



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

TEMA

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD AL SERVICIO DEL CLIENTE Y PROTOCOLO
INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
MUNICIPAL DEL CANTÓN SAN MIGUEL DE URQUQUÍ”**

Proyecto de investigación previo a la obtención del Título de
Licenciada en Secretariado Ejecutivo en Español

Autora: Deysi Vanessa Arias Fernández

Director: Msc. Guadalupe Andrade

Ibarra-2019



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100411879-8		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Arias Fernández Deysi Vanessa		
DIRECCIÓN:	Urcuqui, Parroquia Tumbabiro, barrio Chiriyacu		
EMAIL:	dvariasf@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	062934213	TELÉFONO MÓVIL:	0988529219

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD AL SERVICIO DEL CLIENTE Y PROTOCOLO INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN URUCUQUÍ
AUTOR (ES):	Arias Fernández Deysi Vanessa
FECHA: DD/MM/AAAA	2019/07/30
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciada en Secretariado Ejecutivo en Español
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. Guadalupe Andrade

2. CONSTANCIAS

La autora Amaya Benítez Katerine Alejandra manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 30 días del mes de Julio de 2019

EL AUTOR:

(Firma) 

Nombre: Arias Fernández Deysi Vanessa

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

En calidad de Director de trabajo de grado presentado por la señorita Deysi Vanessa Arias Fernández, para optar por el Título de Licenciada en Secretariado Ejecutivo en Español, cuyo temas es: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD AL SERVICIO DEL CLIENTE Y PROTOCOLO INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN SAN MIGUEL DE URCUQUÍ", considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometida a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 25 días del mes de julio dos mil diecinueve.



Msc. Guadalupe Andrade

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **DEYSI VANESSA ARIAS FERNÁNDEZ**, con cédula de identidad Nro. 1004118798 declaro bajo juramento que el trabajo de grado titulado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD AL SERVICIO DEL CLIENTE Y PROTOCOLO INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN SAN MIGUEL DE URCUQUÍ”** ha sido desarrollada mediante una investigación minuciosa, respetando derechos intelectuales de terceros, sus referencias bibliográficas se incluyen en este documento.

Todo efecto académico y legal que se desprende de la presente investigación será de mi entera responsabilidad.



DEYSI VANESSA ARIAS FERNÁNDEZ

C.I.: 1004118798

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por haberme dado la fuerza necesaria para poder cumplir con mis metas, a mis padres y hermano que fueron mi mayor inspiración para realizar este trabajo, que, con su amor, esfuerzo, sacrificio me apoyaron en cada paso durante toda mi preparación como profesional y como persona, gracias a ellos me siento una nueva profesionl. A toda mi familia mil gracias por todas esas palabras de aliento y esperanza, de que en esta vida todo es posible.

Deysi Vanessa Arias Fernández

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradezco a Dios por darme esta gran oportunidad de vida de poder formarme como profesional. A mis padres y mi hermano que han estado ahí cada instante con sus consejos y apoyo incondicional, por todas las fuerzas que me transmitieron en cada momento difícil.

Gracias a todos mis docentes de la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología FECYT por brindarme todos sus conocimientos necesarios.

Deysi Vanessa Arias Fernández

RESUMEN

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Miguel de Urcuquí se encuentra ubicado en la provincia de Imbabura. Su misión es impulsar el desarrollo social, étnico, cultural, económico y ético del cantón, que coordina y facilita los esfuerzos y talentos humanos, mediante la planificación, organización, dirección y control de los procesos político-administrativos orientados a satisfacer las aspiraciones y necesidades ciudadanas. El presente trabajo se realizó con el objetivo de brindar y proponer a todo el personal que trabaja en la institución un manual técnico que permita ofrecer un protocolo de una mejor calidad de servicio y cuidado de la imagen personal e institucional. El manual permitirá seguir los lineamientos determinados para diferentes situaciones que ayuden en el mejoramiento de la imagen institucional y un desempeño eficiente de todos los empleados que lo implementen en sus actividades diarias. El presente trabajo es de vital importancia para una entidad pública, porque es la carta de presentación que implicará en el servicio que se presta a la población; la imagen y etiqueta que se proyecta en todos los tipos de eventos que realice o participe la institución.

PALABRAS CLAVES:

ATENCIÓN, CLIENTE, PROTOCOLO, INSTITUCIÓN, NORMAS.

ABSTRACT

The Autonomous Decentralized Government of Urcuquí, is located in the province of Imbabura. Its mission is to promote the social, ethnic, cultural, economic and ethical development of the canton, which, through the planning, organization, direction and control of political-administrative processes aimed at satisfying aspirations and needs citizens. The present work was carried out with the objective of offering and proposing to all the personnel working in the institution a technical manual that allows offering a protocol of a better quality of service and care of the personal and institutional image. The manual will allow following the institutional image. The manual will allow to follow the guidelines determined for different situations that help in the improvement of the institutional image and an efficient performance of all the employees that implement it in their daily activities. The present work is of vital importance for a public entity, because it is the letter of presentation that will imply in the service that is provided to the population; the image and label that is projected in all types of events that that institution carries out or participates.

KEY WORDS

ATTENTION, CLIENT, PROTOCOL, INSTITUTION, RULES.

ÍNDICE GENERAL

AUTORÍA	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN	vii
PALABRAS CLAVES:.....	vii
ABSTRACT	viii
KEY WORDS	viii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
INTRODUCCIÓN.....	12
CAPÍTULO I.....	15
1. Marco teórico.....	15
1.1 Fundamentación filosófica.....	15
1.2 Fundamentación sociológica.....	15
1.3 Fundamentación legal.....	16
1.4 Servicio del cliente.....	17
1.4.1 Características de la Atención.....	18
1.4.2 Manifestaciones del cliente	19
1.4.3 Cliente elemento vital de cualquier empresa.....	20
1.4.4 Clasificación de los clientes	20
1.4.5 Servicio al cliente definición y características	21
1.4.6 La Calidad del servicio al cliente	22
1.4.7 Beneficios para alcanzar la satisfacción del cliente	22
1.4.8 Elementos para brindar servicios con calidad.....	23
1.4.9 Etapas de la atención al cliente	25
1.4.10 El servicio como factor clave del éxito.....	26
1.4.11 Factores de la atención al cliente	27
1.4.12 Control y análisis de la satisfacción al cliente.....	29
1.4.13 El público y la empresa	30
1.4.14 Planificación y organización de la atención al cliente	31
1.4.15 La atención de quejas	32
1.5 El protocolo.....	32
1.5.1 Protocolo institucional	33

1.5.2 Protocolo social.....	34
1.5.3. Protocolo oficial.....	35
1.5.4 La etiqueta.....	35
1.5.5 La etiqueta social.....	36
1.5.6 Las precedencias.....	36
1.5.7 El Glamour.....	36
1.5.8 El comportamiento personal.....	37
1.5.9 El comportamiento en el área laboral.....	37
1.5.10 Comportamiento en el área social.....	38
1.5.11 ¿Qué es imagen?.....	38
1.5.12 Importancia de la imagen.....	39
1.5.13 Imagen institucional.....	39
1.5.14 Símbolos del Estado.....	40
1.5.15 Escudo.....	40
1.5.16 Bandera de Ecuador. Protocolo.....	41
1.5.17 Otras banderas oficiales.....	41
1.5.18 Himno Nacional.....	42
1.5.19 Municipalidad definición.....	42
1.5.20 Municipio de Urququí.....	43
1.5.21 Servicios públicos municipales.....	44
CAPÍTULO II.....	47
2. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	47
2.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	47
2.1.1 Investigación de Campo.....	47
2.1.2 Investigación Descriptiva.....	47
2.1.3 Investigación Documental.....	48
2.2 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	48
2.2.1 Método inductivo.....	48
2.2.2 Método deductivo.....	48
2.2.3 Método estadístico.....	49
2.2.4 Método analítico.....	49
2.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	49
2.3.1 Encuesta.....	49

2.3.2 Entrevista.....	49
2.4 Matriz de relación	49
2.5 Población.....	52
2.6 Muestra	52
2.6.1 Cálculo de la Muestra.....	52
3. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	55
3.1 ENCUESTA APLICADA A LOS FUNCIONARIOS DEL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN URCUQUÍ.	55
3.2 ENCUESTA APLICABLE A LOS USUARIOS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN URCUQUÍ.	61
3.3 ENTREVISTA APLICADA AL SEÑOR ALCALDE Y CONCEJALES DEL GOBIERNO DEL GOBIERNO AU´TONOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN URCUQUÍ.	67
4.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA	71
4.2. Justificación e Importancia	71
4.3 Objetivos.....	72
4.3.1 Objetivo General	72
4.3.2 Objetivos Específicos.....	72
4.4 Ubicación Sectorial y Física.....	73
4.5 DESARROLLO DE LA PROPUESTA	74
CARACTERÍSTICAS EN UN EVENTO DE CARÁCTER INSTITUCIONAL.....	46
4.6 IMPACTOS	75
REFERENCIAS	66
Bibliografía.....	69
ANEXOS	78

INTRODUCCIÓN

La Universidad Técnica del Norte a través de la carrera de Secretariado Ejecutivo en Español realizó un Estudio de Factibilidad al Servicio del Cliente y Protocolo institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Miguel de Urququí. En Ecuador, los gobiernos municipales son instituciones seccionales, que han sido creados de manera descentralizada para que ejerzan y cumplan los deberes y fines del Estado, que, de acuerdo con la Constitución de la República, propone garantizar la vida, libertad, justicia, seguridad, paz y el desarrollo integral de las personas.

El presente trabajo se centró en realizar un estudio de factibilidad orientado a conocer el servicio a la ciudadanía en la Municipalidad, proporcionará una oportunidad de mejorar en la atención del servicio a las personas. De la misma manera crear un manual que contenga una normativa de autoridades, usos y costumbres de actos oficiales, creando un ambiente de trabajo más favorable para potenciar la imagen y servicio de dicha entidad. La razón principal por la que se realiza este trabajo es comprobar la atención a las personas y el adecuado uso de los símbolos patrios, normas, costumbres y precedencias de las autoridades en el GADMU.

Urququí está localizado en la provincia de Imbabura. Su cabecera cantonal es la ciudad de Urququí. Cuenta con sus respectivas parroquias como son: San Blas, Tumbabiro, Pablo Arenas, Cahuasquí y La Merced de Buenos Aires. Alberga a la ciudad del Conocimiento Yachay. Su fecha de cantonización fue el 9 de febrero de 1984.

El deficiente conocimiento de las normas ha generado que se descuide un buen perfil institucional y se de poca importancia a ese aspecto, sumado a esto la insuficiente paciencia, poca tolerancia, inestabilidad emocional y baja autoestima, que han sido los factores principales que influyen al momento de brindar una buena o mala atención, esto ha inducido que el usuario muestre desconfianza e inseguridad ante el servicio que recibe.

Como objetivo principal se plantea establecer los principales aspectos que inciden en el Servicio del Cliente y Protocolo Institucional de la institución. Con el propósito de mejorar la imagen institucional de evaluar la satisfacción del usuario de los servicios brindados en las oficinas de la municipalidad, establecer si se sigue alguna técnica para la atención al cliente, en la Municipalidad de Urcuquí, Determinar si existen programas de capacitación para la atención al cliente en la Municipalidad de Urcuquí, identificar el desempeño profesional, así como la aplicación del protocolo institucional, en el uso de los símbolos del estado, normas, usos y costumbres; y describir la imagen que tienen los funcionarios de la Municipalidad de Urcuquí.

Se aplicó la investigación de campo, donde se pudo visitar el lugar y ampliar la información, que permitió tener mayor precisión en los datos obtenidos. La descriptiva, permitió brindar una solución al problema y describir todas y cada una de las actividades q se realiza en la institución. La documental, nos facilitó la búsqueda de contenidos; métodos: deductivo, que ayudo a establecer las conclusiones; inductivo, se utilizó al momento de realizar la observación en la recolección de datos; estadístico, consistió en una serie de procedimientos para el manejo de datos reales y analítico, permitió

descomponer la situación en sus partes para analizarlas y comprenderlas. Las encuestas y entrevistas fueron dirigidas a los funcionarios y usuarios del GADM-U.

Por tal motivo, se evidencia la necesidad de crear un manual técnico que contenga información específica de la correcta forma de brindar servicio a la ciudadanía y un buen protocolo institucional en base a normativas convencionales e imagen personal en las diferentes actividades de atención, servicio y participación de los funcionarios, empleados y colaboradores del GADMU que les permita actuar de forma apropiada.

Se lo realiza partiendo de reglas básicas sobre imagen personal, protocolo y etiqueta que faciliten: las relaciones institucionales, mejoren la atención al cliente, efectivicen el manejo de información, agiliten la administración de recursos, innoven la imagen corporativa y coordinen eficientemente la organización de eventos institucionales.

Todos los funcionarios, empleados y colaboradores deben mantener un correcto accionar en su organización para satisfacer las necesidades del cliente a través de un trato cordial manteniendo su imagen limpia y ordenada con un ambiente de presentación impecable para la institución.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1 Fundamentación filosófica.

En el Módulo de Filosofía, de (Montero, 2011) afirma que: El interés de la sociedad está orientado esencialmente a potenciar las capacidades de los seres humanos al desarrollo, socialización y discusión alrededor de los derechos, deberes con los que cuentan los ciudadanos, así como los valores humanos y cívicos, fundamentales para la convivencia armónica en comunidad.

Según, (Chiluiza, 2015). La presente investigación se fundamenta en el proceso de construcción del conocimiento que va dirigido al desarrollo de un pensamiento al servicio de la ciudadanía, por medio del cumplimiento de métodos organizacionales prácticos que se reflejan con: los principios, imagen y protocolo que rigen y direccionan la Administración de los Gobiernos Cantonales.

La construcción del conocimiento se basa en el desarrollo de métodos que ayudan a mejorar varios aspectos de la ciudadanía en el ámbito económico social, cultural entre otros, construyendo bases ético moral que ayudan a mejorar básicamente la atención al cliente. Con la implementación de métodos en la organización se mejora totalmente la imagen y se minimiza tiempos, coordinando y promoviendo buenas prácticas a base de protocolos que se deben seguir y respetar para que todo se efectúe sin ningún inconveniente. Se debe poner en práctica los buenos hábitos de seguir el protocolo para así mejorar la dirección y administración de los Gobiernos Cantonales.

1.2 Fundamentación sociológica.

Según, (Lima X. , 2013). En las instituciones se aplicará un modelo de construcción social debido que las personas solo con educación no pueden actuar en sociedad. Un individuo no es solo, educación, amabilidad, formación o cultura, un individuo está formado por todos esos elementos,

que unidos hacen que un individuo sea completo y capaz. Al momento de hablar debe tener cuidado, utilizar un correcto vocabulario. Saber callar a tiempo es preciso. La manera apropiada de caminar, de vestir y pararse frente a los demás es indispensable. Debemos tener en cuenta siempre en la vida que se puede ser rico, culto e inclusive ser un genio, pero todos somos personas y se debe tener un comportamiento adecuado con los demás.

El modelo de construcción social ayuda a que las personas logren ser capaces de interactuar con los demás según el ámbito en el que se encuentren, utilizando un vocabulario correcto y respetando su tiempo de intervenir en la conversación. Las personas deben ser capaces de adaptarse muy rápido al ambiente en el que se encuentra, de esta manera se aprecia la calidad de persona que es, no debe presentar una actitud predominante, debe ser apacible y abierto al diálogo demostrando su educación cultural y respeto por los demás.

1.3 Fundamentación legal.

Según, (Ecuador, 2008). Los gobiernos municipales tendrán las siguientes competencias exclusivas sin perjuicio de otras que determine la Constitución de la República del Ecuador. Aprobada en el año 2008. Art. 264 señala que las competencias exclusivas de los Gobiernos Descentralizados son planificar el desarrollo cantonal y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial, con el fin de regular el uso y la ocupación del suelo urbano y rural; Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo en el cantón; Planificar, construir y mantener la vialidad urbana; Prestar los servicios públicos de agua potable, alcantarillado, depuración de aguas residuales, manejo de desechos sólidos, actividades de saneamiento ambiental y aquellos que establezca la ley; Crear, modificar o

suprimir mediante ordenanzas, tasas y contribuciones especiales de mejoras; Planificar, regular y controlar el tránsito y el transporte público dentro de su territorio cantonal; Planificar, construir y mantener la infraestructura física y los equipamientos de salud y educación, así como los espacios públicos destinados al desarrollo social, cultural y deportivo.

La acción política del Ecuador esta direccionada al desarrollo de un marco de democracia, igualdad y respeto a los derechos humanos, donde el progreso y aumento sostenido de bienes y servicios en un determinado territorio, debe tener una acción de incremento equitativo del bienestar de las personas, en un lugar donde prevalezca la identidad cultural, se preserve la dignidad humana, el patrimonio natural y se fortalezca con la energía de los habitantes. Los deberes y atribuciones del Municipio estarán siempre determinados en la ley. Procurar el bienestar material de la colectividad y contribuir al fomento y protección de los intereses locales. Planificar el desarrollo físico del cantón y sus áreas urbanas y rurales y acrecentar el espíritu de nacionalidad, el civismo y la confraternidad de los asociados, para lograr el creciente progreso y la indisoluble unidad de la Nación.

1.4 Servicio del cliente.

Según, (Alonso, 2015). La atención al cliente es la que destina una organización con fines de lucro, para establecer contacto con sus clientes en actividades donde se relacionan con la empresa, asegurando que el cliente quede satisfecho con el servicio de excelencia brindado, ya que recibimos información por parte del cliente donde se evalúa la atención recibida por la empresa o institución.

Según, (Gallardo, 2014). Uno de los puntos notables que determina la competitividad y en muchos casos la permanencia en el mercado es la calidad de servicio. Ante este caso surge la necesidad de conocer las necesidades y expectativas del usuario. Entre las instituciones que aspiran a obtener una calidad de servicio son las de salud que es importante identificar aspectos que influyen en la calidad de servicio.

La importancia de la atención al cliente se basa en afianzar la relación empresa cliente manteniendo la confianza en las personas con sus actividades, la cual es medida mediante la evaluación al servicio prestado con la que se gana o se pierde totalmente al cliente. La atención al cliente siempre va encaminada a ganar y fidelizar clientes, por lo tanto, este servicio debe ser realizado por personas capacitadas en el área, porque del trato que reciba el cliente dependerá la prosperidad y la buena imagen de la institución. Cuando un cliente encuentra el producto que buscaba, y además recibe un buen servicio queda satisfecho y esa satisfacción hace que regrese y vuelva a comprarnos, y que muy probablemente nos recomiende con otros consumidores. Debemos evitar que el cliente sea mal atendido, y así que deje de visitarnos o pueda llegar a hablar mal de la institución, y más bien procurar que reciba un buen servicio al cliente, y así lograr su fidelización. El buen servicio debe estar presente en todo momento en donde haya alguna interacción con el cliente, desde el saludo del personal de seguridad que está en la puerta de la empresa.

1.4.1 Características de la Atención

Según, (Verdú, 2013). Para obtener una excelente atención al cliente se debe cumplir y acatar varias de estas para un servicio de calidad y son las siguientes:

- Debe cumplir sus objetivos.
- Debe servir para lo que se diseñó.
- Debe ser adecuado para el uso.
- Debe solucionar las necesidades.
- Debe proporcionar resultados.

Se debe tener en cuenta que, para una excelente atención del personal de una empresa o institución, debe estar debidamente capacitado en todo lo que se refiere a la atención al cliente, porque de esto depende la buena imagen de la institución. Por lo tanto, se debe tomar como algo importante la capacitación constante en la calidad de los servicios prestados para garantizar la fidelidad del cliente.

1.4.2 Manifestaciones del cliente

Según, (Montalvo Cisneros, 2018). Una manifestación del cliente es la queja la disconformidad con el producto recibido o un servicio adquirido. Las manifestaciones de disconformidad de las personas con los servicios recibidos, el funcionamiento de la institución. La queja es la oportunidad de mejorar y conocer las necesidades del cliente. Habiendo definido que el cliente es la parte fundamental de la empresa, sus opiniones, deben ser analizadas y tomadas en cuenta. Se debe asumir con una visión para mejorar el producto de acuerdo a las debilidades en el mercado.

Las quejas de los clientes son manifestaciones positivas que deben ayudar o impulsar a la empresa a mejorar su producto, logrando así ser competitivos en el mercado. Podemos llamar manifestación al encuentro público que muchas veces se desarrolla en marcha, quienes lo hacen es con el objetivo de protestar o reclamar algo, es importante

tener en cuenta que el derecho a manifestarse es uno de los pilares de regímenes democráticos.

1.4.3 Cliente elemento vital de cualquier empresa.

Según, (Montalvo Cisneros, 2018). Una de las partes fundamentales de la empresa son los clientes, porque de ellos depende que la empresa viva. Si los clientes no compran el producto de que viviría la empresa. La venta es el intercambio entre empresa cliente por un producto o servicio recibido, por lo tanto es muy importante satisfacer al cliente y ofrecerle un servicio de calidad.

Tener en cuenta de quienes son los clientes y el orden de sus necesidades e inquietudes que deben satisfacerse, es un movimiento crítico que determinará cómo debe proyectarse la empresa. El cliente es la base fundamental del crecimiento de la empresa y por el cual se puede obtener información valiosa para mejorar en el servicio prestado.

1.4.4 Clasificación de los clientes

Según, (Castellanos, 2018). Los clientes pueden ser externos, internos y final, sus características se explican a continuación:

- Cliente interno: El personal de la institución que trabajan en labores de administración, almacén, investigación, procesos productivos o dirección. Recibe insumos y le da un valor agregado para poder seguir realizando su trabajo.
- Cliente externo: Son los intermediarios que tienen una relación directa con la organización, se considera proveedores (lugar donde compra).
- El cliente final: Los usuarios del producto o servicio, quienes validarán todo cuanto de éste se diga o se anuncie.

Esta clasificación ayuda a planificar e implementar actividades con las que la institución pretenderá lograr los objetivos que son de vital importancia. Cabe señalar que cada objetivo necesitara diferentes niveles de esfuerzo y distintas cantidades de recursos. Y aunque parezca una clasificación demasiado obvia, se la puede considerar como decisiva para el éxito de una empresa y organización, especialmente esta se encuentra en mercados de alta competencia.

1.4.5 Servicio al cliente definición y características

Según, (Cervantes, 2017). Es conveniente diferenciar entre el producto por el que paga el cliente y el servicio que rodea a dicho producto. El servicio al cliente es todo lo relacionado a atender al cliente y a resolver sus inquietudes, sugerencias, dudas o reclamos. Es decir, es toda relación de contacto entre el cliente y la institución. Por lo tanto, el servicio al cliente es de vital importancia, ya que es el cliente el que examina y reconoce a la institución, establecimiento o destino por el servicio que ofrece.

Según, (Cervantes, 2017). Todos los clientes que asisten a una empresa sea esta pública o privada son importantes porque generan un valor distintivo a estas, por tal motivo se trata de mejorar la calidad en los productos o servicios que se ofrecen a los consumidores para satisfacer las necesidades de los clientes y conseguir el éxito de la empresa, para lograrlo se debe fomentar lo siguiente:

- **Transparencia:** Se debe ser claro y preciso al momento de ofertar el producto o servicio sin ocultar nada brindado toda la información sobre las ventajas y beneficios que ofrece para su satisfacción.
- **Honestidad:** Los consumidores desean encontrar en el producto o servicio lo que se les está ofreciendo sin esperar más o menos de lo contrario quedará insatisfecho consiguiendo que el cliente se aleje de la empresa.

- **Cumplimiento:** El servicio o producto que se oferta debe contener todo lo que se ofrece para conseguir la fidelidad del cliente.
- **Predecible:** Se debe cumplir con el cronograma establecido en la entrega o lanzamiento de los productos o servicios que se venden.

La parte fundamental de una empresa es la calidad del servicio que presta a sus clientes, enfocándose en las necesidades que él tiene y como lograr satisfacer todas ellas, para que así el cliente se sienta identificado con la empresa y su servicio, de esta forma se gana una buena publicidad con las demás personas.

1.4.6 La Calidad del servicio al cliente

Según, (FORETUR, s.f). Las empresas en la actualidad deben poseer un alto nivel en la calidad de los servicios que prestan a los clientes que los compran o contratan. El servicio es dar solución a un problema o la satisfacción de una necesidad. Todo el personal en sus diferentes niveles y áreas debe ser consciente de que el éxito de las relaciones entre la empresa y los clientes depende de la conducta y actitudes que las personas observen en la atención de las demandas.

La calidad de los servicios prestados por una empresa depende del compromiso de todos los niveles del personal de la empresa, garantizando de esta manera la calidad en todas sus áreas de atención. El servicio al cliente es considerado como un valor extra en el caso de los productos tangibles y por ello es la esencia en los casos de empresas de servicios.

1.4.7 Beneficios para alcanzar la satisfacción del cliente

Según, (Peñafiel Díaz, 2017). Como cliente recibir una calidad de servicio es muy importante y es un derecho de todos, más si es una empresa pública que tiene el compromiso de servir con

responsabilidad. Los tres grandes beneficios de brindar una excelente atención se mencionan a continuación:

- **Primer beneficio:** Un cliente satisfecho, por regla general, vuelve a comprar. Por tal motivo, la empresa gana como beneficio su lealtad y la posibilidad de venderle otros productos en el futuro.
- **Segundo beneficio:** Un cliente satisfecho comunica a sus familiares, amigos y conocidos sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tal motivo, la empresa gana como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza.
- **Tercer beneficio:** Un cliente satisfecho abandona a la competencia. Por tal motivo, la empresa gana como beneficio un importante lugar en el mercado.”

El saber satisfacer a los clientes por los servicios prestados traerá varios beneficios los cuales serán útiles para la empresa. La disminución en los índices de la satisfacción del cliente no siempre significa una disminución en la calidad de los productos o servicios; en muchos casos, es el resultado de un aumento en las expectativas del cliente.

1.4.8 Elementos para brindar servicios con calidad

Según, (Vallejos León, 2016). El Centro Nacional de Registros de Gerencia de Planificación Protocolo de Servicio al Cliente, los elementos para brindar un servicio con calidad son:

A continuación, se presentan los 10 componentes básicos del buen servicio, si no son bien aplicados es difícil conseguir la calidad de servicio.

- **Seguridad:** Inexistencia de peligros, riesgos o dudas.
- **Fiabilidad:** Destreza para realizar el servicio ofrecido de manera fiable y cuidadosa.

- **Capacidad de respuesta:** Habilidad para ayudar a los clientes y para proveerlos de un servicio rápido.
- **Profesionalismo:** Capacidad de demostrar las destrezas requeridas y conocimiento del proceso de prestación de servicios.
- **Cortesía:** Respeto, atención y amabilidad del personal de contacto.
- **Credibilidad:** Veracidad, creencia y honestidad en el servicio que se presta.
- **Accesibilidad:** Lo accesible y fácil de contactar.
- **Comunicación:** Mantener a los clientes informados, utilizando un lenguaje que pueden entender y escuchar.
- **Comprensión del cliente:** Hacer todo el esfuerzo de conocer a los clientes y sus necesidades.
- **Elementos intangibles:** Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales.

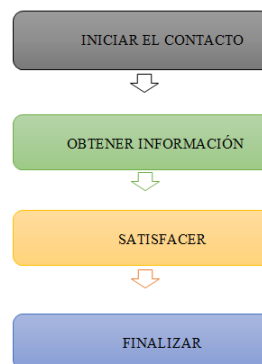
Una vez que se cumplan con estos componentes básicos, se podrá adicionar detalles extras que permitan obtener mayor nivel de satisfacción para los clientes. No solo es cuestión de brindar un servicio sino tener en cuenta muchos componentes que llevarán a un servicio de calidad. Si queremos alcanzar la excelencia de la empresa y mejorar la calidad del servicio prestado, debemos poner todo nuestro empeño en la satisfacción del cliente y estar abierto a la comunicación con el mismo, teniendo en cuenta que los empleados representan la línea de conexión con aquellos.

1.4.9 Etapas de la atención al cliente

Según, (Ateco, 2018). La atención al cliente se caracteriza como el conjunto de actividades agrupadas entre sí que responden adecuadamente a las necesidades del cliente. La sucesión de fases y comportamientos del proceso de atención al cliente se caracteriza como el aspecto fundamental en la percepción de la calidad del servicio.

La mayoría de las personas dan mucha importancia al trato recibido, siendo este la causa por la que las personas llegan alejarse de la institución o empresa, no, más por alguna falla o averigua del producto o servicio recibido. Por lo que es fundamental poner mayor énfasis en el cliente, hacerlo sentir parte de la institución y hacerlo ver que él es una persona muy importante ya que la institución depende del cliente, con esto se gana la fidelidad de la persona. A parte de hacerle sentir bien al cliente, se gana publicidad, porque aquella persona va a recomendar a todas las personas cercanas a él o ella visitar la institución.

Según (Clemente, 1996) A continuación, se definen el proceso de atención al cliente, definiendo los comportamientos a considerar en cada fase.



Fuente: Etapas de la atención al cliente
Elaborado: Deysi Arias

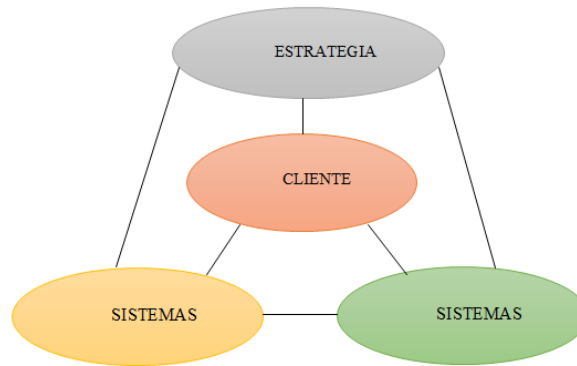
- **Etapa 1:** Iniciar el contacto. - Que el cliente se sienta atendido desde el principio del contacto, causándole una impresión positiva y creando la disposición para una relación agradable.
- **Etapa 2:** Obtener información. -Conocer y comprender las necesidades del cliente.
Para posibilitar su adecuada satisfacción, transmitiéndole que le escuchamos y que realmente nos interesamos por su petición.
- **Etapa 3:** Satisfacer la necesidad. –Facilitar las indicaciones oportunas y/o los elementos pertinentes para resolver la necesidad del cliente, o situarla en vías de solución.
- **Etapa 4:** Finalizar. –Asegurarse de que la necesidad ha sido resuelta (o situada en vías de solución), creando una sensación final positiva.

Se debe aplicar de forma adecuada este proceso de atención al cliente y la evaluación de los comportamientos de atención al cliente, para lograr conocer los logros alcanzados y de estar formas mejorar ciertos aspectos, donde la experiencia del cliente será indiscutiblemente mejor, para obtener la satisfacción del cliente y mejorar los resultados de la institución.

1.4.10 El servicio como factor clave del éxito

Según, (Albrecht & Bradford, 1998). La excelencia en el servicio es parte fundamental para el crecimiento de la empresa, para ganar la confianza de los clientes y que ellos mismos se encarguen de transmitir el buen servicio que ofrece la empresa, de esta manera se logra afianzar en un mercado muy competitivo.

A continuación, se presente el triángulo de cómo aplicar la filosofía de servicio.



Fuente: El servicio como factor clave del éxito
Elaborado: Deysi Arias

- **El cliente:** Persona que adquiere los bienes y servicios que ofrecemos, es a quien debemos identificar y conocer.
- **La estrategia:** Cuando se conoce al cliente tanto en su parte demográfica, como psicográfica, se establece la estrategia. La estrategia tiene dos lineamientos: Una interna que es el servicio y otra externa que es la promesa del servicio que se brinda a los clientes.
- **La gente:** Es el grupo de todas las personas que trabajan en la empresa. Las personas deben saber, comprender y comprometerse con la estrategia y la promesa de servicio.
- **Los sistemas:** La empresa define maneras para dirigir el negocio. Los sistemas se conectan con la estrategia del servicio. Se menciona cuatro tipos de sistemas que están presentes en toda organización: Sistema gerencial, Sistema de normas y procedimientos, Sistema técnico y Sistema Humano.

Las empresas o instituciones deben enfocarse siempre en la calidad de servicio que se presta al cliente, no se debe tomar como una obligación, al contrario, debe ser algo por lo que la empresa se caracteriza que es un servicio de excelencia, ganando de esta forma la

confianza de las personas. Un cliente satisfecho es un buen porta voz de información y por ende es algo que le viene bien a la empresa, que es publicidad gratis por un servicio de excelencia.

1.4.11 Factores de la atención al cliente

Según, (Sodexo, 2018). La atención al cliente es la manera en cómo se presta el servicio, pero se trata de prestar un servicio en donde se pueda enamorar al cliente. Una institución debe presentar un servicio de alta calidad que sea transmitido a sus clientes, estableciendo un lazo fuerte que beneficiará a la institución.

Para conseguir un servicio de excelencia se deben aplicar ciertos factores como son:

- **Sociabilidad:** Es la capacidad de interrelacionarse con las personas, entablar una conversación y demostrar un genuino interés en las personas.
- **Comunicación:** Se debe formar una buena comunicación con los clientes, tomando en cuenta las fortalezas de la empresa y los beneficios que se ofrece.
- **Honestidad:** Nunca se debe engañar al cliente, la expectativa que se vende al cliente debe ser cumplida en su totalidad.
- **Conocimiento del cliente:** Conocer al cliente, estar informado sobre sus actividades y gustos es una gran ventaja frente a otras empresas que oferten el mismo servicio.
- **Saber escuchar:** Estar siempre atentos, el cliente será quien evalué la excelencia de nuestro servicio, sabiendo escuchar sus sugerencias y quejas.
- **Ser creativo y efectivo:** Prestar soluciones novedosas y de forma rápida, de manera que sienta que la satisfacción de sus necesidades es tu prioridad.

- **Busca las respuestas:** En ciertas ocasiones el cliente no sabe bien lo que quiere, por lo que investigar y ofrecerles soluciones a sus inquietudes en la manera de mejorar el servicio de atención.

Con estos factores se trata de obtener un servicio de calidad en la empresa o institución, a través de una relación entre empresa y cliente que sea provechosa y duradera. La atención al cliente al ser parte fundamental de la prestación de un servicio toma como punto importante la satisfacción del cliente, donde él cliente quede conforme por la atención recibida. De esta forma crear un vínculo que perdure y que ayude a crecer la imagen de la institución. Un cliente no se lo gana con cantidad, si no, con calidad de atención brindada.

1.4.12 Control y análisis de la satisfacción al cliente.

Según, (Kotler, 2005). La satisfacción del cliente se define como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.

Según, (Thompson, 2005).La satisfacción del cliente está formada por tres elementos:

- **El rendimiento percibido:** Es el desempeño que recibe el cliente luego de haber sido atendido.
- **Las expectativas:** Son los anhelos que los clientes tiene al momento de conseguir algo.
- **Niveles de satisfacción:** Luego de realizada la adquisición de un producto o servicio, los clientes aprecian uno de éstos tres niveles de satisfacción:
 - **Insatisfecho:** Cuando el producto no alcanza las expectativas del cliente.

- **Satisfecho:** Cuando el producto coincide con las expectativas del cliente.
- **Complacencia:** Cuando el producto excede a las expectativas del cliente.

Según, (Kotler, 2005). De acuerdo con el grado de satisfacción del cliente, se puede apreciar el nivel de lealtad hacia una marca o empresa. Por dicho motivo, en la actualidad las empresas desean complacer a sus clientes mediante ofrecer solo lo que pueden entregar, y luego entregar más de lo que prometieron.

Para poder tener una mayor satisfacción en el cliente una de las mejores formas es siempre con un valor agregado que impacte de una forma positiva, que capte la atención de los productos o servicios que ofrece la empresa o institución. De esta forma llegar a obtener clientes fijos, por la satisfacción en la atención recibida, en donde se logra superar las expectativas del cliente. El mercado en la actualidad es muy competitivo, por lo que no se debe ofrecer o ilusionar al cliente con cosas que no se puede cumplir, con esto se obtiene un cliente insatisfecho y una mala imagen de la empresa. La satisfacción del cliente se ve reflejada después que este reciba un servicio de calidad, con el que se sienta totalmente satisfecho y que no quede como resultado un cliente inconforme por la atención recibida. Por ende, se debe tomar todas las medidas necesarias para lograr la satisfacción del cliente, y así ir ganando la confianza de las personas.

1.4.13 El público y la empresa

Según, (Luján, 2016). El tiempo es el factor que va a indicar en qué etapa de interacción estamos con el cliente. La etapa de adquisición es donde se tiene el primer contacto, donde se enfatizará parte del presupuesto para lograr que los consumidores adquieran nuestros productos y/o servicios. Después nos centraremos en la etapa de retención, monitoreando la inversión. Llegado a este punto

es cuando el esfuerzo debe ser mayor para lograr fidelizar al usuario. La experiencia adquirida será determinante para conseguir conservar esa relación que toda la empresa quiere conseguir.

La interrelación entre las personas y la empresa es la forma más eficiente de interactuar para conocer las necesidades y llegar con mayor facilidad al cliente. Existen varias etapas entre la relación público empresa, estas etapas ayudarán a determinar en qué estado de fidelidad se encuentra el cliente con la empresa, hasta llegar a constituir un vínculo inquebrantable, que será de vital importancia en el porvenir de la empresa.

1.4.14 Planificación y organización de la atención al cliente

Según, (González, 2018). Un factor importante del servicio al cliente es el progreso de una amplia base de clientes leales. Un plan de servicio al cliente es donde se examina profundamente las expectativas de la empresa, y dirige a la empresa por medio del proceso de llevar actividades de servicio al cliente y sus necesidades.

Crear un plan de servicio al cliente ayuda a ofrecer al cliente una experiencia altamente competitiva teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- Los clientes de la entrevista para poder obtener un profundo conocimiento de sus experiencias con tu empresa y sus competidores.
- Crear un análisis exhaustivo de sus operaciones actuales, centrándose en el elemento de servicio al cliente.
- Crear una tabla que muestre los factores más importantes descubiertos del servicio al cliente en sus entrevistas.
- Generar una lista de posibles estrategias para llevar sus operaciones con las expectativas de los clientes y las necesidades no satisfechas.
- Poner en práctica sus estrategias elegidas.

Un plan de servicio al cliente examina profundamente las percepciones y expectativas de una empresa, y guía a la empresa a través del proceso de llevar tus actividades de servicio al cliente con los clientes y sus necesidades. El servicio al cliente es un factor importante en el desarrollo de una amplia base de clientes leales.

1.4.15 La atención de quejas

Según, (Tschohl, 2008). Toda empresa u organización que quiera alcanzar un servicio de calidad debe contar con un servicio de atención a quejas. Las quejas nos ofrecen la oportunidad de corregir errores que, están presentes y que si el cliente no la manifiesta nunca hubiera sido del conocimiento de la empresa. Además, un sistema de servicio que incentiva y minimiza la presentación de quejas, tiende a aumentar sus beneficios. Porque los clientes que tienen la oportunidad de manifestar sus quejas a la institución presentan una menor propensión a cometer sus problemas en sus círculos sociales.

Es por esto por lo que toda institución debe contar con un procedimiento para atender de forma efectiva las quejas y reclamos de los clientes, se debe considerar los siguientes factores como básicos que se deben aplicar en todo momento: Saber escuchar, saber disculparse, saber preguntar y repreguntar, saber alinearse con el cliente, saber examinar opciones, saber otorgar compensación por el inconveniente ocasionado, saber personalizar.

1.5 El protocolo Institucional

Según, (Sánchez González, 2017). El protocolo institucional se refiere a una sucesión de normas administrativas que deben tener en cuenta las instituciones político-administrativas a la hora de proyectar su imagen. Es el derecho ceremonial de todas las instituciones político-administrativas. El protocolo institucional se base en el conjunto de normas, usos y costumbres que sistematizan los

símbolos del Estado y su utilización, las precedencias de las autoridades en actos oficiales, los honores que se deben rendir a las instituciones y representantes.

Toda institución tiene la obligación de llegar al cliente de la mejor manera por lo que es de mucha importancia el protocolo institucional que sirva de ayuda para mejorar la imagen y la calidad de servicio. El protocolo institucional marca las normas que se deben seguir para proyectar la mejor imagen de la institución en todo acto o ceremonia que se lleve a cabo.

1.5.1 El Protocolo

Según (Sánchez, 2017) En sentido estricto, se refiere al conjunto de normas, usos y costumbres jurídicas que establecen el orden a seguir de una celebración y/o realización de un acto oficial. En sí, el Derecho ceremonial del Estado. En cambio, en sentido amplio, se refiere a las normas relacionales o usos sociales de una cultura, normas que abarcan un grado más extenso de discrecionalidad.

La palabra protocolo puede ser utilizada en dos sentidos: en un sentido estricto y un sentido amplio. Es importante tener un protocolo que sirva para poder llegar y llenar la satisfacción del cliente logrando fidelidad en la marca o empresa. El protocolo ayuda a que todo se realice de la manera más efectiva y ordenada. Está formado por normas y reglas que deben cumplirse con cabalidad en toda organización e institución esto ayuda a resaltar la imagen y la etiqueta, de esta manera impactar a las personas en todo acto o ceremonia que se organice.

1.5.2 Protocolo social

Según, (Estate, 2005). Son las normas que se rigen en la vida diaria por la cortesía, y que no están escritas. El protocolo social abarca la conducta de las personas en cualquier lugar y son esenciales.

Según, (LICEO CULTURAL DE LAS AMERICAS, 2013). El protocolo social presenta las siguientes características para regirse en diversas situaciones en la vida social:

- Uso diario.
- Las personas que nos rodean y convivimos.
- Saludos; apretón de manos y besos.
- Expresiones corporales y orales.
- Autoridades y jerarquías.
- Manías: dedo meñique, palillos y chicles.
- Modales Puertas y transporte público.
- Educación: Puntualidad.
- A la mesa.

La mejor forma de relacionarse día a día entre personas es teniendo en cuenta un protocolo social. El protocolo social se basa en la vida cotidiana, no existen normas a las que se deba regir, lo que aquí importa es la educación y conducta de una persona hacia los demás y su capacidad de adaptarse a cualquier ambiente social.

1.5.3. Protocolo oficial

Según, (Sánchez González, 2017). Debido a que actualmente se utiliza de forma genérica y restrictiva la palabra Protocolo oficial a todo acto organizado por el Estado de forma errónea, se debe realizar una pequeña distinción para aclarar dicho concepto. El protocolo oficial radica exclusivamente en la aplicación del decreto de precedencias obligando a realizar una serie de puntualizaciones.

En la actualidad no se utiliza correctamente el protocolo oficial ya que este es netamente para la aplicación de decretos de uso obligatorio y no se refiere a todo acto realizado por el Estado. El protocolo oficial es exclusivo en el decreto de precedencias. Se basa en la legislación existente en el Protocolo del Estado. Estas leyes o decretos, son la base pero no se encuentran regulados todos los aspectos de un acto.

1.5.4 La etiqueta

Según, (Patiño Diaz, 2011). La etiqueta pertenece a las reglas de trato social por lo que no tiene un carácter normativo, no obstante, su normatividad al igual que la moda, la buena educación o el saludo son de carácter social y no jurídico que son utilizadas para comunicarse de forma no verbal.

La etiqueta se basa netamente en el comportamiento de la persona y su comunicación no verbal que tiene con las demás personas en actos exclusivos, en donde se ve reflejado la buena educación, cortesía y amabilidad con los demás. Al tratar de forma adecuada a las personas se demuestra que hay confianza y una buena conexión para lograr comunicarse. La palabra etiqueta va referida a la adecuada manera de tratar de las personas en actos privados a los particulares, con un trato de confianza o familiaridad.

1.5.5 La etiqueta social

Según, (Martínez, 2007). Se dice que el protocolo social, es equivalente al protocolo en los actos de sociedad y familiares que no se manifiestan al exterior, por tal motivo no pueden ser considerados como actos públicos. Las normas quedan limitadas de acuerdo con la época y lugar donde se realizan los actos, poniendo de manifiesto lo que se permite hacer y lo que no se permite hacer, ejerciendo una auténtica moda sin que ellos se den cuenta.

Se trata del comportamiento social que es netamente importante en el lugar que se encuentren ya que se debe basar en las costumbres del lugar que se encuentra. Son reglas que gobiernan y guían el comportamiento humano. Son los buenos modales que debemos tener las personas, en todo momento, principalmente la consideración y respeto que se debe practicar siempre por los seres humanos y así viviremos en armonía.

1.5.6 Las precedencias

Según, (ESTRADA, 2011). Es la norma que determina el orden de colocación y el nombramiento de las personas según su importancia y cargo. La precedencia en los actos, es “el orden determinado en la ubicación o lugar por categoría y/o jerarquía que se le reserva a una autoridad o personalidad asistente a un acto protocolar.

Llevando el concepto de precedencia al contexto de empresas o instituciones podemos decir que aplica fácilmente según el rango o puesto que tengan los integrantes de dichas organizaciones. Es la circunstancia de preceder a una cosa o persona en el tiempo o en el espacio o de tener más importancia que otra persona o cosa.

1.5.7 El Glamour

Según, (Fernández, 2018). El glamour es un anglicismo que denota un ejemplo de belleza muy elegante y sofisticada que denota un atractivo irresistible. Es sinónimo de seducción, fascinación,

atractivo y elegancia característico de años atrás. El glamour es más que una simple y cotidiana belleza, porque una persona puede ser bella, pero si le hace falta elegancia pasará por inadvertida.

El glamour representa la elegancia, el encanto natural de una persona que es de percepción visual para las demás personas. Por tal motivo el glamour denota elegancia y belleza en una persona que sabe cómo demostrar su elegancia. El glamour se usa con mayor frecuencia en la moda con el fin de señalar características, seductoras, llamativas, entre otras sobre la belleza, estilo, estética de una persona o cosa.

1.5.8 El comportamiento personal

Según, (Lima X. , 2013). El comportamiento del ser humano es el conjunto de actos expuestos, definidos y determinados por la cultura, las emociones, los valores, las actitudes, la ética, la relación, la persuasión, la coerción y la genética. Desde inicios de la historia se ha tratado de estudiar y comprender el comportamiento humano, con el objetivo de aprovechar sus cualidades en el desarrollo de actividades.

El comportamiento humano básicamente refleja a la persona en su forma de comportarse ante situaciones sociales que esté presente. El comportamiento de una persona se basa en su cultura, sus valores y su forma de relacionarse con los demás. A base del comportamiento humano se pueden realizar actividades que ayuden a mejorar las fortalezas y minimizar las debilidades.

1.5.9 El comportamiento en el área laboral

Según, (Lima X. , 2013). En el ámbito laboral la educación es indispensable, existen varias diferencias que hay que tener presentes en el comportamiento social y el que se utilizará en el lugar de trabajo, esto no quiere decir que el trato a los empleados y/o trabajadores sea menos amable, sino que es un tanto diferente.

En el ámbito laboral cada persona tiene su área en la que se desenvuelve mejor que otra, con sus respectivas responsabilidades, actividades según el lugar en el que se encuentre en la organización de la empresa, las que deben ser desempeñadas de forma excelente. Las relaciones entre ejecutivos, empleados, clientes y proveedores estarán muy bien diferenciadas, siendo adecuado que cada persona conozca su posición y la haga respetar.

1.5.10 Comportamiento en el área social

Según, (Lima X. , 2013). Las relaciones sociales, están conformadas por las posiciones y número de personas que están presentes en una organización social, sea este un grupo pequeño o toda una sociedad. Las reglas y normas son la manifestación más directa de valores a cumplirse en un sistema social particular. Los roles, valores y normas se deben aplicar a un sistema social para que este tenga completa funcionalidad.

Las relaciones se llevan a cabo con las personas que se interactúa continuamente. El estatus social o posiciones se refiere a lugares reconocidos en la sociedad que conllevan ciertas expectativas de comportamiento llamadas roles. Para asegurar que se actúe a las expectativas del rol social son impuestas normas, reglas y sanciones positivas y negativas para garantizar que se cumplan.

1.5.11 ¿Qué es imagen?

Según, (Jiménez, 2013). La imagen hace referencia al conjunto de rasgos, fundamentalmente morales y conductuales que un individuo en concreto presenta ante la sociedad. De la misma manera la imagen es el grupo de cualidades que los clientes relacionan con una determinada empresa o institución. Se podría decir que la imagen es lo que la empresa significa para la sociedad.

Mediante la imagen las personas pueden tener noción de cómo la empresa es vista al público donde se puede ver si esta cumple o no sus expectativas. Cuando hablamos de imagen podemos decir que es el resultado del trabajo que se ha logrado a nivel personal. La imagen es nuestra carta de presentación, refleja la manera en que queremos relacionarnos con los demás.

1.5.12 Importancia de la imagen

Según, (Capriotti, 2006). La imagen tiene un valor muy importante, debido que es un instrumento estratégico de primer orden y representa un valor diferenciador y duradero que se quede grabado en la memoria social. De igual manera, es un conjunto de percepciones, comunicaciones, relaciones, conductas, experiencias y trayectorias de las personas de la empresa tanto internas como externas.

La imagen es una parte muy importante ya que gracias a esta el cliente podrá tener una noción clara de la empresa. La congruencia es el medidor de cuatro fundamentos indispensables para la marca personal: pensar, hablar, actuar y vestir son los cuatro fundamentos que una vez alineados te aseguran un éxito. La imagen empieza en un descubrimiento de nosotros mismos. Lo primero que tenemos que ver son los puntos negativos a nivel personal y cambiar nuestra presentación.

1.5.13 Imagen institucional

Según, (Capriotti, 2006). La imagen institucional es el registro público de los caracteres identificados del sujeto social. Es la lectura pública de la institución, la percepción que cada uno de los grupos de la sociedad, colectivos o sectores, construyen de modo intencional o espontánea.

La imagen institucional representa el conjunto de acciones que realiza la empresa donde se refleja su identidad, reputación, relaciones públicas y publicidad corporativa. Una empresa siempre debe contar con una imagen institucional para la captación de sus clientes, sin embargo cualquier imagen no es válida. Por lo tanto, todas las instituciones buscan ideas y protocolos comunicativos para llegar al cliente.

1.5.14 Símbolos del Estado

Según, (Simbolos Patrios, 2018). Entre los símbolos de Estado de representación nacional se identifican, la Bandera, el Escudo y el Himno nacional, cada uno simboliza la soberanía de la Patria y representa la vigencia en Ecuador de los valores adjuntos en la Constitución.

Los Símbolos de Estado son el conjunto de emblemas y distintivos que se emplean con carácter oficial representando la soberanía de la Patria y la vinculación de los poderes constitucionales del Estado procedentes del pueblo ecuatoriano.

1.5.15 Escudo

Según, (Metro Ecuador, 2018) . Juan José Flores, en la administración de 1830 fue quien buscó a través del congreso representar la integración, cultural y la identidad del Ecuador naciente, presentado el primer escudo con adornos externos. Su implementación se dio en la presidencia del General Eloy Alfaro Delgado, y su decreto se publicó en el Registro Oficial el 5 de diciembre. Se atribuye que el diseño artístico del escudo le pertenece a Pedro Pablo Traversari.

El escudo es la representación de la cultura y de la identidad de la patria, donde se refleja el majestuoso volcán Chimborazo de cuyas nieves nace el río Guayas, el Cóndor el mismo que simboliza la energía y esfuerzo de la gente y su resplandeciente sol que simboliza el oro que era muy importante para nuestros antepasados. Cada uno de los

elementos tiene un gran significado y se complementan entre uno y otro, forman el emblema al que los ecuatorianos rinden respeto cada 31 de octubre.

1.5.16 Bandera de Ecuador. Protocolo

Según, (Protocolo.org, 2018). Cabe señalar que la Bandera del Ecuador es el máximo símbolo de nuestro país y no cede su lugar. En un desfile, si está acompañada de otro símbolo, la Bandera Nacional ocupará el lado derecho caso contrario debe ir adelante y sola, hacia el centro de las restantes.

La Bandera del Ecuador debe ocupar el primer lugar al lado derecho de la mesa directiva, si el número de banderas son dos, siempre hacia a la izquierda de la mirada del público, a continuación de las que preceden en rango o jerarquía. Si se ubica en nuestro país la bandera nacional con la de otros países, si es un número par, tres o treinta, la bandera del Ecuador siempre de estar en el centro y seguida de las extranjeras por estricto orden alfabético del nombre del país. Al momento que descienden los pabellones, el último en descender debe ser la Bandera Nacional, despacio y ceremoniosamente, esto se debe a que la bandera es el máximo emblema nacional.

1.5.17 Otras banderas oficiales

Según, (SrProtocolo, 2016). En todo acto, las banderas como símbolos principales de un país o institución deberán ser ubicadas de forma correcta. A continuación, se presentan como deben ir colocadas las banderas de acuerdo con su precedencia.



Fuente: Otras Banderas del Ecuador

Elaborado: Deysi Arias

Cada zona en la división política del país tiene su representación mediante la bandera que cada lugar tiene como provincias cantones, etc. La bandera no concede su lugar a ningún símbolo o bandera de otra provincia o país, siempre debe predominar su jerarquía en cualquier acto o ceremonia que se realice.

1.5.18 Himno Nacional

Según, (Wikipedia, 2018). De forma general, el himno nacional trata de reflejar la unión, el efecto de solidaridad y la exaltación de la historia y las tradiciones del país. En varios casos, no estuvieron escritos con esa finalidad, pero adquirieron esa función luego de conmemorar algún hecho histórico o militar.

El himno nacional cuenta parte de la historia abarcada en la vida y formación de la patria. Donde se conmemoran hechos históricos de la vida político- militar de Nuestro País. El himno nacional es una composición musical simbólica de la patria, que identifican y unen a las personas que lo interpretan.

1.5.19 Municipalidad definición

Según, (Comisión de Legislación y Codificac, 2018). De acuerdo con la Ley Orgánica de régimen Municipal en su artículo 1 define que el municipio es la sociedad política autónoma subordinada al orden jurídico constitucional del Estado, cuya finalidad es el bien común local y, dentro de éste y en

forma primordial, la atención de las necesidades de la ciudad, del área metropolitana y de las parroquias rurales de la respectiva jurisdicción.

Cada cantón está conformado por parroquias urbanas cuyo conjunto constituye una ciudad, y parroquias rurales. Cada municipio constituye una persona jurídica de derecho público, con patrimonio propio y con capacidad para realizar los actos jurídicos que fueron necesarios para el cumplimiento de sus fines, en la forma y condiciones que determinan la Constitución y la Ley.

1.5.20 Municipio de Urcuquí

Según, (GAD Municipal de Urcuquí, 2018). Formado por decreto de las comisiones legislativas en la ciudad de Quito el nueve de febrero de 1984, Quedando oficializada la fecha de Cantonización. La Visión y Misión cantonal se presentan a continuación:

Visión: Un Cantón democrático, participativo, incluyente, transparente, ecológico, equitativo y solidario, que impulse el desarrollo humano, productivo y agroindustrial mediante asesoría, transferencia de tecnología y gestión para acceder a nuevos mercados. Que facilite y preste servicios públicos de calidad, construido e incluido en el contexto nacional y mundial.

Misión: Es un organismo autónomo, desconcentrado y descentralizado que impulsa el desarrollo social, étnico, cultural, económico y ético del cantón, que coordina y facilita los esfuerzos y talentos humanos, mediante la planificación, organización, dirección y control de los procesos político-administrativos orientados a satisfacer las aspiraciones y necesidades ciudadanas. Ser actores sociales con el cambio del cantón, generando junto al pueblo propuestas, proyectos y programas que mejoren su calidad de vida sobre el respeto y fortalecimiento de la identidad cultural. Promover e incentivar los espacios de participación ciudadana y sus organizaciones de manera positiva, cuidando su ambiente, en procura de satisfacer las necesidades del cantón.

Al oficializarse la cantonización de Urcuquí, se procede a crear el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Miguel de Urcuquí, se origina por el decreto de las comisiones legislativas. Sus objetivos más principales son: proveer obras y servicios de calidad, habilitar la red vial y urbana, dotar de infraestructura hidro-sanitaria, integrar el territorio en los aspectos social económico y político, propiciar el desarrollo integral sustentable, promover una gestión democrática, impulsar la equidad social, implementar un modelo de economía solidaria que permita mejorar la calidad de vida de la población, y preservar, proteger, recuperar y mantener los recursos naturales y el ambiente.

1.5.21 Servicios públicos municipales

Según, (GAD Municipal de Urcuquí, 2018). Los servicios públicos que se ofrece a la ciudadanía son:

- Dotación de sistemas de agua potable y alcantarillado.
- Construcción, mantenimiento, aseo, embellecimiento y reglamentación del uso de caminos, calles, parques, plazas y demás espacios públicos.
- Recolección, procesamiento y utilización de residuos.
- Regular y controlar la calidad, elaboración, manejo y expendio de víveres para el consumo público, así como el funcionamiento y condiciones sanitarias de los establecimientos y locales destinados o procesarlos o expendierlos.
- Ejercicio de la policía de moralidad y costumbres.
- Control de construcciones.

- Autorización para el funcionamiento de locales industriales, comerciales y profesionales.
- Servicio de cementerios.
- Fomento del turismo.
- Servicio de mataderos y plazas de mercado.
- Planificar, coordinar y ejecutar planes y programas de prevención y atención social.
- Planificación del desarrollo cantonal.
- Regular el uso de la vía pública en áreas urbanas y suburbanas de las cabeceras cantonales y en las áreas urbanas de las parroquias rurales del cantón.
- Ejercer el control sobre las pesas, medidas y calidad de los productos que se expenden en los diversos locales comerciales de la jurisdicción.
- Promover y apoyar el desarrollo cultural, artístico, deportivo y de recreación, para lo cual podrá coordinar con instituciones públicas o privadas afines.
- Prevenir y controlar la contaminación del medio ambiente en coordinación con las entidades afines.
- Contribuir al fomento de la actividad productiva y su comercialización, a través de programas de apoyo a actividades como la artesanía, microempresarias y productoras de la pequeña industria entre otros, en coordinación con organismos nacionales, regionales, provinciales y parroquiales.

- Colaborar y coordinar con la Policía Nacional, la protección, seguridad y convivencia ciudadana.
- Podrá planificar, organizar y regular el tránsito y transporte terrestre, en forma directa, por concesión, autorización u otras formas de contratación administrativa, en coordinación con los organismos de tránsito competentes, de acuerdo con las necesidades de la comunidad.
- Exigir y controlar que en toda obra pública o privada que suponga el acceso público, en los edificios públicos o privados, en los lugares que se exhiban espectáculos públicos y en las unidades de transporte público se diseñen, establezcan, construyan y habiliten accesos, medios de circulación e instalaciones adecuadas para personas con discapacidades. }
- Ejercer el control de la veta en espacios y vías públicas de toda obra artística literaria, musical o científica, en cualquier formato, productividad, reproducidas o distribuidas, que se encuentren por la Ley de propiedad intelectual.

El Municipio promueve el Buen Vivir, mediante la administración articulada y coordinada de los servicios y productos públicos con la calidad que, al momento y en lo posterior, entregue la Municipalidad a sus usuarios, conforme al ordenamiento jurídico vigente. Que impulse la participación, el diálogo reflexivo, crítico y respetuoso, fomente la convivencia y solidaridad entre sus habitantes, a través de la gestión interrelacionada y coordinada de los servicios de educación, cultura y deportes; aquellos que conformar al ordenamiento jurídico vigente, sean incorporados al ámbito municipal.

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

2.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

El presente proyecto comprende tres tipos de investigación: de campo, descriptiva, analítica, que permitieron obtener la información verídica y oficial de una serie de situaciones y problemas que se dan dentro y fuera de una institución pública, juntamente con un estudio de preguntas y respuestas de las actividades que se realizan en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Urcuquí.

2.1.1 Investigación de Campo.

Aquí se pudo visitar el lugar donde se amplió la información sobre la investigación, y se obtuvo los resultados precisos sobre la problemática, por medio de encuestas a todos los usuarios que son atendidos por todo el personal administrativo.

2.1.2 Investigación Descriptiva

Se aplicó este tipo de investigación con el objetivo de obtener una solución al problema, radica en reconocer, describir todas y cada una de las actividades que se realiza en la institución, concretando con buenas características para el trabajo de investigación.

2.1.3 Investigación Documental

Por medio de esta investigación facilito la búsqueda de contenidos en diferentes documentos permitiendo obtener la mayor información y su aplicación para una posible solución al problema acerca del tema a estudiar, se utilizó: libros, internet, artículos, revistas.

2.2 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

En esta investigación se consideró cuatro métodos a tratarse:

2.2.1 Método inductivo

Es aquel método que descubre conclusiones de carácter general, suele basarse en la observación y la experimentación de hechos y acciones concretas en sí para poder llegar a una resolución con una recolección de datos.

2.2.2 Método deductivo

Por medio de este método se logró obtener una gran estrategia de razonamiento para deducir conclusiones ciertas, que ayudó a establecer dudas basadas en el problema de la investigación.

2.2.3 Método estadístico

Este método consistió en una serie de procedimientos para el manejo de datos reales por medio de fórmulas estadísticas para implantar una adecuada comprensión de la realidad del trabajo que realiza en la institución.

2.2.4 Método analítico

Este método consistió en segmentar todos los elementos para observar las causas, la naturaleza y efectos, es la observación de un hecho en particular que comprende la esencia de un todo para llevar a cabo un análisis más profundo.

2.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

2.3.1 Encuesta

Se utilizó este tipo de técnica para solicitar la información precisa y verdadera sobre un buen servicio al cliente y el excelente manejo de protocolo institucional, a los funcionarios y usuarios del GADM-U.

2.3.2 Entrevista

Se utilizó este tipo de técnica para solicitar la información precisa y verdadera sobre un buen servicio al cliente y el excelente manejo de protocolo institucional, al señor Alcalde y concejales del GADM-U.

2.4 Matriz de relación

Por medio de esta herramienta lograremos obtener conexión o relación entre ideas, problemas, causas y procesos, métodos y objetivos, nos ayudará a la priorización de los recursos y procesos, mejorando el proceso de investigación, como se muestra a continuación.

Objetivos de diagnóstico	Variables	Indicadores	Técnicas	Fuentes de información
Diagnosticar un buen servicio al cliente por parte de todo el personal encargado del área de atención al cliente.	Servicio del Cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio del Cliente. • Características de la atención. • Manifestaciones del cliente. • Cliente elemento vital de cualquier empresa • Clasificación de los clientes. • Servicio al cliente definición y características. • La calidad del servicio al cliente. • Beneficios para alcanzar la satisfacción del cliente. • Elementos para brindar servicios con calidad. • Etapas de la atención al cliente. • El servicio como factor clave del éxito. • Factores de la atención al cliente. • Control y análisis de la satisfacción al cliente. • El público y la empresa. • Planificación y organización de la atención al cliente. • La atención de quejas. 	Encuesta -Entrevista (cuestionario)	Usuarios, Funcionarios, Sr. Alcalde y Concejales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Miguel de Urququí.
Investigar el buen uso de normas y reglas protocolarias en el GAD Municipal de Urququí, por parte de todos los funcionarios.	Protocolo Institucional	<ul style="list-style-type: none"> • EL Protocolo Institucional. • El Protocolo. • Protocolo social. • Protocolo Oficial. • La etiqueta. • La etiqueta social. • Las precedencias. • El Glamour. • El Comportamiento personal. • El comportamiento en el área laboral. • Comportamiento en el área social. • ¿Qué es imagen? • Importancia de la imagen. • Imagen institucional. • Símbolos del Estado. • Escudo. • Bandera de Ecuador. Protocolo. • Otras banderas oficiales. • Himno Nacional. • Municipio Definición. • Municipio de Urququí. • Servicios Públicos Municipales. 	-Encuesta -Entrevista (cuestionario)	Usuarios, Funcionarios, Sr. Alcalde y Concejales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Miguel de Urququí.

2.5 Población

Con el fin de obtener una información auténtica se aplicó la encuesta fue dirigida específicamente a todo el personal administrativo y de igual manera a la toda la ciudadanía en general, añadiendo una conclusión más al análisis del problema planteado.

Al momento de efectuar este trabajo de investigación se tomó en cuenta al personal del área de atención al cliente y el número de usuarios que asisten semanalmente a la institución como se muestra en la siguiente tabla.

POBLACIÓN	NÚMERO
SR. ALCALDE	1
CONCEJALES	5
FUNCIONARIOS	227
USUARIOS	5200
TOTAL	5433

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Deysi Arias.

2.6 Muestra

Con el número total, tanto de usuarios como funcionarios es importante acudir a calcular una muestra, en base a la presente formula:

2.6.1 Cálculo de la Muestra

Para el cálculo de la muestra de todo el personal se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \times P \times Q}{(N - 1) \left(\frac{E^2}{K^2} \right) + P \times Q}$$

Donde:

n= tamaño de la muestra.

N= población y muestra.

P.Q= varianza de la población.

(N-1)= corrección geométrica para muestras grandes o superiores a 100.

E= margen de error estadístico aceptado.

K= constante (su valor es 2).

$$n = \frac{N \times P \times Q}{(N - 1) \left(\frac{E^2}{K^2} \right) + P \times Q}$$

$$n = \frac{145 \times 0,25}{(145 - 1) \left(\frac{0,05^2}{2^2} \right) + 0,25}$$

$$n = \frac{36,25}{(144) \left(\frac{0,0025}{4} \right) + 0,25}$$

$$n = \frac{136,25}{(144)(0,000625) + 0,25}$$

$$n = \frac{36,25}{0,34}$$

$$n = 107$$

Para el cálculo de la muestra de los usuarios correspondientes se utilizó la siguiente formula:

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

$$n = \frac{371 \times 0,25}{(371-1)\left(\frac{0,05^2}{2^2}\right) + 0,25}$$

$$n = \frac{92,75}{(370)\left(\frac{0,0025}{4}\right) + 0,25}$$

$$n = \frac{92,75}{(370)(0,000625) + 0,25}$$

$$n = \frac{92,75}{0,48}$$

$$n = 19$$

CAPÍTULO III

3. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

3.1 ENCUESTA APLICADA A LOS FUNCIONARIOS DEL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN URCUQUÍ.

La encuesta consta de un total de 10 preguntas las cuales han sido formuladas con los respectivos temas referentes al Servicio al Cliente y Protocolo Institucional las mismas que fueron aplicadas a los funcionarios del GADM-U, este instrumento permitió conocer los diferentes criterios de cada individuo.

Análisis de la Encuesta aplicada a los funcionarios del GAD MUNICIPAL de URCUQUÍ, ayuda a determinar los siguientes resultados.

1.- ¿Considera usted importante que el personal del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Miguel de Urcuquí debe proyectar un buen protocolo institucional y brindar un excelente servicio al cliente?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	105	98.1%
NO	2	1.86%
TOTAL	107	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Deysi Arias.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo a las personas encuestadas, la gran parte de los funcionarios indica que es importante que se proyecte un buen protocolo institucional y un excelente servicio al cliente, con una nula posibilidad de que este no se ponga en práctica.

2.- ¿Considera usted importante que se brinde a los funcionarios administrativos capacitaciones sobre servicio al cliente y protocolo institucional?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	93	86.9%
NO	14	13.08%
TOTAL	107	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Deysi Arias.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Se determina claramente que es necesario que a los funcionarios del GAD Municipal de Urcuquí se brinde capacitaciones sobre protocolo institucional y servicio al cliente, en su mayoría se verifico que es de gran importancia y sería recomendable realizar lo más pronto posible.

3.- ¿Conoce usted normas de un manual de Protocolo Institucional y Servicio al Cliente?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	42	39.2%
NO	65	60.7%
TOTAL	107	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Deysi Arias.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Se concluyó que la mayoría de los funcionarios no conocen de un manual de Protocolo Institucional y Servicio al cliente, con una mínima diferencia de que los demás funcionarios si tienen conocimiento sobre los temas que se llevan a cabo.

4.- ¿Cree usted importante que la institución a la cual representa cuenta con una guía de protocolo institucional y servicio al cliente?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	89	83.1%
NO	18	16.8%
TOTAL	107	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Deysi Arias.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con un porcentaje bastante alto los funcionarios consideraron que es importante que la institución a la cual representan cuenta con una Guía de Protocolo Institucional y Servicio al Cliente.

5.- ¿Usted muestra cortesía y respeto en el Servicio al Cliente a los diferentes usuarios?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	100	93.4%
CASI SIEMPRE	7	6.5%
RARA VEZ	0	0%
NUNCA	0	0%
TOTAL	107	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Deysi Arias.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Respecto a que los funcionarios demuestran cortesía y respeto en el servicio al cliente a los usuarios en su mayoría asumieron que siempre lo ponen en práctica, siendo la parte más fundamental al momento de realizar su trabajo frente a todo tipo de usuarios.

6.- ¿Usted pone en práctica un proceso de empatía al momento de recibir a un usuario?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	65	60.7%
CASI SIEMPRE	36	33.6%
RARA VEZ	0	0%
NUNCA	6	5.6%
TOTAL	107	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Deysi Arias.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Respecto a los resultados de las encuestas a los funcionarios se pudo verificar que SIEMPRE muestran la práctica de la empatía al momento de recibir a un cliente y hacerlo sentir satisfecho con su trabajo, pero también algunos de ellos manifiestan que CASI SIEMPRE lo hacen. Y muestran interés hacia cualquier ayuda de un usuario

7.- Con respecto al protocolo institucional, ¿Cree usted que los funcionarios cumplen con los reglamentos de la institución?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	63	58.8%
CASI SIEMPRE	42	39.2%
RARA VEZ	0	0
NUNCA	2	1.8%
TOTAL	107	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Deysi Arias.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La mayor parte de los funcionarios la encuesta realizada concluye que SIEMPRE con los reglamentos institucionales en la variable Protocolo Institucional y quedando casi nula la no aplicación de estas reglas.

8.- ¿Con una guía práctica de servicio al cliente y protocolo institucional, piensa usted que se perfeccionaría la imagen institucional?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUCHO	81	75.7%
POCO	6	5.6%
NADA	20	18.6%
TOTAL	107	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Deysi Arias.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según la información obtenida se puede verificar que la mayoría de los funcionarios creen que con una guía de Protocolo Institucional y Servicio al Cliente la imagen institucional llegaría a un buen grado de perfeccionarse ante usuarios y demás instituciones u organizaciones.

9.- ¿Los pedidos que se reciben por parte de los ciudadanos Urcuquireños, usted cree que son atendidos ágilmente y con una rápida solución?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	22	20.5%
CASI SIEMPRE	67	62.6%
RARA VEZ	16	14.9%
NUNCA	2	1.8%
TOTAL	107	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Deysi Arias.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La mayor parte de funcionarios supieron mencionar que esto se lo realiza CASI SIEMPRE es decir gracias a un sistema de seguimiento todos los servicios que brinda el GAD Municipal de Urcuquí se lo realiza de manera ágil y brindando la mejor solución.

9.- ¿Con la elaboración de un manual de servicio al cliente y protocolo institucional, usted seguiría todas las normativas que estos plantearían?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	83	77.5%
CASI SIEMPRE	22	20.5%
RARA VEZ	2	1.8%
NUNCA	0	0%
TOTAL	107	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Deysi Arias.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En su mayoría de porcentaje se determina que los funcionarios del GAD Municipal de Urcuquí, si pondrían en práctica todas las normativas y reglamentos con la creación de una guía de Protocolo Institucional y Servicio al Cliente, siendo ellos mismo conscientemente de la necesidad de la creación de uno de estos manuales.

3.2 ENCUESTA APLICABLE A LOS USUARIOS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN URCUQUÍ.

La encuesta consta de un total de 10 preguntas las cuales han sido formuladas con temas referentes del Servicio al Cliente y Protocolo Institucional, las mismas que fueron aplicadas a los usuarios del GADM-U, este instrumento permitió conocer los diferentes criterios de cada individuo. Análisis de la encuesta aplicada a los usuarios del GAD MUNICIPAL de URCUQUÍ, ayuda a determinar los siguientes resultados.

1.- ¿Cómo califica el protocolo institucional y servicio al cliente que emplean los funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Miguel de Urcuquí a los usuarios?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	19	9.8%
MUY BUENO	32	16.5%
BUENO	123	63.7%
REGULAR	19	9.8%
TOTAL	193	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Deysi Arias.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En su mayoría de porcentaje se puede determinar los usuarios del GADM-U califican de BUENO al sistema de Servicio al cliente y Protocolo Institucional que brindan los funcionarios, seguidamente de MUY BUENO y llegando al mismo porcentaje las variables EXCELENTE Y REGULAR que es muy poco.

2.- ¿Usted recibe respuestas a sus problemas, reclamos y quejas de manera rápida y efectiva?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	20	10.3%
CASI SIEMPRE	78	40.4%
RARA VEZ	95	49.2%
NUNCA	0	0
TOTAL	193	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Deysi Arias.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La mayor parte de usuarios del GADM-U supieron manifestar que las respuestas que ellos necesitan a sus necesidades son atendidas CASI SIEMPRE Y RARA VEZ en su mayoría, y muy pocas con la variable SIEMPRE.

3.- ¿El funcionario que lo recibe, brinda un buen servicio al cliente poniendo en práctica valores como: respeto y confianza?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	40	20.7%
CASI SIEMPRE	117	60.6%
RARA VEZ	36	18.6%
NUNCA		
TOTAL	193	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Deysi Arias.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según la información obtenida se pudo verificar que los funcionarios CASI SIEMPRE brindan un buen servicio al cliente poniendo en práctica los valores, algo que rescata de los funcionarios de la institución.

4.- ¿Conoce usted normas de protocolo institucional que el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Miguel de Urucuquí pone en práctica en eventos sociales?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	58	30.0%
NO	135	69.9%
TOTAL	193	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Deysi Arias.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La mayor parte de usuarios gracias a la información obtenida supieron manifestar que no tienen conocimiento del uso de normas de Protocolo Institucional que el GADM-U pone en práctica en eventos sociales, mismos que muy pocas personas tienen conocimiento del tema.

5.- ¿Cree usted que el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Miguel de Urucuquí posee un buen protocolo institucional?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	95	49.2%
NO	98	50.7%
TOTAL	193	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Deysi Arias.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con respecto a los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los usuarios del GADM-U con respecto al uso de un buen protocolo institucional por parte de los funcionarios se pudo verificar que hay muy poca diferencia entre si conocen o no los ciudadanos el uso de estas reglas.

6.- ¿Cuándo usted tiene algún inconveniente o duda con algún trámite, los funcionarios les presentan una solución a sus necesidades?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	28	14.5%
CASI SIEMPRE	114	59.06%
RARA VEZ	51	26.4%
NUNCA	0	
TOTAL	193	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Deysi Arias.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según la información obtenida de parte de los usuarios del GADM-U se pudo interpretar en su mayoría que los funcionarios CASI SIEMPRE le brindan una solución rápida y eficaz en todo trámite o documento a todos los usuarios.

7.- ¿Cree usted que es necesario que el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón San Miguel de Urcuquí cuente con un manual de servicio al cliente y protocolo Institucional?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	179	92.7%
NO	14	7.2%
TOTAL	193	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Deysi Arias.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Gracias a los resultados obtenidos se pudo manifestar que los usuarios en su gran mayoría si consideran necesario la creación de un manual con los temas Servicio al Cliente y Protocolo Institucional, los mismos que serán para la perfección de la imagen institucional.

8.- ¿Le gustaría que los funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón San Miguel de Urucuquí reciban capacitaciones y talleres con el tema: ¿Servicio al Cliente y Protocolo Institucional?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	151	78.2%
CASI SIEMPRE	38	19.6%
RARA VEZ	4	2.07%
NUNCA	0	0%
TOTAL	193	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Deysi Arias.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Se concluyó que con la variable SIEMPRE los usuarios estarían de acuerdo en recibir talleres y capacitaciones sobre los temas Servicio al Cliente y Protocolo Institucional, también supieron manifestar que este tipo de detalles es muy importante para la imagen institucional.

9.- ¿Utiliza el funcionario un vocabulario adecuado al momento de comunicarse con usted y brindarle un buen servicio al cliente?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	172	89.1%
NO	21	10.8%
TOTAL	193	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Deysi Arias.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La mayoría de los usuarios supieron manifestar que los funcionarios del GADM-U usan de manera correcta un buen vocabulario para poder comunicarse y brindar un servicio de calidad a todo el pueblo urcuquireño en general.

10.- ¿Usted cree que los funcionarios tienen algún tipo de preferencia con los demás ciudadanos al momento de brindarles un buen servicio al cliente?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	90	46.6%
NO	103	53.3%
TOTAL	193	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Deysi Arias.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con muy poca diferencia gracias a los resultados obtenidos se pudo verificar que los funcionarios del GADM-U no tienen ningún tipo de preferencia con los demás usuarios al momento de brindarle un servicio o una excelente atención.

3.3 ENTREVISTA APLICADA AL SEÑOR ALCALDE Y CONCEJALES DEL GOBIERNO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN URCUQUÍ.

La entrevista consta de un total de 3 preguntas las cuales han sido formuladas al señor Alcalde y los cinco Concejales con temas referentes del Servicio al Cliente y Protocolo Institucional, las mismas que fueron aplicadas a los usuarios del GADM-U, este instrumento permitió conocer los diferentes criterios de las principales autoridades de la institución.

Análisis de la entrevista aplicada a las principales autoridades del GAD MUNICIPAL de URCUQUÍ, ayuda a determinar los siguientes resultados.

1.- ¿Cómo califica usted el protocolo institucional y servicio al cliente del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Miguel de Urququí?

Respuesta señor Alcalde:

El servicio al cliente y Protocolo Institucional es algo óptimo para el ciudadano donde es el mismo que piensa o quiere ver de acuerdo con sus circunstancias en todo lo que se defiende al GADM-U

Respuesta Concejales:

- Desde que estamos en funciones nuestro protocolo ha mejorado mucho, pero necesita mejorar mucho más, el servicio al cliente también necesita mejorar.

- Muy bien presentados da inclusión, buen trato, existe armonía, buenas relaciones con el ciudadano urcuquireño, contribuyendo a la buena imagen de la institución, en cuanto al servicio al cliente la comunidad presenta diferentes criterios sin embargo la institución muestra siempre una excelente calidad de servicio.
- Califico como una buena atención y servicio al cliente ya que se ha brindado capacitaciones al personal institucional.
- Regular en cuanto al protocolo y en relación con el servicio al cliente todavía se necesita disposición de los funcionarios que atienden en las diferentes direcciones.
- Bueno como siempre y en todas las instituciones existen funcionarios buenos y malos aquí puedo considerar que el servicio es bueno en base al señor alcalde y concejales que el trato al público es prioritario.

2.- ¿Usted cree que todos los funcionarios tienen el conocimiento suficiente sobre los temas Protocolo Institucional y Servicio al Cliente? Si la Respuesta es NO, por favor realice la respectiva argumentación?

Respuesta señor Alcalde:

Sí, porque se les capacita y se les hace el respectivo seguimiento para que los funcionarios cumplan con las funciones específicas en áreas determinadas.

Respuesta Concejales:

- Como todo funcionario público toda la vida tiene que estar actualizándose, las leyes cambian, las ordenanzas se reforman, siempre debemos cambiar esta imagen que tiene el funcionario público.
- Si, de manera positiva.
- Creo que si ya que todos son capacitados.
- Si, lo tienen, pero no lo aplican en la institución.
- Existen en la institución funcionarios con experiencia en cada una de las direcciones comprometidas con el pueblo, puedo decir que es bueno.

3.- ¿Cree usted que es necesario la creación de un manual de Protocolo Institucional y Servicio al Cliente para el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Miguel de Urququí?

Respuesta señor Alcalde:

Sí, es una herramienta importante, donde se puede hacer un monitoreo constante de forma regular permanente para los funcionarios ante las competencias de otras instituciones, y así se podría solventar a todo el pueblo urcuquireño.

Respuesta concejales:

1. Si se debe crear es muy fundamental.
2. Si, de manera positiva.

3. Creo que si para que todo el personal que vaya integrándose al servicio institucional esté capacitado y tenga conocimiento de brindar un buen servicio al cliente y presentar un buen protocolo institucional.
4. Es muy necesario tenerlo y actualizarlo constantemente al igual que la debida difusión de este.
5. Tenemos el protocolo pero no hemos aplicado de acuerdo a la actualidad, habría que reformarlo y aplicarlo.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN PREGUNTA 1.

Gracias a la información obtenida se puede concluir que las autoridades califican como bueno al protocolo institucional y servicio al cliente, el mismo que cada día ha ido mejorando desde la administración, pero que también esperan que mejore mucho más.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN PREGUNTA 2.

La mayoría de autoridades indicaron que la mayoría de los funcionarios ya están capacitados, pero algunos de ellos no ponen en práctica y que cada día ellos cumplen con las funciones que desempeñan.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN PREGUNTA 3.

En cuanto a las respuestas obtenidas supieron concluir que es sumamente necesaria la creación de un manual, el mismo que ayudara a la perfección de la imagen y al buen trabajo de los funcionarios. A pesar de que ya existe uno no quedaría nada mal poder contar con un manual actual.

CAPITULO IV

4. PROPUESTA

4.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA

“Manual de Normas al Servicio al cliente y Protocolo Institucional para el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Miguel de Urcuquí”

4.2. Justificación e Importancia

Para mejorar y brindar un excelente servicio en el GADM-U se ha elaborado un “Manual de Servicio al cliente y Protocolo Institucional” ya que la institución pública involucra un cambio al servicio de calidad y la imagen en cada una de las áreas de la institución, es un derecho y obligación de quienes laboran en la institución.

Para conseguir un cambio positivo es necesario involucrar a todos quienes forman parte de la institución y también a los usuarios ya que el servicio y la imagen que se proyecte y la eficiencia con la que maneja es responsabilidad de todos, por lo que es necesario que todos tengan un cambio de actitud encaminado al progreso y que ayude a mejorar la imagen de la organización para la cual laboran y pertenecen.

Esta propuesta es de vital importancia puesto que contiene las pautas necesarias para que los funcionarios y usuarios los puedan aplicar en su vida diaria y por ende permita desarrollarse mejor personal y profesionalmente.

4.3 Objetivos

4.3.1 Objetivo General

Mejorar con la creación de un Manual de Normas al Servicio al cliente y Protocolo Institucional para el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Miguel de Urququí.

4.3.2 Objetivos Específicos

- Elaborar el manual para enriquecer el conocimiento sobre el uso de las normas de protocolo institucional y servicio al cliente.
- Socializar el manual del uso de normas de protocolo institucional y servicio al cliente del GADM-U para mejorar la imagen institucional.
- Lograr el uso correcto de normas de servicio al cliente y protocolo institucional.
- Crear normas de comunicación entre funcionarios y usuarios.
- Entregar el Manual al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Miguel de Urququí.

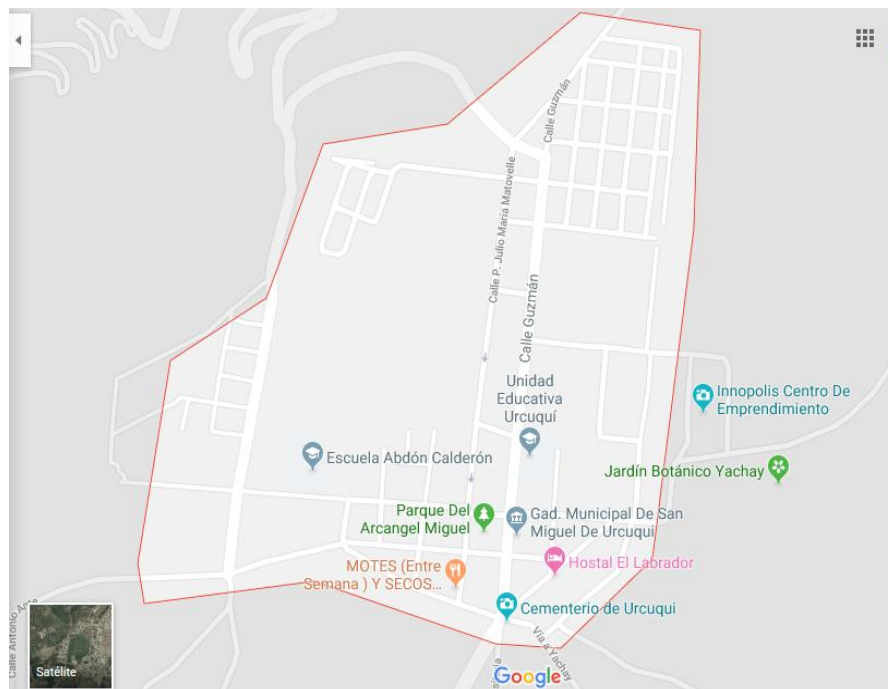
4.4 Ubicación Sectorial y Física

El manual se aplicará en el GADM-U, ubicado en la ciudad de Urcuquí frente al Parque central.



Fuente: Ubicación Sectorial y Física GADM-U

Elaborado: Deysi Arias



Fuente: Ubicación Sectorial y Física GADM-U

Elaborado: Deysi Arias

4.5 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

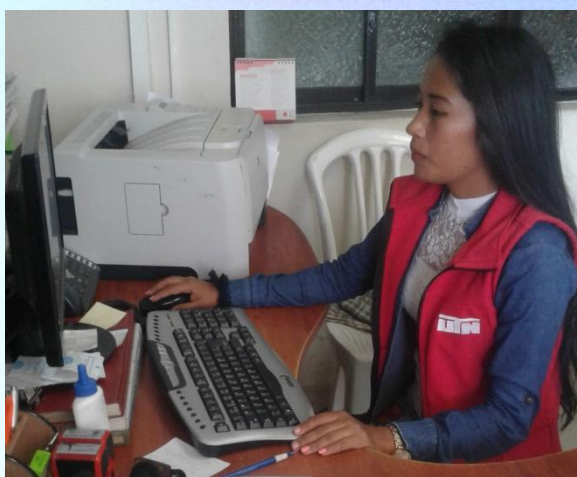
Los encargados en el servicio al cliente a diario deben esmerarse en mostrar una buena imagen siempre enfocado en la aplicación de una guía que brinde una herramienta para que los funcionarios tengan un documento base en el cual se especifiquen aspectos importantes a considerar al momento de elegir la indocumentación diaria a utilizar en su lugar de trabajo así como también los lineamientos que le permitan mejorar su perfil.

Para la aplicación de esta propuesta se propone iniciar con la entrega del manual a la institución con los contenidos referentes al tema para despertar el interés y darles a conocer la importancia de mostrar una buena imagen y un excelente servicio al cliente, utilizando documentos confiables.



**GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO
SAN MIGUEL DE URQUQUÍ**

**“MANUAL DE NORMAS AL SERVICIO AL CLIENTE Y PROTOCOLO
INSTITUCIONAL PARA EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
MUNICIPAL DEL CANTÓN SAN MIGUEL DE URQUQUÍ”**



Autora: Deysi Vanessa Arias Fernández

Julio, 2019

1. INTRODUCCION

En toda institución pública es de mayor relevancia la imagen que se muestra a la ciudadanía en general, para ello el personal que está encargado juega un papel importante en la institución. La imagen del GADM-U depende del servicio que brinda y el protocolo ya que así tendrá mayor relevancia y podrá ser un ejemplo para las demás.

En cualquier sector ya sea público o privado, el usuario exige ser escuchado, comprendido y reconocido. Solo a través de la calidad, las empresas podrán estar preparadas para satisfacer estas exigencias incluso para poder superar las expectativas del cliente, única vía para que cada una de ellas resulte realmente competitiva.

La calidad en el servicio constituye una estrategia de importancia, del servicio al cliente ocupa un lugar relevante, dando lugar a nuevas filosofías de gestión empresarial enfocadas al cliente.



**GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO
SAN MIGUEL DE URCUQUÍ**

SERVICIO AL CLIENTE



NORMA I

1.- EL CLIENTE

Es cualquier persona que tiene necesidad o deseo por satisfacer, y que tiende a solicitar y utilizar los servicios brindados por una institución o persona que ofrece dichos servicios. El termino usuario se refiere a todas las personas que solicitan servicios en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Miguel de Urquí.

“A los usuarios hay que tratarlos como ellos quieren ser tratados”

Los cuatro factores para una buena atención al cliente son:

- Presentación personal.
- Sonrisa.
- Amabilidad
- Educación

La atención al cliente, la excelencia en el servicio constituye una de las bases fundamentales para el éxito y desarrollo de una institución.

1.1 EVALUACIÓN DEL SERVICIO POR PARTE DEL USUARIO

El cliente observa todos los detalles y reacciona ante ellos. Se debe conocer los cinco elementos básicos a valorar para mantener un eficiente control sobre los procesos de atención al cliente. Los elementos básicos a tener en cuenta son:

- Elementos tangibles

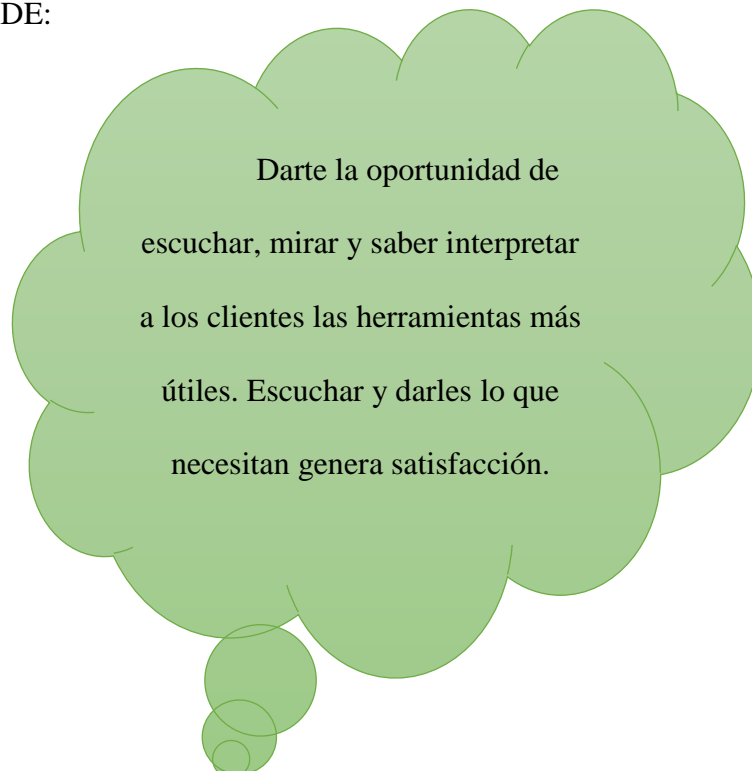
- Cumplimiento
- Disposición

- Cualidades del personal
- Empatía

1.2 LA IMPORTANCIA DE SABER MIRAR, ESCUCCHAR Y PREGUNTAR AL CLIENTE

MIRE	ESCUCHE	PREGUNTE
<ul style="list-style-type: none"> • Cuando usted atiende a alguien, evite desviar la mirada de su oyente. • Si sus ojos se distraen, su mente también lo hará. • Evite distracciones y utilice sus ojos y oídos para concentrar su atención. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nunca se debe interrumpir a un cliente mientras habla. • Espere hasta que haya terminado de hablar, para ayudarlo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando usted hace preguntas bien pensadas, asegura al cliente con quien habla que usted es capaz de analizar y manejar la tarea asignada.

RECUERDE:



1.3 LA COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE

La comunicación mejora la motivación, porque las personas se sienten más aceptadas y comprometidas. Su autoestima, la satisfacción en el trabajo y la cooperación con otros, aumentan de manera considerable. La comunicación es un proceso de dos vías, en donde se debe saber escuchar y comprender que ésta no es sólo verbal, si no también corporal.

1.3.1 Comunicación verbal

La comunicación verbal utiliza palabras habladas o escritas para transmitir el mensaje, esta debe ser coherente con la “vía oral”.

Aspectos que se debe cuidar:

- Chillona: Denota descortesía
- Quebradiza: Denota tristeza
- Serena: Denota seguridad y comprensión
- Fuerte: Denota autoridad

El volumen o intensidad de la voz	El acento	El tono y entonación	El uso del lenguaje	Saber escuchar
-----------------------------------	-----------	----------------------	---------------------	----------------

Elementos de comunicación verbal:

- Confianza
- Respiración
- Sonría
- Sencillez
- Orden
- Convicción

Frases que se deben evitar en la comunicación verbal:

- ¿Entiende?
- ¿Pero es que no ha leído el documento, señor?
- ¿Y que esperaba?
- A mí no me pregunte por qué. Eso es lo que dice el reglamento
- Creo que anda en el baño o tomando café
- Él está ocupado resolviendo otro asunto importante
- Es que en ese departamento nunca contestan
- ¡Es que tenemos cada funcionario!
- Es que yo no me encargo de eso. Lo siento
- Eso era antes
- Eso no tiene nada que ver conmigo
- Estoy muy ocupado en este momento
- Explíquese bien, porque yo no entiendo.
- Mejor vuelva cuando tenga todo listo.
- No sea impaciente, por favor
- Mejor pregunte a otro compañero.
- ¿No leyó las instrucciones?
- Debió fijarse en eso antes de hacer el tramite
- Ya le contesté eso

Aspectos que impiden la buena comunicación verbal:

- No sea prepotente, sea modesto.
- No sea egocéntrico.
- Recriminar al interlocutor

- Lapsos o mente en blanco
- Falta de habilidad interpretativa o narrativa
- Ser confrontativo
- Deferencias de lenguaje
- Timidez o indiferencia
- Diferencias de profesión, estatus o condición social
- Sentimientos, estados de ánimo.

Aspectos que debe cuidar:

- Expresión facial
- Contacto ocular
- Gestos y movimientos con el cuerpo

LO POSITIVO	LO NEGATIVO
Las manos abiertas indican aceptación	Las manos cerradas indican rechazo o nerviosismo
	Los brazos cruzados, pueden indicar superioridad, indiferencia
	Si se mueve mucho, actitud de nerviosismo

- Postura Corporal

LO POSITIVO	LO NEGATIVO
Estar de pie cuando se recibe a una persona indicada buena disposición.	Estar de perfil o de espaldas, indica rechazo.

RECUERDA:

La comunicación no verbal nos permite expresarnos

También tenemos:

SERVICIO AL CLIENTE

El éxito de la institución depende la satisfacción del trabajo por parte de los funcionarios hacia los usuarios. Satisfacer las necesidades del usuario y lograr que se sienta tranquilo y satisfecho de haber despejado sus dudas y solucionado su inconveniente.

OBJETIVO: satisfacer las inquietudes de los usuarios y lograr que se sienta tranquilo y satisfecho de haber despejado sus dudas y solucionado su inconveniente.



Fuente: Municipio de San Miguel de Urququí.

Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández.

PUNTOS IMPORTANTES EN EL USUARIO Y FUNCIONARIO

Los servicios, Los procedimientos, Infraestructura y equipo, informacion, demostrar personalidad.

- Portar la cedula de identidad en todo momento.
- Uso correcto, amable y adecuado del vocabulario.
- Ser educado con los usuarios y demas compañeros de la institucion.
- Horario de atencion a la ciudadanía de lunes a viernes de 8:00 a.m. a 17:00 p.m.
- Mantener una excelente presentacion personal:

Mujeres: buena higiene personal, accesorios muy discretos, maquillaje suave, y buen uso de uniforme.

Hombres: Bien efeitados, cabello corto, ropa formal bien presentada, buena higiene personal.



Fuente: Municipio de San Miguel de Urcuquí.

Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández

DEMOSTRAR QUE EL CLIENTE ES IMPORTANTE.

Muchos de los compañeros de trabajo en la institución dirán que los ciudadanos pero dos segundos después seguirán tomando decisiones sin tener en cuenta la opinión de los usuarios. Para conseguir cambiar la imagen de una institución y las decisiones más importantes, hay que demostrar a toda la institución que el usuario es la razón de ser del GADM-U.

OBJETIVO: Los argumentos que se pueden utilizar son muchos: los usuarios son los que pagan las nóminas de todos los trabajadores. Un buen servicio al cliente influye de forma directa en toda la institución. El GADM-U no es nada sin los ciudadanos, su bien más preciado.



Fuente: Municipio de San Miguel de Urcuquí.
Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández

ESTABLECE PROCESOS RÁPIDOS Y AMIGABLES DE SERVICIO AL CLIENTE.

Muchas instituciones publicas se han encargado durante años de levantar barreras y procesos burocráticos de servicio al cliente: Si quieres los ciudadanos sean los verdaderos jefes de la institucion, hay que asegurarse de derribar todos los muros y hacer una comunicación mas fluida con cada uno de ellos.

OBJETIVO: Asegurarse que el servicio al cliente sea rapido, generoso en distintos canales de comunicación y establecer procesos rapidos devolucion de quejas, dudas o reclamos.



Fuente: Municipio de San Miguel de Urcuquí.

Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández

VER POR BUENOS PROFESIONALES QUE SE PREOCUPEN DE LA CIUDADANIA.

Si se quiere contar con una institucion publica en la que los ciudadanos son el centro, no se puede olvidar de ello cuando se contrate a mas personas.

OBJETIVO: Preguntarles por la experiencia con los usuarios, aprovechar para explicarles los valores de la institucion y buscar personas que sean empaticas, amables y buenos comunicadores.



Fuente: Municipio de San Miguel de Urcuquí.
Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández

DAR EL PODER A LOS FUNCIONARIOS.

Los empleados deben tener la libertad y poder para tomar las decisiones rápidas en beneficio de la ciudadanía. En muchas ocasiones, los trabajadores que atienden al público están obligados a consultar a las autoridades o a pedir permiso para aprobar procesos.

OBJETIVO: Los empleados deben poder tomar decisiones a toda velocidad, siempre para beneficio de los clientes.



Fuente: Municipio de San Miguel de Urcuquí.
Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández

UTILIZA LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS.

A pesar que el contacto personal siempre es importante, cuando tienes cientos, miles o millones de clientes vas a tener que invertir en una tecnología de primera punta.

OBJETIVO: Estamos hablando de tecnología creada específicamente para mejorar la experiencia de la ciudadanía.



Fuente: Municipio de San Miguel de Urququí.
Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández

MIDE, MIDE Y VUELVE A MEDIR.

Si se quiere saber cuales son los puntos fuertes y debiles de la atencion a la ciudadania, no se tiene mas remedio que medir, medir y volver a medir. Este es uno de los ejercicios que ayudara a darse cuenta de la importancia de los usuarios y del enorme impacto que tienen con la institucion.

OBJETIVO: Por los mismo es recomendable analizar indicadores basicos, manejar la tecnica del cliente misterioso y mide un numero de reclamaciones, el tiempo de espera, el numero de procesos atendidos necesarios para solucionar un problema y todos los indicadores clave de rendimiento. Ayudara solo para mejorar la experiencia de los ciudadanos.



Fuente: Municipio de San Miguel de Urcuquí.

Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández

NORMA 2

2.- CALIDAD Y PROCESOS DEL SERVICIO AL CLIENTE

Considera los elementos fundamentales, al hacer un seguimiento de los procesos de atención al cliente.

Elementos:

- Determinación de las necesidades del cliente.
- Evaluación de servicio de calidad.
- Análisis de recompensas y motivación.

2.1 LAS NECESIDADES DEL USUARIO

Preguntarse como funcionario lo siguiente:

2.2 ¿QUIÉNES SON MIS CLIENTES?: Determinar con qué tipos de personas va a tratar en la institución.

2.3 TIPOS DE CLIENTES Y CÓMO TRATARLOS

TIPOS DE CLIENTES	CARACTERÍSTICAS	COMO TRATARLO
El cliente discutidor	Son agresivos por naturaleza	Solicitarle su opinión. Hablar suavemente pero firme.
El cliente enojado	No hay que negar su enojo	No ponerse a la defensiva Hay que ser solidario.
El cliente conservador	Estas personas pueden ocupar mucho de nuestro tiempo.	No hay que tratar de sacárselo de encima.

El cliente ofensivo	Cuando tenemos una persona ofensiva delante es muy fácil volverse “irónico” ¡NO LO HAGA!	Lo mejor es ser: Amable excepcionalmente amable.
El cliente que siempre se queja	No hay nada que le guste. El servicio es malo, los precios son caros, etc.	Se debe intentar separar las quejas reales de las falsas.
El cliente exigente	Es el que interrumpe y pide atención inmediata	Hay que tratarlos con respeto, pero no acceder a sus demandas.
El cliente coqueteador	Las insinuaciones, comentarios que realiza pueden provenir tanto de hombres como de mujeres.	Se debe mantener una actitud calmada, ubicada y profesionalismo en todo momento.
El cliente que no habla y el cliente indeciso	Es callado y no menciona al funcionario el servicio que necesita.	Hay que tener paciencia y ayudarlos

2.4 ¿Qué buscarán las personas – clientes con las que trato?

Tratan de determinar las necesidades que motivan la búsqueda de un producto o servicios, para lo cual buscan satisfacción con el producto y atención.

2.5 EVALUACION DEL COMPORTAMIENTO DE ATENCIÓN

Tiene que ver con la parte de atención del cliente. A continuación se presentan algunas reglas importantes para la persona que atiende:

- Mostrar atención
- Tener una presentación adecuada
- Atención personal y amable
- Tener a mano la información adecuada
- Expresión corporal y oral adecuada

RECUERDA:

“El trato personalizado, es la mejor manera de amarrar y

También tenemos:

TÉCNICAS DE SERVICIO AL CLIENTE.

Lo mencionado anteriormente es fundamental para marcar las líneas maestras de la institución; pero ¿Cómo tratar a los ciudadanos día a día? ¿Cómo marcar la diferencia con las demás instituciones públicas?



Fuente: Municipio de San Miguel de Urcuquí.
Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández

TOMARLO EN SERIO.

Muchas personas piensan que el servicio al cliente es algo natural o normal. Al fin y al cabo, todos tratamos y convivimos con personas en nuestro diario vivir. Pero esta actitud es un gran error que puede provocar problemas a la institución.

OBJETIVO: El servicio al cliente es algo muy serio y muy importante como

para dejarlo al azar, los usuarios deben tomárselo en serio, formarse y aprender.



Fuente: Municipio de San Miguel de Urququí.
Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández

ESCUCHAR CON ATENCION.

La primera toma de contacto con un ciudadano esta marcada por lo que el tiene que decirnos o las necesidades que posee. Puede estar interesado en un nuevo servicio, tener un problema que necesita solucion o exigir algun derecho como ciudadano. Se debe presentar siempre un servicio meticulouso y exacto, escuchando con calma y atencion para que no se nos escape ningun detalle. Aunque pueda parecer mentira.

OBJETIVO: Es sorprendente la cantidad de usuarios que obstaculizan constantemente al ciudadano o que estan pensando en otras cosas mientras le estan hablando.



Fuente: Municipio de San Miguel de Urcuquí.
Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández

SÉ HUMANO.

Todos que queremos un buen trato que nos traten como personas. No hablar como un robot. Pregunta siempre el nombre del usuario y ofrecer el suyo, tanto si esta detrás de una ventanilla como hablando por telefono o chat.



Fuente: Municipio de San Miguel de Urcuquí.
Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández

DISCULPARSE.

La queja o reclamación con la que un usuario llega al establecimiento no se culpa tuya, pero eso da igual: como representante de la empresa, ha tocado pedir perdón o disculpas.

OBJETIVO: Una institución que se disculpa es una institución que se preocupa por los ciudadanos. No eches la culpa a los demás y no tengas miedo en pronunciar las palabras “lo siento”... pueden ser el mejor comienzo para tranquilizar al usuario. Mostrar empatía y a continuación solucionar el problema.



Fuente: Municipio de San Miguel de Urcuquí.
Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández

COMUNICA

Esforzarse por comprender las necesidades del usuario (hacer preguntas de forma educada si es necesario) y a continuación expresarse con claridad y sin rodeos.

OBJETIVO: No dudar en repetir varias veces las cosas mas de una vez si es necesario. No utilizar tecnicismos. Habla del idioma del cliente.



Fuente: Municipio de San Miguel de Urcuquí.
Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández

SÉ RESOLUTIVO.

Lo que el ciudadano quiere y necesita es que le brinden una solución rápida a sus problemas, no que se le ponga excusas o le marees con explicaciones vacías.

OBJETIVO: Concentrate en identificar su necesidad y en ofrecerle soluciones (ofrécele varias alternativas si es posible). Si tú no puedes ayudarlo, encuentra a la persona que podría. Buscar siempre una solución.



Fuente: Municipio de San Miguel de Urququí.

Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández

NORMA 3

3.- PASOS PARA UNA EXCELENTE ATENCIÓN AL CLIENTE

Debes tener en cuenta los siguientes puntos:

- a) **Mostrar atención;** para que un negocio funcione debidamente lo primero a realizar en el momento que ingresa un cliente es demostrarle que para usted es una persona importante.

Usualmente lo que el cliente busca al entrar a un negocio es ser recibido a un saludo o un “síga en que puedo ayudarlo” y al

- b) **Tener una presentación adecuada;** cliente es muy observador y para nada le gustan que el funcionario descuide su imagen.

Los clientes siempre esperan que la persona que los atiende

- c) **Atención personal y amable;** el cliente es su publicidad gratuita, si es atendido de forma cordial; este dirá a todos lo bien que fue recibido y es más probable que regrese.

Los clientes siempre van por ahí diciendo como lo trataron por ello es importante que usted lo atiende de forma amable,

También tenemos:

SER POSITIVO Y ALEGRE

Los ciudadanos quieren relacionarse con personas profesionales, educadas, positivas y alegres. No olvidarse nunca de los saludos y sonreír con naturalidad y de mantener un buen humor.

OBJETIVO: Demostrar al usuario que es una persona importante y que esta encargado de verle y ayudarle. Si se esta atendiendo desde una red social, preguntarse si necesita ayuda con algo mas y desearle un buen día.



Fuente: Municipio de San Miguel de Urcuquí.
Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández

NUNCA DIGAS “NO”

Hay muchas formas de evitar la palabra “no”. El resultado casi siempre será una atención mas positiva y resolutiva, centrada en resolver los problemas y preocupaciones del cliente.

OBJETIVO: En vez de decir “yo no puedo ayudarle”, explica que “mi compañero le ayudara enseguida”.

CONOCER EL SERVICIO.

Nada es mas frustrante para un ciudadano que saber mas sobre un protocolo que la persona que esta intentando atenderle.

OBJETIVO: Como funcionario publico, se debe conocer todos los detalles de cada uno de los servicios de la institucion. Asi como los perfiles a los que mejor se adapta.

MANTENER LA CALMA.

Si se esta tratando directamente con los clientes, mas de una vez te tocará responder a las demandas de un usuario enfadado. En estas situaciones, la regla de oro es muy sencilla: manten la calma. Si tu te enfadas, el tono de la conversacion subira de columen y probablemente no haya forma de llegar a ningun entendimiento.

OBJETIVO: Lo que se tiene que hacer es escuchar al ciudadano, pedir perdon, comprender el problema, mostrar empatia y ofrecer una solución; ante todo.



Fuente: Municipio de San Miguel de Urcuquí.

Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández

CUIDA TU EXPRESIÓN CORPORAL.

Si se dedica al servicio del cliente presencia, no descuidarse nunca de los gestos. La forma en la que se mueve las manos, el rostro y el cuerpo están también mandando mensajes a sus usuarios.

OBJETIVO: Utilizar la expresión corporal para reforzar los mensajes que se está enviando con palabras.

PONTE EN SU LUGAR.

Finalmente la regla de oro del servicio al cliente es muy sencilla, ponerse en el lugar del ciudadano, mostrar empatía y tratarle como te gustaría que te traten a ti.



Fuente: Municipio de San Miguel de Urcuquí.
Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández

NORMA 4

4.- ¿QUÉ HARÍAS CON LOS RECLAMOS DE TUS CLIENTES?

Debemos tratar las reclamaciones aplicando los siguientes pasos:

a) Escuchar atentamente

Dejar que el cliente exponga su punto de vista y los motivos que le inducen a quejarse.

b) Respetar la opinión del cliente

Anota en un papel todos los datos aportados por el cliente (en caso de ser necesario), mostrando interés por sus opiniones.

c) Comprometerse

Si la reclamación tiene solución, comprometerse con el cliente indicándoles forma y fecha en que se solucionara el problema.

d) Controlar

Realizar el seguimiento oportuno para que se solucione la reclamación, en caso de que no seamos nosotros directamente los encargados de hacerlo.

Lo más importante es NO buscar excusas

Tambien tenemos:

DARLE PRIORIDAD AL USUARIO

Tratarlo como algo mas importante que la venta u operación comercial en sí. Ellos notaran si los estan utilizando o si, por el contrario, los ven como un aliado

importante.

VOLVERSE CONFIABLE

La gente ofrece lealtad a aquellos en quienes confían; eso lo lograrás en base a tu comportamiento del día a día. Si eres impredecible o descuidado, van a huir.



Fuente: Municipio de San Miguel de Urcuquí.
Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández

SÉ CORDIAL Y MOSTRAR INTERÉS

Esto se logra con pequeños detalles: contesta los mensajes de correo electrónico que se reciba con rapidez. El tiempo de respuesta debe estar por debajo de las 24 horas. Al responder rápidamente se podrá transmitir a los usuarios lo importante que son.

DAR VALOR AGREGADO A LA COMUNICACIÓN

En lo posible trata de dar información y consejos de valor a los usuarios que no

encuentren en cualquier parte

PROCURA TENER CONVERSACIONES REALES

En una reunión con el usuario debe encaminarse y ser una conversación, trata de dedicar más tiempo a escuchar al usuario trata de dedicar más tiempo a escuchar al usuario en lugar de tratar de convencerlo o que reciba tu mensaje.



Fuente: Municipio de San Miguel de Urcuquí.
Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández

CONCLUSIÓN

El conjunto de los factores conforma la evaluación total del cliente en materia de servicio. Cada usuario es distinto y requiere de diferentes estrategias para otorgarle el servicio adecuado, por lo que una sola acción no asegurará que una institución mejore todas las facetas de servicio. Bien vale la pena realizar una evaluación previa de estos factores y una evaluación inicial de cómo se encuentra la institución donde

laboramos. Un servicio con calidad logrará que nuestros usuarios del un buen concepto de la entidad.



Fuente: Municipio de San Miguel de Urququí.
Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández

NORMA 5

Normas técnicas de gestión de la calidad vigentes para el servicio al cliente: Está dirigida a todas las entidades, y tiene como propósito mejorar su desempeño y su capacidad de proporcionar productos y/o servicios que respondan a las necesidades expectativas de sus clientes. Se define como el conjunto de actividades administrativas y técnicas tendientes a la planificación, manejo y organización de la documentación producida y recibida por las entidades, desde su origen hasta su destino final, con el objeto de facilitar su utilización y conservación.

Técnica: Conjunto de procedimientos y recursos de que se sirve una ciencia o un arte. Pericia o habilidad para usar de esos procedimientos y recursos. Habilidad para ejecutar cualquier cosa, o para conseguir algo.

Trazabilidad: Capacidad para seguir la historia, la aplicación o la localización de todo aquello que está bajo consideración



Fuente: Municipio de San Miguel de Urcuquí.
Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández

Normas de Calidad El término de calidad ha evolucionado desde el tradicional “cumplimiento de especificaciones”, aplicable sólo a productos, a ser una nueva forma de gestión empresarial, aplicable a todo tipo de empresas, tanto industriales como de servicios, de cualquier tamaño, cuyos objetivos básicos son la satisfacción al cliente y la eficiencia económica

Servicio al cliente: El servicio al cliente se lleva a cabo mediante una serie de características y rasgos esenciales en los cuales se destacan por ejemplo: La personalidad, la conducta y pensamiento, aspectos y características de la personalidad, dimensiones interpersonales, imagen personal, etc. Eso es en cuanto a lo que se refiere al impacto y presentación pero en el ámbito ya de servicio y atención se destacan otra serie de roles y ramas aún más específicas como lo son las siguientes:

Cliente: aquella persona natural o jurídica que realiza la transacción comercial denominada compra.

Tipos de clientes: Los clientes comerciales se definen en cuanto a su conducta o personalidad y encontramos los siguientes tipos:

Estándares del servicio: los estándares del servicio son utilizados para superar las expectativas de los clientes. Dentro de los estándares de servicio encontramos:

La cortesía: es un comportamiento humano de buena costumbre en la mejor expresión es el uso práctico.

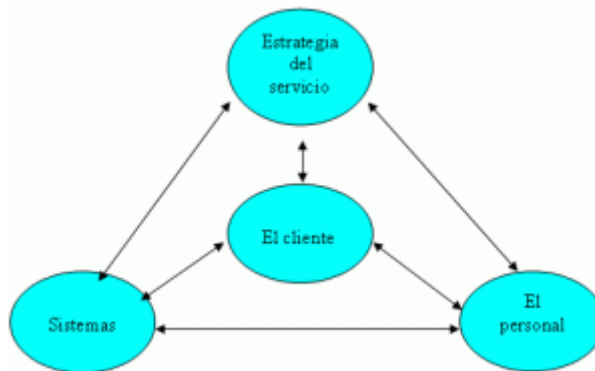
Conocimiento: son hechos, o datos de información adquiridos por una persona a través de la experiencia o la educación la comprensión, teórica o practica de un asunto u objeto de la realidad.

Seguimiento: es la observación minuciosa de la evolución y el desarrollo de un proceso.

Sorprender: usted ya sabe que para mantener su negocio en las mentes de sus clientes debe de ofrecer un buen servicio pero un buen servicio no alcanza.

Esos son los parámetros básicos de los estándares del servicio

TRIANGULO DEL SERVICIO INTERNO



Fuente: Municipio de San Miguel de Urucuí.

Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández

TRIANGULO DEL SERVICIO EXTERNO



Fuente: Municipio de San Miguel de Urcuquí.

Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández

Clasificación de los clientes:

Las empresas u organizaciones que ya tienen cierto tiempo en el mercado suelen tener una amplia variedad de clientes.

- Que compran frecuentemente
- Que compran ocasionalmente
- De altos volúmenes de compra
- Clientes activos
- Clientes potenciales
- Clientes complicados
- Clientes satisfechos
- Clientes altamente influyentes



**GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO
SAN MIGUEL DE URQUQUÍ**

PROTOCOLO INSTITUCIONAL



NORMA 1

A) PROTOCOLO INSTITUCIONAL

Aunque nace de la mano de las instituciones públicas, cuando hablamos de protocolo institucional nos referimos a estas pautas de conducta aplicadas al ámbito de los negocios con el objetivo de evitar que las relaciones generen conflictos o crisis reputacionales.

Por ejemplo, imaginemos sencillamente una comida de la institución en la que obviamos las reglas mínimas de protocolo y dejamos que cada trabajador, directivo e invitado se sienta donde considere oportuno.

B) ETIQUETA

Es el conjunto de reglas que se usan en la vida social. Conjunto de reglas que se usan en la vida social. Igualmente, es parte del ceremonial. Se observa en actos públicos solemnes y en la vida privada, según los usos y costumbres de cada época determinada.

C) PRECEDENCIAS

Es la norma que determina el orden de colocación y el nombramiento de las personas según su importancia y cargo. La precedencia en los actos, es “el orden determinado en la ubicación o lugar categoría y/o jerarquía que se le reserva a una autoridad personalidad asistente a un acto protocolar.

D) LOS SÍMBOLOS

Otro de los conceptos que hacen parte fundamental del protocolo y que es de los elementos relevantes, sino el más importante para las empresas o instituciones, es el manejo de los símbolos.

Entre los símbolos también están los himnos, “Lo que usted cree que sabe acerca de protocolo”, en lo que concierne al himno Nacional se debe tener en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Ponerse de pie y tener os brazos sueltos
- Descubrirse la cabeza si se tiene sombrero o gorra
- No moverse del sitio donde se encuentra
- Cantarlo
- No aplaudir la interpretación de ningún himno

También tenemos:

CARACTERÍSTICAS

PRÁCTICO: las situaciones que contemple deben responder a situaciones habituales de la compañía, evitando saturar de información con criterios para actos que raramente se van a producir en la institución.



ACCESIBLE: dado que el documento establece cómo deben comportarse los funcionarios profesionales en según que situación, parece obvio que todos los miembros de la compañía puedan acceder al mismo.



COMPRENSIBLE: siguiendo con el punto anterior, es necesario que el manual esté redactado en un lenguaje claro, que permita a cualquier trabajador entender cuáles son las pautas reflejadas.



FLEXIBLE: las normas protocolarias no deben entenderse como inamovibles, sino que pueden ajustarse en función de cada caso, siempre que se mantenga el sentido común.



CONTENIDOS

El organigrama de la compañía, así como la precedencia.

Los logos, escudos, símbolos y demás elementos de la imagen corporativa de la institución y las indicaciones sobre su uso.



Las normas de protocolo mixto, aquel que se produce cuando la actividad incluye a representantes del sector público, en función a la normativa.

Las reglas de recepción y acompañamiento de visitas, indicando como se deben desarrollar y quién o quiénes deben participar en las mismas.



Tratamiento que se dará a ciudadanos y autoridades.

Los códigos de comportamiento, haciendo referencia a las pautas exigidas a la plantilla, como vestimenta y pautas para la atención telefónica.



NORMA 2

6.- PLANEACIÓN DE EVENTOS

El éxito de los eventos, depende de una buena planeación. A continuación, los temas a tener en cuenta.

CONCEPTO

Si es un evento formal hace referencia al estricto seguimiento a las normas del protocolo. El no formal, puede llegar a romper con algunas de las reglas.

- **Anfitrión:** persona que invita y preside el evento
- **Motivación de fecha:** si es una conmemoración especial.
- **Objetivo:** qué queremos lograr con la realización del evento y mensaje que se quiere transmitir.

ETAPA DE PREPARACIÓN

- Fecha
- Lugar
- Hora

PRESUPUESTO

El presupuesto hace referencia a los recursos que se deben tener en cuenta para el desarrollo de un evento. Debe realizarse organizada y detalladamente, hasta contemplar imprevistos. Saber si se necesita un proceso contractual previo o cómo se cubrirán los gastos del evento.

AMBIENTACIÓN LOGÍSTICA

- Mesa principal
- Mesa de registro
- Mantel
- Sillas
- Atril
- Habladores
- Arreglo floral
- Banderas
- Himnos (patrios)
- Música de ambientación

SEGURIDAD Y LOGÍSTICA

- Exterior
- Interior
- Avanzadas
- Vallas de cerramiento
- Baños portátiles

PROTOCOLO

- Programa o agenda
- Cartas de invitación
- Tarjetas de invitación
- Lista de autoridades y precedencias
- Orden del día
- Obsequios
- Decoración
- Placas
- Certificados
- Elementos para inauguraciones
- Mesa auxiliar

CLASIFICACIÓN DE LOS ACTOS

- Solemne
- Institucional
- Académico
- Deportivo

ORGANIZACIÓN DE LOS ACTOS

Solemnes e institucionales

Orden del Día

- Bienvenida
- Palabras del señor Alcalde
- Desarrollo del evento
- Firmas de actas o entregas (cuando aplique)
- Entrega de placa o reconocimiento

Inauguración y/o entrega de obras

Tener en cuenta: adecuación del lugar, banderas, simbolismos para la inauguración, orden del día, mesa principal, sillas, atril, cinta para desanudar o cortar, precedencia, sitio para medios de comunicación.

ACADÉMICOS

- Objetivo
- Invitación a los conferencistas
- Presentación y desarrollo del acto

También tenemos:

PROTOCOLO PREVIO A LA ORGANIZACIÓN DE UN EVENTO.

LUGAR Y HORARIO: los eventos en exteriores suelen tener un aire mas informal que permite ciertas concesiones.



INVITADOS: es muy importante conocer el público que va a asistir al acto.



PROGRAMA: antes de la celebración del evento se debe diseñar un programa de actos que figuren todas las personas que van a tomar la palabra y el tiempo de intervención de cada una.



INFRAESTRUCTURA: previamente a la celebración del evento se tiene que hacer un inventario de todos los elementos que se necesitan para llevarlo a cabo.



PROTOCOLO DURANTE EL ACTO



PAPEL DE
ENFITRIÓN



LAS
COMIDAS



RECEPCIÓN DE
INVITADOS



PROTOCOLO
AL TÉRMINO
DEL EVENTO

Fuente: Municipio de San Miguel de Urcuquí
Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández

También tenemos:

CARACTERÍSTICAS EN UN EVENTO DE CARÁCTER INSTITUCIONAL

Teniendo claro lo que hemos visto hasta ahora, llega el turno de ir mas allá. Vamos a fijarnos en qué requisitos cumplen o deberían cumplir quienes organizan un evento para una institución.

CREATIVIDAD.

Es cierto que los eventos organizados para instituciones pueden tener un guion marcado de antemano, lo cual no es óbice para crear un cita original y diferente, sin perder por ello la seriedad que se le supone al acto.



DINAMISMO.

Si somos, no todos los eventos de este tipo son dinámicos, pero deberían serlo. El hecho de que participen instituciones de cualquier ámbito no es excusa para caer en el tedio.



SERIEDAD.

Cuando una institución organiza un evento la seriedad suele ser una clara seña de identidad. Este punto no está reñido con el anterior: un acto y solemne puede ser al mismo tiempo entrenamiento. Pero es necesario que considere a sus asistentes como debe y que tenga el decoro que se espera de un acto en el que participan distintas instituciones y sus representantes.

**BUENA ORGANIZACIÓN.**

En un evento organizado para un institución todo estar controlado. No debemos pasar alto que al acontecimiento acudirán personalidades, prensa o público general.

**PROTOCOLO MARCADO.**

En muchas ocasiones, en un evento de carácter institucional. Es vital que se tenga en cuenta el protocolo tanto a la hora de tratar a los asistentes como en su distribución.



PRENSA.

Es frecuente que en los eventos de las instituciones este presente la prensa, ya sea por el tema del encuentro en sí o por los asistentes a él, es imprescindible facilitar su trabajo, sin que por ello se vean molestados los presentes.

**CONOCIMIENTO DE LOS ASISTENTES.**

Es muy importante que los organizadores del evento tengan claro qué personalidades acudirán a la cita. Si este aspecto está bien gestionado todos los invitados serán atendidos de la manera adecuada.

**CALIDAD.**

En un acto institucional la calidad es fundamental. Por regla general acudirán a las personas que están acostumbrados a disfrutar de actos selectos, preparados con esmero.



SEGURIDAD.

Por desgracia vivimos en un mundo convulso caracterizado por la inseguridad. En un evento institucional es clave controlar este punto, sobre todo si acuden personalidades importantes, por lo que a la hora de preparar el acto de tendrán presentes sus características, las personas que lo presenciaron y las infraestructuras con las que se cuenta.



NORMA 3

7.- NUESTRA IDENTIDAD A TRAVÉS DEL PROTOCOLO INSTITUCIONAL

El protocolo y la etiqueta son expresiones de las relaciones interpersonales positivas, claves del éxito a nivel personal, familiar, social, institucional, empresarial, nacional e internacional. Hacen la vida agradable por medio de las buenas maneras, la dignidad y orden.

EL PROTOCOLO Y ETIQUETA SON ADEMÁS:

- Una muestra de respeto y consideración hacia los demás
- Una disciplina: hacer lo que toca, cuando toca y como toca
- Un sistema para que la institución funcione mejor
- Una forma de hacer la vida agradable por medio del tacto y la generosidad
- Una demostración de buen gusto: teniendo en cuenta lo apropiado para el lugar adecuado y a la hora conveniente
- Una forma de dar solemnidad a las ceremonias, ajustándolas a las reglas que indican quien y en qué momento se debe ejecutar cada acción

UBICACIÓN DE LAS BANDERAS EN LOS EVENTOS

Preside al centro la bandera del país cuyo territorio tiene lugar cada evento, en nuestro caso la bandera del Ecuador.

HIMNOS

Los himnos se tocan de acuerdo a la importancia del acto y de los invitados y si es de cobertura internacional, nacional, departamental, municipal o local. Se deben escuchar de pie y en silencio por ser un símbolo patrio. Los himnos no se aplauden.

PRECEDENCIA Y PROTOCOLO INSTITUCIONAL

Hace referencia a la ubicación de invitados en un evento o mesa de acuerdo a su cargo.



Fuente: Municipio de San Miguel de Urcuquí.
Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández

También tenemos:

IMAGEN DE LA INSTITUCIÓN

Es imprescindible la buena relación con todos los grupos que afectan a nuestro organismo, el propio personal, los accionistas, proveedores, otras instituciones, asociaciones vecinales o de otro tipo que tengan relación con nosotros, medios de comunicación, organismos de la administración de la nación o autónomos, otras entidades.

- Labores de información.
- Comunicación y relación con los medios.
 - Protocolo.
- Asesoría al equipo de dirección.
- Actuación frente a acontecimientos especiales.
- Desarrollo de un plan integral de comunicación.



Fuente: Municipio de San Miguel de Urcuquí.

Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández

En proyección podrá encontrar la formación necesaria para el correcto desempeño de las labores de protocolo en el plano institucional y al mismo asesoramiento para la realza de sus actos institucionales nuestra formación y asesoramiento incluye; entre otros aspectos:

- Diseño de campañas de comunicación para reforzar la imagen de la institución.
- Atención a clientes reales y potenciales del organismo.
- Realización de campañas publicitarias.
- Organización de convencionales, ferias y exposiciones.
- Creación de un manual de la organización.
- Preparación de visitas a empresas.
- Entrega de premios con el nombre la institución.
- Relación con la comunidad.
- Labores relacionadas con posibles patrocinios.
- Colocación de banderas en los sitios correspondientes de manera adecuada.
- Preparación y elaboración de actos, inauguraciones.



Fuente: Municipio de San Miguel de Urcoquí.
Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández

NORMA 4

8.- PERSONAL EN CEREMONIAS

La persona encargada del protocolo planifica, coordina y supervisa los actos o eventos que realiza la entidad.

- Direcciona el protocolo de todo el evento
- Ubica banderas y demás elementos institucionales
- Socializa las normas que regirá cada evento a los directivos involucrados
- Coordina con los jefes de protocolo de invitados y autoridades

PRESENTADOR O MAESTRO DE CEREMONIA

- Persona que anima o conduce un acto o evento
- Lee el orden del día del evento, según libreto previamente ensayado
- No da opiniones personales
- Coordina os tiempos

AUXILIARES

- Personal que apoya el desarrollo del evento. Los auxiliares pueden ser:
- Registrar invitados
- Acomodar invitados
- Entregar refrigerio o material grafico
- El grupo organizado y logístico del evento estará vestido acorde al uniforme institucional. Los accesorios deben ser sobrios sin sobrecargar el atuendo

NORMA 5

9.- PROTOCOLO GENERAL DE ATENCION AL USUARIO

a). PRINCIPIOS ORIENTADORES

La acción defensorial está orientada por los siguientes principios transversales a toda actividad, adoptados para dar mayor participación a la comunidad en el conocimiento, exigibilidad y protección de sus derechos.

- Cultura del servicio
- Calidad
- Participación

b). ATRIBUTOS DE LA BUENA ATENCIÓN

El personal que interactúe con los usuarios a través de los diferentes canales de atención, debe tener siempre una buena disposición para actuar de manera:

- Respetuosa
- Amable
- Solidaria
- Incluyente
- Oportuna
- Honesta
- Efectiva

c). ACTITUD

El personal debe adoptar siempre una buena actitud durante la atención al usuario y reconocer a todos los ciudadanos sus derechos.

En este contexto, entiende por buena actitud, la forma de actuar predispuesta a favor de las necesidades del usuario con una motivación inclinada al servicio social:

- Conceptual
- Emocional
- Conductual

d). LENGUAJE

El lenguaje utilizado con el usuario de los servicios cumplirá con ciertos requisitos para garantizar la efectiva comunicación y: en consecuencia, la buena atención.

- El lenguaje siempre debe ser respetuoso, claro y sencillo, evitando tecnicismos que confundan al usuario.
- Vocalizar de manera clara para que el mensaje sea comprensible por el usuario.
- Evitar tutear y utilizar términos cariñosos para referirse al usuario. El respeto no significa confianza.

e). ATENCIÓN PRESENCIAL

La atención presencial es el canal más común por el que los ciudadanos acceden a los servicios de la institución, entidad que tienen presencia en todos los departamentos del país y que realiza una gestión activa en todos los eventos de vulneración de los derechos humanos.

En la atención presencial juegan un papel importante elementos como los siguientes:

❖ PRESENTACION PERSONAL

❖ COMPORTAMIENTO

- Expresión del rostro
- Postura
- Leguaje

- Cumplir con el horario
- Atención exclusiva

❖ **ENTORNO DE LA ATENCIÓN**

- Puesto de trabajo

❖ **COMPETENCIAS**

- Familiarizarse con el lugar
- Conocimiento propio de la entidad
- Habilidad analítica

f). SUJETOS QUE INTERACTUAN

GUARDIA DE SEGURIDAD

PROTOCOLO

- Abrir la puerta cuando el ciudadano se aproxime para no obstaculizar la entrada.
- Saludarle antes que el usuario lo haga y no mirarlo con desconfianza.
- En ningún caso puede indagar acerca de la situación que lo motiva a solicitar los servicios de la institución.
- Si requiere revisar maletas o paquetes, debe informarse primero la necesidad de hacerlo de manera cordial.
- Indicarle al usuario la ventanilla a la cual debe dirigirse para que le sea asignado el turno de atención.

PERSONAL DE PRECONSULTA

PROTOCOLO

- Saludar amablemente y preguntar de manera cortés los motivos que lo traen a la institución.
- Verificar que el usuario traiga consigo los documentos necesarios para entrevistarse con el personal competente.

- Informarle el turno asignado de acuerdo al asunto que manifiesta e indicar el lugar en donde debe esperar y el tiempo aproximado de espera.

PERSONAL COMPETENTE

PROTOCOLO

- Saludar amablemente, preguntar de manera cordial en qué puede ayudar y escuchar con atención.
- Asegurarse de haber entendido lo que requiere el usuario, para garantizar que el servicio ofrecido coincida con el esperado por él.
- En caso de necesitar retirarse por un corto tiempo del puesto de trabajo deben explicarse los motivos por los que se retira y el tiempo aproximado en que tardará en volver. Cuando regrese debe agradecer la espera.

PERSONAL DE VENTANILLA

PROTOCOLO

Saludar amablemente e informar al usuario la fecha y hora exacta en la que debe presentarse, cuando sea necesaria una cita posterior.

Si ha sido remitido a otro punto de atención, preferiblemente dar por escrito la dirección, fecha, hora y si es posible el nombre del funcionario que lo atenderá.

g) ATENCIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

MUJERES

El trato con las mujeres debe ser sin discriminación, evitando la revictimización. Evite cualquier comentario o lenguaje estigmatizante o concluyente sobre la conducta de la mujer y que esté basado en los estereotipos de rol de género. Deben hacerse uso apropiado

de las instalaciones, de modo que la mujer víctima tenga privacidad y pueda hablar directamente con el o la profesional que vaya atender su caso.

POBLACIÓN CON ORIENTACIÓN SEXUAL E IDENTIDAD DE GÉNERO DIVERSA.

Garantizar un trato respetuoso hacia esta población, desde el mismo momento en que entran a las instalaciones, hasta cuando salen. La atención debe brindarse erradicando los estereotipos que se tienen sobre esta población.

h) ATENCIÓN PREFERENCIAL

ADULTOS MAYORES Y MUJERES EMBARAZADAS O LACTANTES

El guardia de seguridad de manera cordial señala el lugar destinado para ellos dentro de la sala de espera, y el orientador asigna el turno de atención. Si su estado de salud lo requiere, debe preguntarle al usuario si desea que lo acompañen hasta el lugar en que la persona competente lo atenderá.

NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES

Se entiende por niño o niña, las personas entre los 0 y los 12, y por adolescente, las personas entre 12 y 18 años de edad.

Priorizar su atención respecto de los otros usuarios del servicio. Ninguno de los sujetos que interactúan puede mostrar incredulidad hacia su presencia en cualquiera de los escenarios de atención.

GRUPOS ÉTNICOS

Identificar si el ciudadano puede comunicarse en español, y de requerirse, informar al jefe de inmediato para solicitar un intérprete.

i). CIUDADANOS EN CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD

Mantener control sobre la expresión del rostro, evitar las risas burlonas y los comentarios de doble sentido que puedan generar un sentimiento de rechazo, discriminación o desagrado.

DISCAPACIDAD AUDITIVA

Hablar de frente al usuario vocalizando lentamente sin exagerar, y por ningún motivo tapar los labios para que puedan ser leídos. Si resulta imposible la comunicación puede ofrecerle papel y lápiz para que se manifieste escribiendo y así mismo, darle respuesta a su solicitud. No obstante debe ser breve y clara.

DISCAPACIDAD VISUAL

Mantener siempre informado al usuario sobre las actividades que se estén realizando y orientarlo con claridad sobre lo que se pide que haga.

DISCAPACIDAD FÍSICA O MOTORA

No tocar ni cambiar de lugar los instrumentos que utiliza el usuario de ayuda para su movilidad.

DISCAPACIDAD COGNITIVA Y/O MENTAL

Formular preguntas cortas y evitar realizar comentarios que irriten o alteren al usuario

j) ATENCIÓN TELEFÓNICA

Por este medio es posible la interacción en tiempo real entre el personal y el ciudadano a través de la red telefónica fija de todas las regiones y nivel central, así como con el uso de computador.

- Tono de voz
- Lenguaje
- Vocalización
- Competencias

k). ATENCIÓN VIRTUAL

El personal de la institución es responsable de su correo institucional, por lo que o debe usarse temas personales y menos para evitar cadenas, por lo que se recomienda evitar el acceso a terceros que puedan manipular su información.

l) OPINIONES Y COMENTARIOS

Para este tipo de participación el procedimiento consiste en analizar el comentario y responder con acciones de gestión actual o futuras de la institución.

m).FELICITACIONES

El personal de la institución analiza la felicitación y responde con un agradecimiento, valorando el esfuerzo de la entidad en lograr los objetivos e invitando al usuario a continuar atento a la gestión.

n). CRÍTICAS CONSTRUCTIVAS Y NEGATIVAS

Luego de analizar el comentario se valora la participación. El personal de la institución debe responder con el respeto al contenido, comunicando que se ha tomado nota de la observación, señalando las acciones que se han tomado para solucionar la problemática y recalcando la importancia de un enfoque de derechos.

4.6 IMPACTOS

Educativo:

Al ser la educación el punto para resolver problemas y a la vez contribuye como la mejor forma de desarrollo de formación profesional y personal.

Social:

Siendo instituciones públicas que brindan servicios hacia la comunidad se debe tomar en cuenta cada uno de los procedimientos.

Difusión:

De nada serviría que el trabajo investigativo realizado con esfuerzo y dedicación para la elaboración de una guía cuya información va en beneficio del mejoramiento de la atención al cliente no se socialice.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES:

- El personal que trabaja en el GADM-U actualmente no maneja un nivel equilibrado para brindar un excelente servicio de calidad.
- Los usuarios del cantón presentan un nivel regular de insatisfacción de atención al cliente.
- Se diagnosticó que el personal administrativo debe mejorar en motivación e iniciativa para poder brindar un excelente servicio.
- Mejorar la comunicación entre el personal administrativo con el fin de no afectar con los objetivos propuestos.
- Se analizó a cada uno de los clientes que acuden diariamente a las oficinas del GADM-U
- Se evidencio que un servicio de calidad depende para que la imagen institucional se maneje de manera positiva hacia el entorno.
- Se evidencio que la falta de un manual de servicio al cliente servirá como apoyo para mejorar su atención.
- El personal administrativo no se evalúa a manera personal sobre las actitudes hacia el cliente.

RECOMENDACIONES:

- Se recomienda mantener al personal altamente capacitado y actualizado en cuanto a la importancia del uso correcto de las normas de imagen personal.
- Es necesario que el personal se sienta motivado en su arreglo personal, se recomienda dictar charlas referentes al tema para aumentar su interés.
- Estar actualizados en cuanto a las normas de imagen personal permite un mejor desenvolvimiento, se recomienda aplicar las pautas que se establecieron en la guía propuesta.
- Se recomienda socializar con el personal la existencia y correcto uso de las normas de imagen institucional.
- La imagen que se muestre en la atención ayuda a mantener una mejor relación con el cliente, se recomienda socializar con los funcionarios sobre la importancia que tiene brindar una buena imagen para despertar su interés en su arreglo personal diario y así mostrar una buena imagen del personal y de la institución.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **CLIENTE:** Es la persona que adquiere nuestros productos o servicios, con la finalidad de suplir una necesidad que para él es básica e importante en ese momento. Ellos son los más importantes de nuestra empresa gracias a ellos es la productividad.
- **DEMOCRACIA:** Es una forma organización del estado en la cual las decisiones colectivas son adoptadas por el pueblo mediante mecanismos de participación directa o indirecta que confieren legitimidad a sus representantes.
- **DESCENTRALIZACIÓN:** es el proceso de distribuir o dispersar funciones, poderes, personas o cosas fuera de una ubicación o autoridad central.
- **ENCUESTA:** Son un tipo de preguntas verbal o escrita que se relaciona a un grupo de personas determinado para obtener información sobre un tema específico para investigación, cuando es de forma escrita se usa entrevista y de forma escrita se realiza por medio de cuestionario.
- **ENTREVISTA:** Es un intercambio de ideas, opiniones mediante una conversación que se da entre una, dos o más personas donde un entrevistador es el designado para preguntar. El objetivo es obtener determinada información, ya sea de tipo personal o no.
- **ESTRATEGIA:** Es un plan que especifica una serie de pasos o de conceptos nucleares que tienen como fin la consecución de un determinado objetivo.

- **ETIQUETA:** Es el conjunto de reglas y costumbres que nos permite desenvolvemos adecuadamente en los diferentes ambientes. Acto ceremonial y solemne que se observa en sitios públicos.
- **IMAGEN INSTITUCIONAL:** Es el conjunto de creencias, actitudes y percepciones que tienen los públicos sobre una empresa. Es decir, es la forma en que ese público interpreta el conjunto de señales procedentes de productos, servicios emitidos por la misma institución.
- **IMAGEN PERSONAL:** Es nuestra carta de presentación. Refleja la manera en que queremos relacionarnos con el mundo y con los demás.
- **INSATISFACCIÓN:** Es cuando un cliente no se siente satisfecho con el servicio o producto que le estén brindando la empresa, ya sea por su mala atención o el desempeño del producto no alcanza a sus expectativas frente a su necesidad.
- **JERARQUÍA:** organización de personas o cosas en una escala ordenada y subordinante según un criterio de mayor o menor importancia o relevancia dentro de la misma.
- **LINEAMIENTOS:** Es un conjunto de órdenes o directivas que un líder realiza a sus seguidores o subordinados. Es también una explicación o una declaración de principios.
- **MANIFESTACIONES:** Es el agrupamiento de numerosas personas en la vía publica las cuales disponen un objetivo en común y por caso disponen de un mensaje más o menos definido en orden a conseguirlo o promoverlo.

- **MANUAL:** Se trata de un documento que establece cómo deben desarrollarse las actuaciones de la institución en base a principios, normas y reglas.
- **NORMAS:** Son las reglas que deben seguir las personas para una mejor convivencia, a las que deben ajustar las conductas, tareas y actividades del ser humano.
- **PRECEDENCIAS:** Es el orden establecido por el que se colocan las personas asistentes a un acto en función de su jerarquía, rango o categoría.
- **PROTOCOLO INSTITUCIONAL:** Es algo más que el simple Protocolo oficial. Dado que actualmente aplicamos con carácter genérico y restrictivo al término Protocolo oficial a los actos que se organizan por el Estado (oficiales, incluso en la errónea creencia que todo lo que organiza el estado son actos oficiales).
- **QUEJAS:** Es una expresión que denota molestia, disgusto o dolor. Puede ser expresada de muchas formas, de forma oral, presenta características de enojo, donde las palabras utilizadas pueden ser ofensivas o expresen dolor por el daño que es la razón de la queja.
- **SERVICIO AL CLIENTE:** Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

REFERENCIAS BIBLOGRÁFICAS

1. ALBRECHT, K., & BRADFORD, L. (1998). EDITORIAL 3R.
2. Albrecht, K., & Bradford, L. (2017). *Excelencia en el Servicio*. Editorial 3R.
3. Alonso, R. (2015). Obtenido de La atención al cliente y calidad y su influencia en el desempeño laboral de la secretaria del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social de el Oro
4. Alonso, R. (2015). *Universidad Técnica de Machala*.
5. Asamblea Nacional. (2008). *CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR*. Montecristi.
6. Ateco. (2 de Octubre de 2018). *Proceso de Atención al Cliente*. Obtenido de Fases y comportamientos: <https://www.aiteco.com/proceso-de-atencion-al-cliente/>
7. Calvopiña, A. I. (2015). Manual de Protocolo para la organizacion de eventos del gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Pujilí.
8. Capriotti, P. (2006). *Imagen de Empresa*. Obtenido de www.bidireccional.net
9. Castellanos, J. C. (20 de Semptiembre de 2018). *MARKETING DE SERVICIOS*. Obtenido de EL CLIENTE Y LA EMPRESA: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/894/EL%20CLIENTE%20Y%20LA%20EMPRESA.htm>

10. Cervantes, J. A. (2017). Importancia de la excelencia en el servicio al cliente para el sector turístico. *Caribeña de Ciencias Sociales*.
11. Clemente, T. P. (1996). *La atención al usuario de la Administración pública*. Granada: 84-88282-21-4.
12. Comisión de Legislación y Codificac. (2018). *Ley Orgánica de Regimen Municipal, Codificación*. Obtenido de http://www.emseguridad-q.gob.ec/mtdocuments/6.ley_organica_de_rgimen_municipal.pdf
13. Chiluiza, V. (2015). Obtenido de Manual de protocolo de servicios y su influencia en la gestión de calidad para el aprovechamiento de recursos técnicos y humanos en el Gobierno Provincial de Imbabura.
14. Chiluiza, V. (2015). *Manual de protocolo de servicios y su influencia en la gestión de calidad para el aprovechamiento de recursos técnicos y humanos en el Gobierno Provincial de Imbabura*.
15. Ecuador, C. d. (2008).
16. Estate, O. (2005).
<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/28697.pdf>
f.
17. Estate, O. (2005). *Curso de Protocolo*.

18. ESTRADA, S. A. (2011). Obtenido de
file:///C:/Users/HP/Downloads/Manual_Protocolo_Eventos_CUL.pdf
19. Fernández, M. (2018).
20. Fernández, M. (2018). *Memorias protocolo y organización de eventos*. Obtenido de
[http://www.funlam.edu.co/uploads/facultadcomunicacion/244_MEMORIAS_PROT
OCOLO_Y_ORGANIZACION_DE_EVENTOS01.pdf](http://www.funlam.edu.co/uploads/facultadcomunicacion/244_MEMORIAS_PROT
OCOLO_Y_ORGANIZACION_DE_EVENTOS01.pdf)
21. FORETUR. (s.f). México: Calidad de Servicio y Atención al Cliente en Hostelería.
22. FORETUR. (s.f). *Calidad de Servicio y Atención al Cliente en Hostelería*.
23. GAD Municipal de Urcuquí. (15 de Octubre de 2018). *Gobierno*. Obtenido de
Visión y Misión:
[http://www.urcuqui.gob.ec/munurcuqui/index.php?option=com_content&view=arti
cle&id=46&Itemid=199#](http://www.urcuqui.gob.ec/munurcuqui/index.php?option=com_content&view=arti
cle&id=46&Itemid=199#)
24. Gallardo, A. (2014). *Calidad de servicio: satisfacción usuaria desde la perspectiva
de enfermería*. Obtenido de Enfermeria Total, 353-363:
<http://scielo.isciii.es/pdf/eg/v13n36/revision5.pdf>
25. González, N. (09 de Octubre de 2018). *Marketeroshoy*. Obtenido de Cómo crear un
Plan de Servicio al Cliente: [https://marketerosdehoy.com/marketing/como-crear-
plan-de-servicio-al-cliente/](https://marketerosdehoy.com/marketing/como-crear-
plan-de-servicio-al-cliente/)

26. Jiménez, I. (2013). *El concepto de imagen*. Obtenido de <http://coem.uprrp.edu/wp-content/uploads/2014/04/El-concepto-de-imagen.pdf>
27. Kotler, P. (2005). *Dirección de Mercadotecnia*. 8va Edición.
28. LICEO CULTURAL DE LAS AMERICAS. (2013). *Tipos y Clases de Protocolo*. Obtenido de <http://www.actiweb.es/englishfunny/archivo1.pdf>
29. Ligeró. (2013). *La Satisfacción del Cliente*. Bolivia: Rev Med.
30. Lima. (2013). *Propuesta de una guía protocolaria*. Obtenido de Universidad Técnica del Norte.
31. Lima, X. (2013). Obtenido de Propuesta de una guía protocolaria
32. Lima, X. (2013). *Análisis del conocimiento y aplicación de las reglas de etiqueta y protocolo en los eventos sociales por parte de las secretarías y funcionarios del Municipio de Ibarra. Propuesta de una guía protocolaria*. Obtenido de Universidad Técnica del Norte.
33. Lima, X. (2013). *Propuesta de una guía protocolaria*.
34. López González. (2013). *Calidad total en la atención al cliente*. SL. Editorial.
35. López, C. (18 de Mayo de 2001). *Gestiopolis*. Obtenido de Los 10 componentes básicos del buen servicio: <https://www.gestiopolis.com/10-componentes-basicos-buen-servicio/>

36. López, C. (18 de Mayo de 2001). *Gestiopolis*. Obtenido de Los 10 componentes básicos del buen servicio: <https://www.gestiopolis.com/10-componentes-basicos-buen-servicio/>
37. López, M. (2015). Propuesta de un Manual en imagen personal, protocolo y funciones dirigido a las Secretarías del Preuniversitario Einstein.
38. Luján, R. (15 de Marzo de 2016). *AnaliticaWeb*. Obtenido de Empresa y cliente: una relación madura y duradera: <https://www.analiticaweb.es/empresa-y-cliente-una-relacion-madura-y-duradera/>
39. Martínez Muñoz, L. (Abril de 2007). *Contribuciones a la Economía*. Obtenido de Consideraciones teóricas sobre atención al cliente: <http://www.eumed.net/ce/2007a/lmm.htm>
40. Martínez Muñoz, L. (Abril de 2007). *Contribuciones a la Economía*. Obtenido de Consideraciones teóricas sobre atención al cliente: <http://www.eumed.net/ce/2007a/lmm.htm>
41. Martínez, M. (2007). *Manual básico de protocolo*. Obtenido de <http://www.editdiazdesantos.com/wwwdat/pdf/9788479788100.pdf>
42. MercadologosTips. (12 de Septiembre de 2018). *Como hacer una fundamentacion*. Obtenido de <https://respuestas.tips/como-hacer-una-fundamentacion/>

43. Metro Ecuador. (15 de Octubre de 2018). *Escudo Nacional*. Obtenido de Símbolo que representa nuestra historia y riquezas: <https://www.metroecuador.com.ec/ec/noticias/2015/10/31/dia-escudo-nacional-simbolo-que-representa-nuestra-historia-riquezas.html>
44. Montalvo Cisneros, E. (2018). *IMPLEMENTACIÓN DE UN MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y CONTROL DE INFORMACIÓN PARA LA EMPRESA GUAMBAR DE SAN ANTONIO DE IBARRA. PROVINCIA IMBABURA EN EL AÑO 2018*. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/8885/1/05%20FECYT%203428%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>
45. Montero, T. (2011). *Módulo de Filosofía Social*. Quito.
46. Muñoz Martínez, L. (Abril de 2007). *Contribuciones a la Economía*. Obtenido de Consideraciones teóricas sobre atención al cliente: <http://www.eumed.net/ce/>
47. Muñoz Martínez, L. (Abril de 2017). *Contribuciones a la Economía*. Obtenido de Consideraciones teóricas sobre atención al cliente: <http://www.eumed.net/ce/>
48. Muñoz, L. M. (Abril de 2007). *Contribuciones a la Economía*. Obtenido de Consideraciones teóricas sobre atención al cliente: <http://www.eumed.net/ce/>
49. Parres. (2015). *La atención al cliente y calidad y su influencia en el desempeño laboral de la secretaria del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social de el Oro*. Obtenido de Universidad Técnica de Machala.

50. Patiño Díaz, L. (2011). Etiqueta y protocolo base de la imagen empresarial. *Contribuciones a la Economía*, 25. Obtenido de Etiqueta y protocolo base de la imagen empresarial.
51. Peñafiel Díaz, C. (2017). *FACTORES QUE INCIDEN EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y SU INFLUENCIA EN LA IMAGEN CORPORATIVA EN LOS GOBIERNOS AUTÓNOMOS DESCENTRALIZADOS PARROQUIALES; CAHUASQUÍ, PABLO ARENAS, SAN BLAS, TUMBABIRO DEL CATÓN URCUQUÍ EN EL PERIODO 2016-2017*. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/7314/1/05%20FECYT%203232%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>
52. Pérez, V. C. (2005). *Calidad total en la atención al cliente*. SL. Editorial.
53. Protocolo.org. (15 de Octubre de 2018). *Protocolo y etiqueta*. Obtenido de Uso de la Bandera Nacional: <https://www.protocolo.org/modelos/manual/protocolo-espea/11-uso-de-la-bandera-nacional.html>
54. Rojas, C. (2015). Obtenido de Protocolo de servicios y su influencia en la gestión de calidad para el aprovechamiento de recursos técnicos y humanos en el gobierno descentralizado de Antonio Ante
55. Rojas, C. (2015). *Universidad Técnica del Norte*.
56. Rubio, Portillo. (S/N). *Precedencias*. España.

57. Sánchez González, D. (05 de Marzo de 2017). Obtenido de <http://mdmsanchez.blogspot.com/2017/03/que-es-el-protocolo-institucional.html>
58. Sánchez González, D. (05 de Marzo de 2017). *Ceremonial, Protocolo, Relaciones Públicas y Comunicación*. Obtenido de ¿Qué es el Protocolo Institucional?: <http://mdmsanchez.blogspot.com/2017/03/que-es-el-protocolo-institucional.html>
59. Sánchez, D. (2017). *Protocolo y Relaciones Institucionales*. IV,158-167.
60. Símbolos Patrios. (17 de Octubre de 2018). *Símbolos Patrios*. Obtenido de Símbolos patrios del Ecuador: <https://www.simbolospatriosde.com/ecuador/>
61. Sodexo. (20 de Septiembre de 2018). *Servicios de calidad de vida*. Obtenido de Factores para lograr la excelencia en la atención al cliente: <http://www.vidaprofesional.com.ve/blog/7-factores-para-lograr-la-excelencia-en-la-atencion-al-cliente.aspx>
62. SrProtocolo. (22 de Febrero de 2016). *Protocolo*. Obtenido de Como colocar banderas: <http://srprotocolo.com/protocolo/como-ordenar-banderas-precedencia-y-colocacion/>
63. Thompson, I. (2005). *La Satisfacción del Cliente*. Bolivia: Rev Med.
64. Thompson, I. (2005). *La Satisfacción del Cliente*.
65. Tschohl, J. (2008). *El alma secreta de la empresa que alcanza la Excelencia*.

66. Vallejos León, C. (2016). *FORTALECIMIENTO DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE MEDIANTE LA IMPLEMENTACIÓN DE PROTOCOLOS DE SERVICIOS Y SEGUIMIENTO A LOS EMPLEADOS DE LA COOPERATIVA AMAZONAS MARZO-JULIO 2016*. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/6000/1/05%20FECYT%203055%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>
67. Verdú. (2013). *Características Personales para el Éxito en la Atención al Cliente*. Obtenido de Características Personales para el Éxito en la Atención al Cliente: <https://clientelandia.wordpress.com/2013/03/20/13-caracteristicas-personales-para-el-exito->
68. Wikipedia. (4 de Octubre de 2018). *Himno nacional*. Obtenido de Himno nacional: https://es.wikipedia.org/wiki/Himno_nacional

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA
LICENCIATURA DE SECRETARIADO EJECUTIVO EN ESPAÑOL



Secretariado Ejecutivo

ENTREVISTA

APLICADA AL SEÑOR ALCALDE Y CONCEJALES DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN SAN MIGUEL DE URCUQUÍ.

Tema: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD AL SERVICIO DEL CLIENTE Y PROTOCOLO INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN SAN MIGUEL DE URCUQUÍ”.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente cada una de las preguntas y conteste con la mayor sinceridad posible, sus datos ayudarán a desarrollar el plan de investigación.

1.- ¿Cómo Califica usted el protocolo institucional y servicio al cliente del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Miguel de Urcuquí?

.....

.....

.....

.....

2.- ¿Usted cree que todos los funcionarios tienen el conocimiento suficiente sobre los temas protocolo institucional y servicio al cliente? Si la respuesta es NO, por favor realice la respectiva argumentación.

.....

.....

.....

.....

3.- ¿Cree usted que es necesario la creación de un manual de Protocolo Institucional y Servicio al Cliente para el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Miguel de Urcuquí?

.....

.....

.....

.....



ENCUESTA

APLICADA A LOS FUNCIONARIOS ADMINISTRATIVOS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESECENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN SAN MIGUEL DE URQUQUÍ.

Tema: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD AL SERVICIO DEL CLIENTE Y PROTOCOLO INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN SAN MIGUEL DE URQUQUÍ”.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente cada una de las preguntas y conteste con la mayor sinceridad posible, sus datos ayudarán a desarrollar el plan de investigación. Por favor marque con una X.

1.- **¿Considera usted importante que el personal del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Miguel de Urququí debe proyectar un buen protocolo institucional y brindar un excelente servicio al cliente?**

Siempre () casi siempre () rara vez () nunca ()

2.- **¿Considera usted importante que se brinde a los funcionarios administrativos capacitaciones sobre servicio al cliente y protocolo institucional?**

Siempre () casi siempre () rara vez () nunca ()

3.- **¿Conoce usted normas de un manual de Protocolo Institucional y Servicio al Cliente?**

Si () No ()

4.- **¿Cree usted importante que la institución a la cual representa cuenta con una guía de protocolo institucional y servicio al cliente?**

Si () No ()

5.- ¿Usted muestra cortesía y respeto en el Servicio al Cliente a los diferentes usuarios?

Siempre () casi siempre () rara vez () nunca ()

6.- ¿Usted pone en práctica un proceso de empatía al momento de recibir a un usuario?

Siempre () casi siempre () rara vez () nunca ()

7.- ¿Con respecto al protocolo institucional, usted cumple con los reglamentos de la institución?

Siempre () casi siempre () rara vez () nunca ()

8.- ¿Con una guía práctica de servicio al cliente y protocolo institucional, cree usted que se perfeccione la imagen institucional?

Si () No ()

9.- ¿Los pedidos que se reciben por parte de los ciudadanos Urcuquireños, usted cree que son atendidos ágilmente y con una rápida solución?

Siempre () casi siempre () rara vez () nunca ()

10.- ¿Con la creación de un manual de servicio al cliente y protocolo institucional, usted instruiría todas las normativas que estos plantearían?

Siempre () casi siempre () rara vez () nunca ()



ENCUESTA

APLICADA A LOS USUARIOS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN SAN MIGUEL DE URCUQUÍ.

Tema: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD AL SERVICIO DEL CLIENTE Y PROTOCOLO INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN SAN MIGUEL DE URCUQUÍ”

IBSTRUCCIONES: Lea determinadamente cada una de las preguntas y conteste con la mayor sinceridad posible, sus datos ayudaran a desarrollar el plan de investigación. Por favor marque con una X.

1.- ¿Cómo califica el protocolo institucional y servicio al cliente que emplean los funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Miguel de Urcuquí a los usuarios?

Excelente () Muy bueno () Bueno () Regular ()

2.- ¿Usted recibe respuestas a sus problemas, reclamos y quejas de manera rápida y efectiva?

Siempre () Casi siempre () Rara vez () Nunca ()

3.- ¿El funcionario que lo recibe, brinda un buen servicio al cliente poniendo en práctica valores como: respeto y confianza?

Siempre () Casi siempre () Rara vez () Nunca ()

4.- ¿Conoce usted normas de protocolo institucional que el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Miguel de Urcuquí pone en práctica en eventos sociales?

Si () No ()

5.- ¿Cree usted que el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Miguel de Urcuquí posee un buen protocolo institucional?

Si () No ()

6.- ¿Cuándo usted tiene algún inconveniente o duda con algún trámite, los funcionarios le presentan una solución a sus necesidades?

Siempre () Casi siempre () Rara vez () Nunca ()

7.- ¿Cree usted que es necesario que el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón San Miguel de Urcuquí cuente con un manual de servicio al cliente y protocolo Institucional?

Si () No ()

8.- ¿Le gustaría que los funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón San Miguel de Urcuquí reciban capacitaciones y talleres con el tema: Servicio al Cliente y Protocolo Institucional?

Siempre () Casi siempre () Rara vez () Nunca ()

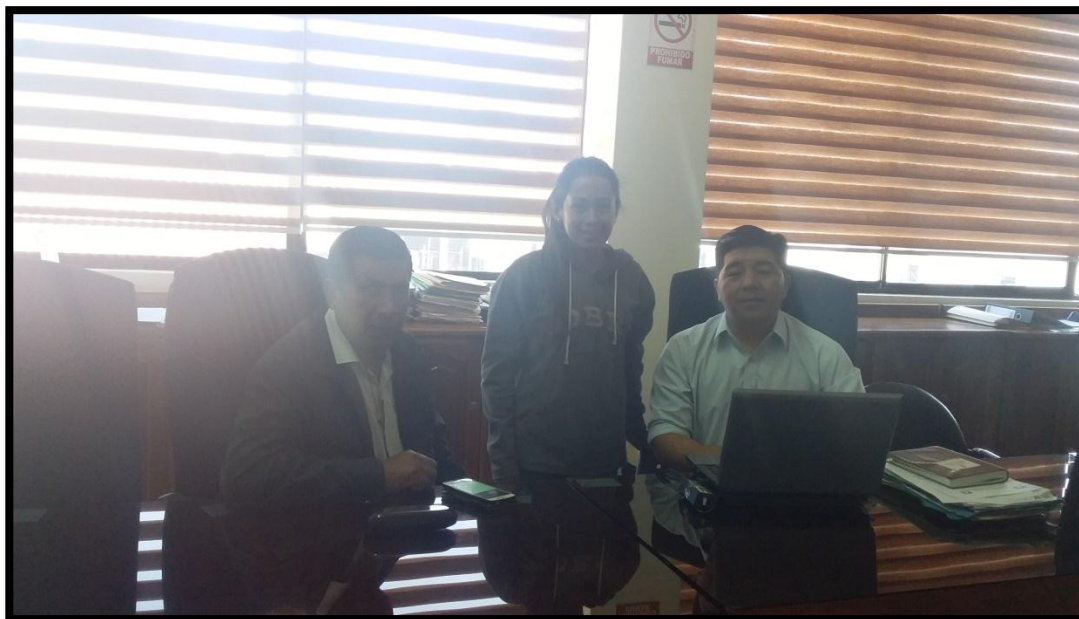
9.- ¿Utiliza el funcionario un vocabulario adecuado al momento de comunicarse con usted y brindarle un buen servicio al cliente?

Si () No ()

10.- ¿Usted cree que los funcionarios tienen algún tipo de preferencia con los demás ciudadanos al momento de brindarles un buen servicio al cliente?

Si () No ()

**FOTOGRAFÍAS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
MUNICIPAL DEL CANTÓN SAN MIGUEL DE URQUQUÍ**



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Miguel de Urququí
Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Miguel de Urququí
Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Miguel de Urququí
Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Miguel de Urququí
Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Miguel de Urcuquí
Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Miguel de Urcuquí
Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Miguel de Urququí
Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Miguel de Urququí
Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Miguel de Urququí
Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Miguel de Urququí
Elaborado: Deysi Vanessa Arias Fernández