemporáneas. Primera Edición; Argentina. (2009). (pág. 8).
- ✓ Méndez, Julio César. La administración, la calidad personal y la calidad en el servicio al cliente. Segunda Edición; Argentina. (2009). (pág. 43)
- ✓ Peralta, Weimar Manuel. Estrategia de servicio al Cliente. Argentina. (2009). (pág. 13)
- ✓ Orejuela, Eduardo. Importancia del estudio de las Relaciones Humanas. (2010). (pág. 25)
- ✓ Firtzen, José Silvino. Gestión de Relaciones Humanas. (2010). (pág. 16)
- ✓ Nielander, William A. y MILLER, Raymond, Importancia de la función de Relaciones Públicas. (2009). (pág. 25)
- ✓ Castillo, Esparcía Antonio. Imagen Empresarial. (2010). (pág. 12)
- ✓ Londoño, Claudia. La Comunicación como proceso. (2011). (pág. 56)

- ✓ Castillo, Antonio. Importancia de la comunicación. (2009). (pág. 8)
- ✓ Sanches Molinelli, Paola. Comunicación interpersonal. (2010). (pág. 16).
- ✓ Gómez, E. Importancia del Servicio al Cliente. (2009). (pág. 17)
- ✓ Anierte, Antonio. Características del Servicio al cliente de Calidad. (2013). (pág. 28)

5.3. PÁGINAS ELECTRÓNICAS

- ✓ Demand M., Kay Miranda. Objetivos del servicio al cliente. Houston Texas: Disponible en: <http://pyme.lavoztx.com/cules-son-buenos-objetivos-del-servicio-al-cliente-4674.html>
- ✓ Cous P., Renata. Atención al cliente. España. Eds. Primera, 2004. Disponible en:

http://www.ideaspropiaseditorial.com/documentos_web/documentos/978-84-96578-38-8.pdf
- ✓ Puello F., Osvaldo. Estrategias de Servicio. Holanda. 2008. Disponible en:<http://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/2216/Estrategia%20del%20servicio.pdf?sequence=1>
- ✓ Veloz C., Diosda. Atención al cliente. 2009. Disponible en: <http://www.slideshare.net/DIOSDAVELOZ/atencin-al-cliente-1187367>
- ✓ Ayala A., Jean Marie. Taller Atención al Cliente. 2014. Disponible en: <http://ponce.inter.edu/html/retencion/Taller%20de%20Servicio%20al%20Cliente.pdf>
- ✓ Sánchez M., Paola. La Comunicación. 2011. Eds. 2008. Disponible en: http://comunicacion-ma.blogspot.com/2011/06/actividades_14.html

AÑEXOS

Anexo 1. Entrevista

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS



CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO GERENCIAL ENTREVISTA A APLICARSE AL PERSONAL QUE LABORA EN LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.

OBJETIVO

Obtener información clara sobre el problema que existe en ofrecer el servicio al cliente en las Instituciones Públicas de la ciudad de Latacunga.

- 1. ¿Ha recibido alguna capacitación sobre servicio al cliente?**
- 2. ¿Cree usted que es necesario implementar un programa de capacitaciones dirigidas al personal administrativo sobre temas del servicio al cliente?**
- 3. ¿Ha tenido alguna dificultad al momento de atender al cliente?**
- 4. ¿Qué estrategias cree que sería importante plantear para que la atención sea eficiente y eficaz?**
- 5. ¿Qué ha hecho usted para ofrecer un servicio de calidad a los clientes?**

Anexo 2. Encuesta

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS



CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO GERENCIAL

ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS PACIENTES DEL HOSPITAL DEL IESS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA

OBJETIVO

Determinar el tipo de servicio mediante una encuesta a los clientes de las Instituciones Públicas de la ciudad de Latacunga, para conocer las falencias que existen en cuanto a la atención.

INSTRUCCIONES

Lea detenidamente cada uno de las preguntas y conteste apegados a la verdad porque es de carácter confidencial y de carácter educativa.

ENCUESTA

ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS CLIENTES DE LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.

1. ¿Con qué frecuencia asiste usted a las Instituciones Públicas?

- Diario
- Semanal
- Mensual
- Nunca

2. ¿La atención que recibió en las Instituciones Públicas fue?

- Excelente
- Muy buena
- Buena
- Regular

3. ¿Cree usted que el servicio que brinda las Instituciones Públicas son?

- Oportuna
- Eficiente
- Deficiente

4. ¿Estaría de acuerdo que el Recurso Humano de las Instituciones Públicas reciban capacitaciones en?:

- ❖ Atención al Público
- ❖ Relaciones Humanas

5. ¿Está usted satisfecho con el servicio que ofrece el personal administrativo que labora en las Instituciones Públicas?

- SI NO AVECES

6. ¿Considera Ud. Que el cliente externo es el más importante para la Instituciones Públicas?

SI NO

7. ¿Ha visto usted que el personal que labora cumple con los horarios establecidos?

SI NO

8. ¿Usted opina que el Recurso Humano que labora en las Instituciones Públicas tienen suficientes conocimientos sobre la atención al cliente?

SI NO

9. ¿Cree usted que las sugerencias emitidas por los clientes son analizados oportunamente por las autoridades de las Instituciones Públicas?

SI NO

10. ¿Cree usted que el personal que labora en las Instituciones Públicas cumplen a cabalidad sus funciones?

SI NO

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 3. Ficha de Observación

FICHA DE OBSERVACIÓN

<p>UNIVERSIDAD COTOPAXI</p>  <p>TÉCNICA DE</p>		
<p>“ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE EN LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA”.</p> <p>Nombre de la Institución.....</p>		
<u>INDICADORES DE EVALUACIÓN</u>	<u>CALIFICATIVOS</u>	
	<u>SI</u>	<u>NO</u>
Existe una buena atención al cliente en las Instituciones Públicas.		
Cuantos clientes atienden diariamente las Instituciones Públicas.		
Es adecuado la sala de espera para la atención al cliente.		
Existe una comunicación clara y precisa para la atención al cliente.		
Se debería aplicar las estrategias para mejorar el servicio al cliente.		