



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA



Secretariado Ejecutivo

CARRERA DE LICENCIATURA EN SECRETARIADO EJECUTIVO EN ESPAÑOL

MODALIDAD SEMIPRESENCIAL

TEMA:

“ANÁLISIS DEL SERVICIO AL CLIENTE Y SU INCIDENCIA EN LA IMAGEN INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO EN EL AÑO 2018”

Plan de investigación previa la obtención del título de Licenciada en Secretariado Ejecutivo en Español.

AUTOR:

Sánchez Changoluisa Jessica Vanesa

TUTOR:

Msc: Encalada Canacuan Richard Adán

Ibarra, 2019.

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN



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:	100401780-0		
APELLIDOS Y NOMBRES:	SÁNCHEZ CHANGOLUISA JESSICA VANESA		
DIRECCIÓN:	TABACUNDO, BARRIO EL ROSARIO CALLE VALENCIA		
EMAIL:	JESSISANCHEZCHANGOLUISA@GMAIL.COM		
TELÉFONO FIJO:	02112-088	TELÉFONO MÓVIL:	0979931473

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"ANÁLISIS DEL SERVICIO AL CLIENTE Y SU INCIDENCIA EN LA IMAGEN INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO EN EL AÑO 2018"
AUTOR:	SÁNCHEZ CHANGOLUISA JESSICA VANESA
FECHA:	24-07-2019
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Secretariado en Español
ASESOR /DIRECTOR:	Msc: Encalada Canacuan Richard Adán

2. CONSTANCIAS

El autor 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 el 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 240 días del mes de Julio de 2019

EL AUTOR:


.....
SÁNCHEZ CHANGOLUISA JESSICA VANESA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

Luego de haber sido designado por Honorable consejo Directivo de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra en calidad de tutor del trabajo de investigación titulado: **“ANÁLISIS DEL SERVICIO AL CLIENTE Y SU INCIDENCIA EN LA IMAGEN INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO EN EL AÑO 2018”**, de autoría de la estudiante y ahora egresada: **SÁNCHEZ CHANGOLUISA JESSICA VANESA**, previo a la obtención del Título de Licenciada en la Especialidad de Secretariado Ejecutivo en Español, certifico que una vez revisada la información y hechas las correcciones solicitadas, la investigación es apta para ser sometida a la evaluación del tribunal que se designe en su momento. Es todo cuanto puedo certificar por ser justo y legal.

Atentamente,

Msc: Encalada Canacuan Richard Adán

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Ibarra, 15 de Julio de 2019

Magíster

Raimundo López

DECANO FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA FECYT

Presente.

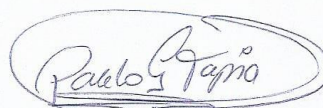
De mi consideración:

Por medio del presente **CERTIFICAMOS** que el Trabajo de Grado de autoría de la señorita Sánchez Changoluisa Jessica Vanesa, ha sido revisado y corregido, por lo que se autoriza realizar el **EMPASTADO RESPECTIVO**, previo a la obtención del Título de Licenciada en Secretariado Ejecutivo en Español.

Atentamente,



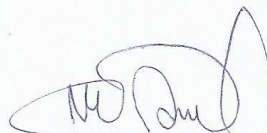
MSc. Richard Encalada
DIRECTOR TRABAJO DE GRADO



MSc. Pablo Tapia
MIEMBRO TRIBUNAL



MSc. Marcelo Mina
MIEMBRO TRIBUNAL



MSc. Consuelo Andrade
MIEMBRO TRIBUNAL



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Sánchez Changoluisa Jessica Vanesa, con cédula N° 100401780-0, declaro bajo juramento que el trabajo de investigación **“ANÁLISIS DEL SERVICIO AL CLIENTE Y SU INCIDENCIA EN LA IMAGEN INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO EN EL AÑO 2018”** aquí descrito, es de mi autoría y que éste, no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional.

A través de la presente declaración, cedo los derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo a la Universidad Técnica del Norte, según lo establecido por las Leyes de la Propiedad Intelectual del Ecuador art. 4,5 y 6. En mi calidad de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada.

En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, julio de 2019.

Sánchez Changoluisa Jessica Vanesa

DEDICATORIA

Este presente plan de investigación se lo dedico en primer lugar a dios por haberme concedido vida, salud para poder cumplir esta importante meta.

A mi querido esposo Paul Chasi, a mi hija Karol Chasi por su comprensión, paciencia y por haberme apoyado todos estos años de estudio. Ya que fueron los que presenciaron mi ausencia.

A mis queridos padres Carlos Sánchez y Rosa Changoluisa por su ardo apoyo incondicional, preocupación que con sus principios y valores me enseñaron a ser una persona de bien y una mujer luchadora para poder conseguir mis grandes metas, obtener mi título profesional.

A mis hermanos Fernanda Sánchez y Carlos Sánchez por estar siempre apoyándome durante mi carrera.

Jessica Vanesa Sánchez Changoluisa

AGRADECIMIENTO

Agradezco a dios con todo mi corazón, por darme la oportunidad de vivir cada día y poder alcanzar mis sueños.

A mi esposo e hija, padres y hermanos quienes me supieron apoyar, aconsejar durante el transcurso de mi carrera y estar siempre conmigo en los momentos buenos y malos, demostrándome su paciencia, amor y apoyo moral, el cual ha sido positivo y seguir adelante y no desfallecer en el transcurso del camino.

A la Universidad Técnica del Norte le doy gracias por la oportunidad de formarme académicamente, en tan valiosa institución, a mis docentes por su enseñanza ya que me ayudaron a lograr con lo que me propuse. De igual manera, al Magister Richard Encalada por haberme guiado a lo largo de mi trabajo de investigación y llegar a su término.

Agradezco al Gad Municipal de Pedro Moncayo por permitirme realizar esta investigación.

Jessica Vanesa Sánchez Changoluisa

RESUMEN

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pedro Moncayo es una institución orientada para trabajar y satisfacer las necesidades básicas de sus habitantes y el mejoramiento de su calidad de vida. Los reclamos constantes de los clientes al momento de recibir un servicio dieron lugar a realizar un análisis del servicio al cliente y su incidencia en la imagen institucional, con la finalidad de hacer una propuesta académica que permita mejorar la situación. Se utilizó como objetos de estudio a los funcionarios de los departamentos del GAD Municipal y a los usuarios. Los métodos de investigación utilizados: Descriptivo, Exploratorio, Documental, Analítica, Inductiva. Las técnicas utilizadas fueron la encuesta y la ficha de observación para establecer si es necesario mejorar el servicio, con los resultados obtenidos se concluyó que es preciso la elaboración de un Manual de Actividades que sirva como herramienta de capacitación con esto se conseguirá clientes satisfechos y el mejoramiento de la imagen institucional.

Palabras claves:

Análisis, servicio, cliente, imagen, institución.

ABSTRACT

ABSTRACT

The Government Autonomous Decentralized of Pedro Moncayo is an institution oriented to work and satisfy the basic needs of its inhabitants and the improvement of their quality of life. The constant complaints of customers when receiving a service led to an analysis of customer service and its impact on the institutional image, in order to make an academic proposal that improves income. The authorities of the GAD departments and the users took part as study objects. The research methods used were: Descriptive, Exploratory, Documentary, Analytical and Inductive. The techniques used were the survey and the observation cards to establish if it is necessary to improve the service, with the results it was concluded that it is necessary to elaborate an Activities Manual as a training tool to satisfy customers and improve the institutional image.

Victor Rodriguez
Roz



Keywords:

Analysis, service, client, image, institution.

INDICE

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN.....	ii
ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	iv
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT	ix
INDICE	x
INDICE DE TABLAS	xii
INTRODUCCIÓN	xiii
CAPÍTULO I.....	15
1. MARCO TEÓRICO	15
1.1 Fundamentación Teórica	15
1.2 Fundamentación Psicológica	15
1.3 Fundamentación Epistemológica.....	16
1.4. Servicio al cliente	16
1.4.1 Definición de servicio	16
1.4.2 Tipos de servicio	16
1.4.3 Características de los servicios	17
1.4.4 Definición de cliente	17
1.4.5 Importancia del cliente.....	18
1.4.6 Tipos de Clientes.....	18
1.4.7 Satisfacción del cliente	19
1.4.8 Expectativas del cliente.....	19
1.4.9 Servicio al cliente.....	20
1.4.10 Calidad de servicio al cliente	20
1.4.11 Importancia del servicio al cliente	21
1.4.12 Características del servicio al cliente	22
1.4.13 Elementos del servicio al cliente.....	23
1.4.14 Clases de servicio al cliente	24
1.5 Imagen Institucional	25
1.5.1 Definición de Imagen.....	25

1.5.2 Imagen Institucional.....	25
1.5.3 Elementos de la imagen institucional	26
1.5.4 Importancia de una buena Imagen Corporativa o Institucional.....	26
1.5.5 Beneficios de Imagen Corporativa.....	27
1.5.6 Signos de la identidad corporativa.....	27
1.5.7 Niveles de identificación institucional.....	27
1.5.8 Construcción de la imagen institucional	28
1.5.9 Como cuidar tu imagen Corporativa.....	29
CAPITULO II	30
2. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	30
2.1. Tipos de metodología	30
2.2 Métodos de Investigación.....	30
2.3 Técnicas e instrumentos.....	31
2.4 Matriz Categorial	32
2.5 Población	33
2.6 Muestra	34
CAPITULO III	35
3.- ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	35
3.1.- Análisis de las encuestas aplicadas a los clientes de la Municipalidad de Pedro.....	35
3.2. Análisis de la ficha de observación aplicada a los departamentos de la Municipalidad de Pedro Moncayo.	40
CAPITULO IV	42
4.1 Título de la propuesta	42
4.2 Justificación.....	42
4.3 OBJETIVO DE LA PROPUESTA.....	43
4.3.1 Objetivo General.....	43
4.4. Ubicación Sectorial y física.....	43
4.5. Desarrollo de la propuesta	44
IMPACTOS.....	70
CONCLUSIONES.....	71
RECOMENDACIONES	72
GLOSARIO DE TÉRMINOS	73
BIBLIOGRAFÍA.....	75
ANEXOS.....	76

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de relación	32
Tabla 2 Población.....	33
Tabla 3 Trato de los funcionarios.....	35
Tabla 4 Calidad del servicio.....	35
Tabla 5 Funcionarios de muestran educación	36
Tabla 6 Funcionarios hacen de respetar los turnos	36
Tabla 7 Recibimiento del funcionario	37
Tabla 8 Ciudadanos valoran la atención	37
Tabla 9 Funcionarios brindan información	38
Tabla 10 Funcionarios atienden con cortesía	38
Tabla 11 Imagen del Municipio	39
Tabla 12 Elaboración de un Manual	39
Tabla 13 Ficha de Observación.....	40

INTRODUCCIÓN

El Gobierno Municipal de Pedro Moncayo se crea por Decreto Legislativo el 26 de septiembre de 1.911. Se encuentra ubicado al norte de la provincia de Pichincha y su cabecera cantonal es Tabacundo. Está aproximadamente a 50 kilómetros de la ciudad de Quito. La institución goza de autonomía política, administrativa y financiera. Los servicios que presta al público son: agua potable, alcantarillado, depuración de aguas residuales, manejo de desechos sólidos, actividades de saneamiento ambiental y aquellos que establezca la ley. Crea, modifica o suprime mediante ordenanzas, tasas y contribuciones especiales de mejoras.

El servicio al cliente es un mecanismo que encamina a la satisfacción de las necesidades de las personas. En la actualidad el cliente constituye un elemento vital de cualquier institución, visto que hay pocas entidades que logran adaptarse a las necesidades de los clientes en cuanto al servicio y la eficiencia a la sociedad. Por tal razón si el servicio es placentero para los clientes provocará que la imagen institucional esté fortalecida.

La presente investigación se enfoca en cómo es el servicio de atención a los clientes por parte del personal de los diferentes departamentos administrativos del Municipio. Se evidenció que hay inconformidad de los usuarios ante el servicio prestado y el desconocimiento de los funcionarios de cómo atender al usuario.

El Municipio no cuenta con un manual de cómo mejorar el servicio al cliente y su imagen institucional. Las personas que quieren realizar trámites en la Municipalidad necesitan una atención segura, adecuada, amable, con respeto y de orientación hacia los pasos que deben darse para la realización de sus trámites porque la gente desconoce que existen en la Municipalidad.

El objetivo de la investigación es analizar el servicio al cliente y su incidencia en la imagen institucional y los objetivos específicos, establecer teóricamente lo que es el servicio al cliente, determinar cuál es la situación actual, elaboración y socialización de la propuesta.

La metodología que se aplicó para el desarrollo de la investigación documental permitió la recopilación de datos bibliográficos con datos de la institución. La metodología descriptiva ayudó a describir los aspectos relevantes del problema. Exploratoria se utilizó para determinar el problema mediante encuestas realizadas a los clientes, y ficha de observación que se aplicó a cada departamento de la Municipalidad y la de campo porque se realizó en el lugar de los hechos.

Los métodos utilizados en la investigación enfocan en la analítica que se empleó poder realizar el análisis de los resultados que serán obtenidos y determinar las causas y efectos. El método Inductivo, se aplicó mediante la observación de los acontecimientos del servicio que brinda por parte los funcionarios a los clientes, como también, el método estadístico que permite analizar el mejoramiento de la institución.

Se planteó como propuesta desarrollar un Manual de actividades para mejorar el servicio al cliente y la imagen institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pedro Moncayo.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1 Fundamentación Teórica

Servicio al cliente

El servicio al cliente es una función primordial en cualquier institución sea pública o privada porque no solo atiende las expectativas del usuario sino del cliente que es la persona más importante dentro de una institución.

Imagen institucional

La imagen institucional se refiere de cómo la empresa trabaja con las diferentes actividades y servicios que brindan a los clientes, y que debe tener una imagen positiva ante el público.

1.2 Fundamentación Psicológica

Según, (Arias, 2017), Para analizar la atención al cliente desde el punto de vista psicológico, debe prestarse atención a la identificación de prioridades y necesidades que tienen los clientes y lograr satisfacerlas al máximo. De esta manera la empresa pública y privada puede cubrir las expectativas de sus consumidores y maximizar la satisfacción de sus clientes para que continúen usando los servicios de la compañía.

La fundamentación Psicológica se trata de las prioridades y necesidades que tiene el usuario y poder satisfacer al cliente en lo que necesiten, el usuario se supone comprender el tipo de deseos que, las necesidades, demandas que tiene los clientes, en esto se debe saber que el cliente tiene las esperanzas con respecto al servicio que se le presta, que si no hubiera el consumidor no existiera ninguna empresa.

1.3 Fundamentación Epistemológica

(Fierro Ana, 2012, pág. 13), “Las últimas décadas se ha debatido arduamente sobre las posibilidades y méritos del servicio al cliente para optar al reconocimiento de su carácter disciplinario.”

La fundamentación es importante porque nos ayudó a saber sobre las disciplinas del cliente, del profesional ante el cliente por eso es necesario la fundamentación, por tanto también nos facilita en analizar los patrones de conocimiento como es ético, personal.

1.4. Servicio al cliente

1.4.1 Definición de servicio

(Macias, 2017, pág. 96). Es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o del servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación de este. Los servicios adicionales le dan un mejor valor a la propuesta que se le ofrece al cliente y genera en la mayor satisfacción y lealtad con la empresa.

Los servicios son actividades porque son internas o externas de una institución o empresa y ayuda a satisfacer las necesidades de un cliente o usuario en la realidad el servicio es lo más importante dentro de una empresa, también existen servicios públicos y privados. También incluye actividades económicas o puede ser un producto o no, porque generalmente se consume en el momento y estos son pagados por algún servicio.

1.4.2 Tipos de servicio

Según (Macias, 2017, pág. 96) plantea dos tipos de servicio.

Lo cual nos ayuda a diferenciar los tipos de servicios que existen.

Servicio ayúdeme

Este servicio se tiene relación con, los servicios de transporte, comunicaciones y servicios públicos, de igual manera con el comercio, las finanzas, seguros, bienes y raíces y finalmente con servicios comerciales, personales y recreativos.

Servicio repáralo

Está asociado a la prestación de servicios de mantenimiento correctivo, ajuste y reparación, los fabricantes de partes hacen parte del servicio de repáralo dentro de la cadena de mantenimiento y reparación.

1.4.3 Características de los servicios

Las características del servicio son realmente necesarias para institución, con esto ayuda a diferenciar los servicios de los bienes porque estos pueden ser importantes para poder atender a un cliente y poder satisfacerles.

- **Intangibilidad:** Los servicios no se pueden tocar, sentir, escuchar y oler antes de la compra del producto.
- **Inseparabilidad:** Los servicios se fabrican y consumen al mismo tiempo, por ejemplo, en los restaurantes.
- **Heterogeneidad:** difícil de dar servicio con la misma calidad.
- **Caducidad:** si no se vende, se pierde.

1.4.4 Definición de cliente

El cliente es una persona o una empresa con la que puede realizar la compra o venta de un producto es la persona más importante para una institución u organización porque el cliente es quien demanda los productos o servicios que ellos quieren de una empresa.

1.4.5 Importancia del cliente

(M.Siebel, 2001, pág. 45). Los clientes leales siempre han sido importantes para el éxito a largo plazo de una empresa. Pero debido a la mayor competencia del entorno actual, la lealtad del cliente es más importante, y se ve amenazada que nunca. Casi todas las empresas actuales se enfrentan cada vez más riesgo de que sus clientes se pasen a la competencia. Al mismo tiempo, las empresas aumentan sus esfuerzos para competir por los mismos clientes nuevos; esto eleva el coste de adquirir clientes y, al mismo tiempo, disminuye la efectividad de esos esfuerzos de adquisición.

El cliente es importante, es la razón de todo negocio, ellos hacen de crecer a la empresa, también el cliente es algo necesario para una institución, y de mucha importancia para admirarlos y respetarlos, y ayudar a dar respuesta a sus requerimientos o de cualquier inquietud que ellos tengan acerca de la institución. Si no hubiera clientes las empresas no hubiera o quebrarían por eso es necesario que existan los clientes.

1.4.6 Tipos de Clientes

En este punto debe saber que para atender a los clientes tenemos que conocer los tipos de cliente, esto podemos saber con quién estamos hablando y poderlos atender mucho mejor al cliente, obviamente hay muchas excepciones y nos equivocamos por eso es necesario saber o conocer los tipos de clientes que hay.

- **El auto suficiente:** Los clientes auto suficientes son aquellos que creen conocer todas las respuestas.
- **El distraído:** Aunque aparentemente no escuchan, el vendedor tiene que demostrar interés y curiosidad por aquello que necesita.
- **El reservado:** Tardan mucho tiempo en tomar la decisión de que va a comprar.
- **El hablador:** El comprador que no pone objeciones de ventas suele ser alguien desinteresado que no quiere comprar.
- **El indeciso:** No sabe qué va a comprar está indeciso de la compra.

1.4.7 Satisfacción del cliente

Según, (Kotler, 2001, pág. 17), “La satisfacción al cliente es el valor o juicio que las personas dan al producto o servicio en sí, además proporciona un nivel placentero y de emociones con respecto al consumo es decir si respondió a sus necesidades y expectativas”.

Para la satisfacción del usuario es muy importante porque hay una relación directa entre una buena atención a la ciudadanía, obviamente el comprador es fiel ante la empresa y podrán tener grandes ingresos, la satisfacción de la clientela depende de la calidad de los servicios o productos que quieran tener, también poder decir que para la satisfacción del cliente depende como le atiendan en la empresa.

Se encuentra los siguientes elementos:

- **Rendimiento Percibido.** Es el resultado que el consumidor percibe al momento de la entrega del servicio, y este se determina desde el punto de vista del cliente al igual que sus resultados, aunque no siempre estos se ajustan a la realidad debido a que son las percepciones que el cliente tiene y este depende del estado de ánimo del usuario y de sus opiniones.
- **Expectativas.** – Se traduce a lo que el cliente espera (valor agregado) de un producto o servicio.

1.4.8 Expectativas del cliente

(Escalera, 2016, págs. 41,42), las expectativas es la esperanza que deposita en un servicio o producto ante la posibilidad razonada de obtener algo. Las diez expectativas claves de la ciudadanía.

1. **Fiabilidad:** Empresa sabe lo que hace y lo hace bien.
2. **Capacidad de respuesta:** Ofrece un servicio rápido y contesta inmediatamente a los clientes.

3. **Profesionalidad:** conoce en profundidad su producto o servicio, es capaz de resolver situaciones imprevistas.
4. **Accesibilidad:** Es localizarle con horarios convenientes para el cliente.
5. **Cortesía:** Los clientes reciben un trato agradable, atento, comedido y amable.
6. **Comunicación:** La empresa interacciona con sus clientes en un lenguaje que pueda entender.
7. **Credibilidad:** El cliente confía en la empresa, en su imagen y reputación.
8. **Seguridad:** La empresa preocupa por la seguridad física y financiera de los clientes.
9. **Conocimientos y comprensión del cliente:** Realiza investigaciones de marketing entre los clientes y actúa en función de los resultados obtenidos.
10. **Elementos tangibles:** Se preocupa por y cuida la apariencia de sus instalaciones y del personal, presta atención a la forma diseño y calidad de las representaciones físicas del servicio y producto.

1.4.9 Servicio al cliente

Un buen servicio al cliente no es solo de responder a las preguntas que ellos tengan sino ayudarlos en lo que necesiten sin que nos haya pedido, si no hubiera un buen servicio al cliente, provocaríamos una baja en ventas o una mala imagen de la institución esto podría ocasionar grandes pérdidas para la empresa.

1.4.10 Calidad de servicio al cliente

Según, (Villa, 2014, págs. 84,85), “en la actualidad, el usuario sabe que debe ser tratado con una atención orientada a la excelencia, donde él sitúa en el centro del proceso de comunicación, atención y venta de cualquier empresa o institución”.

Una empresa cuando brinda una buena calidad de servicio al consumidor, cuando trata a sus clientes con la amabilidad, les da un trato personalizado, los atiende con rapidez, les ofrece un ambiente agradable, y los hace sentir seguros ante la atención.

El servicio al usuario es la atención que una empresa o negocio brinda a sus clientes al momento de atender sus consultas, pedidos o reclamos, venderle un producto o entregarle el mismo, porque toca tener en cuenta los mismos factores como amabilidad, atención personalizada, higiene, comodidad entre otros.

- **Amabilidad:** hace referencia al trato amable, cortés y servicial.
- **Atención personalizada:** es la atención directa o personal que toma en cuenta las necesidades, gustos y preferencias particulares del cliente.
- **Rapidez en la atención:** es la rapidez con la que se le toman los pedidos al cliente, se le entrega su producto, o se le atienden sus consultas o reclamos.
- **Ambiente agradable:** un ambiente agradable es un ambiente acogedor en donde el cliente se siente a gusto.
- **Comodidad:** comodidad hace referencia a la comodidad que se le brinda al cliente cuando visita el local.
- **Seguridad:** seguridad hace referencia a la seguridad que existe en el local y que, por tanto, se le da al cliente al momento de visitarlo.
- **Higiene:** higiene hace referencia a la limpieza o aseo que hay en el local o en los trabajadores.

1.4.11 Importancia del servicio al cliente

La importancia del servicio al cliente según la, (Editorial Vértice, 2007, pág. 75), Los servicios a clientes son operaciones, beneficios o ayuda que ofrecen en venta o se proporcionan junto a la venta de productos. Los servicios a clientes representan una fuerte arma competitiva.

Debemos evitar que el cliente sea mal atendido, y así que deje de visitar o pueda llegar a hablar mal de la empresa, y más bien procurar que reciba un buen servicio al cliente, y así lograr su fidelización, tener buenas posibilidades de que recomiende con otros consumidores, y diferenciar o destacar ante los demás competidores.

El servicio al consumidor que realiza la institución que brinda al cliente al instante de ofrecer productos y dar atención lo que ellos necesiten en ese momento, y poder darles solución a sus necesidades y sin problemas, el cliente será fiel a la empresa y que tenga satisfacción y que puedan regresar a la institución.

1.4.12 Características del servicio al cliente

Dice (Franco, 2005, págs. 10,11), “que el servicio al cliente tiene una serie de características que lo diferencia sustancialmente de las demás actividades empresariales, y que le permite ser la actividad por excelencia que marca los límites de lo atractivo y lo inadecuado”.

Las características sobre el servicio al cliente son importantes porque se puede atender a los clientes con respeto, y que ellos estén satisfechos en la atención que se les dio en la empresa y puedan regresar a la institución.

Las características más representativas del servicio al cliente se consideran:

- **El servicio al cliente es un intangible y no se almacena**

Se presta y ejecuta en conjunción con un servicio al cliente. Cada vez que un cliente es transportado a su sitio de destino, el servicio al cliente aparece, enriquece y complementa los niveles de satisfacción.

- **Solo se consume al momento de prestarse**

Es decir, es perecedero: el servicio al cliente nace solo cuando el cliente recibe el servicio o el producto adquirido y finaliza cuando el cliente evalúa integralmente los niveles de satisfacción o insatisfacción.

- **Es continuo y cultural**

Debe ser un signo diferenciador de la empresa. Toda empresa que presta intangibles debe construir, mantener e innovar una cultura de servicio al cliente, para generar un factor diferenciador con su competencia.

- **Es integral:**

Porque es responsabilidad de toda la organización, sus sistemas y su gente. El servicio al cliente no es responsabilidad de aquellos que tienen el contacto directo con el mercado.

1.4.13 Elementos del servicio al cliente

Según, (Ballou, 2004, pág. 93). “Nos dice que el servicio al cliente se ha considerado con un ingrediente esencial dentro de la estrategia de marketing. Que elementos constituyen el servicio al cliente y como impactan en el comportamiento del comprador”.

Los elementos son importantes porque con ellos conocemos que la mejor forma para tratar al cliente es verle cara a cara o tener una mejor relación con el cliente, por eso es necesario conocer estos elementos, para que la institución tenga mayor interés en como recibir al usuario dentro de la empresa y que pueda crecer más y pueda ser más competitiva a las demás instituciones.

El servicio al cliente es una herramienta de marketing que nos facilita conocer a nuestra clientela y sus necesidades y para ello contamos con los siguientes elementos:

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

1.4.14 Clases de servicio al cliente

(Guzmán, 2015, págs. 1,2). “Existen diferentes tipos de atención al cliente, en función del criterio que se utilice para su clasificación. Se trata de diferentes maneras en las que se da la interacción con nuestros clientes, teniendo en cuenta distintas variables”.

Los tipos de servicio al cliente son algunas que estamos conociendo gracias a este numeral, porque nos ayudara a ver y como tratar al cliente, pues sea vía telefónica o virtual o entre otras.

Según nos dice que los tipos de servicio al cliente son muchos, pero nos muestra algunos como son:

- **Soporte:** Los servicios de soporte incluyen la resolución de consultas de facturación.
- **Marketing:** Las tareas de marketing que se llevan a cabo a través de un centro de contacto incluyen el envío de correos electrónicos salientes.
- **Soporte técnico:** Los clientes solicitan diferentes servicios de soporte técnico tales como: verificación de datos, soporte de aplicaciones.
- **Análisis de clientes:** Análisis de clientes, incluyen: análisis de rentabilidad, auditoría de calidad, informes y análisis de reclamos.
- **Atención presencial:** Sin las barreras ni interferencias que ocasionan el trato telefónico o a través de otras vías, como el correo electrónico, se da contacto visual y el lenguaje no verbal juega un papel muy importante.
- **Atención telefónica:** Atención al cliente exige que se cumplan una serie de normas no escritas si usted desea lograr su plena satisfacción.
- **Atención virtual:** Es la compra de productos bajo una página de internet.

Las cualidades necesarias para el servicio al cliente son importantes para el mejoramiento de la empresa o institución, el cliente valore todos los servicios que le dan en la

empresa. Si tú eres de los que trabaja de la mano con los clientes, revisa estas actitudes y ponlas en práctica para ser exitoso en tu labor.

- Elocuencia al hablar
- Persuasivo
- Autocontrol
- Dinámico
- Adaptable
- Buen líder
- Tolerante
- Amable
- Seguro

1.5 Imagen Institucional

1.5.1 Definición de Imagen

(Vilajoana, 2017, pág. 26). “El concepto de imagen suele confundirse con cierta facilidad con el de identidad; el caso de imagen esta sitúa siempre fuera de la empresa o el producto”.

La imagen es una carta de presentación ya sea para la institución o personal, la imagen es el conjunto de rasgos, fundamentalmente morales y conductuales que las personas en concreto tienen en la sociedad.

1.5.2 Imagen Institucional

(Costa, 2018, pág. 28), la identidad corporativa e imagen de la empresa cuando se refiere a la cualidad de esta como institución, al conjunto de actividades de gestión y de servicio de sus atributos de solvencia, potencia, organización y eficacia. Esta imagen va generalmente ligada a las palabras clave de su razón social, cuando se identifica, se lee, pronuncia o se piensa en ella, surge en la mente una determinada imagen.

La imagen institucional es importante para las empresas y así tener los clientes una buena imagen positiva de la organización porque pueden ser algunas como tener una buena

relación pública ya que nos dice también que una imagen positiva resulta extremadamente buena para las personas.

1.5.3 Elementos de la imagen institucional

Para tener una imagen institucional a nivel nacional los siguientes elementos a seguir son los más importantes para poder conocer a la empresa o institución y ser diferenciada a las demás empresas.

Los elementos son los siguientes:

- Isótipo
- Logotipo
- Eslogan
- El nombre
- Emblema
- Tipograma
- Pictograma
- Anagrama
- Logograma

1.5.4 Importancia de una buena Imagen Corporativa o Institucional

(María, 2015). Dice que la imagen corporativa, o reputación, describe la manera cómo una empresa, sus actividades y sus productos o servicios son percibidos por los usuarios. En un clima empresarial competitivo, muchas empresas trabajan activamente para crear y comunicar una imagen positiva a sus clientes, accionistas, comunidad financiera y público en general.

La imagen institucional es la creciente expectativa de ser de socialmente responsable que las personas piden de las empresas. En la actualidad, muchos consumidores consideran la imagen medio ambiental y social en tomas de decisiones adquisitivas. La importancia de la imagen institucional en estos últimos años es de sumo valor para la sociedad. Es un factor para

que las empresas tengan éxito a medio camino pese a ofrecer a los clientes los mismos productos.

1.5.5 Beneficios de Imagen Corporativa

Una imagen más apropiada ante el público sea interno y externo, para que la institución tenga una mejor imagen institucional.

- Mayor confianza de los empleados de la empresa u organización.
- Ahorro de costos de estandarización.
- Incremento del conocimiento del público de una institución.
- Incremento de reconocimiento de la institución o empresa.

1.5.6 Signos de la identidad corporativa

Los signos son importantes para la institución ya que nos ayuda a ser mejores y ser diferentes de las demás empresas y la institución debe ser una de las más grandes del mundo y exitosas y poder brindar un mejor servicio a los clientes ante su necesidad que requiere en la institución.

Según, (Costa, 2018, pág. 28), indica los siguientes signos:

- Lingüística. El nombre de la empresa es un elemento de designación verbal que el diseñador convierte en una grafía; un modo de escritura llamado Logotipo.

Icónica. Se refiere a la marca gráfica o distintivo figurativo de la empresa.

Cromática. Consiste en el color o colores que la empresa adopta como distintivo emblemático.

1.5.7 Niveles de identificación institucional

(Chaves, 2008, pág. 43), “la identificación institucional se compone mediante mensajes complejo que puede manifestarse en todos y cada uno de los componentes de la institución, desde que fueron creados y utilizados específicamente para identificarla.”

Para tener buena imagen institucional se debe tener en cuenta los niveles de identificación de una institucional.

Identificadores Básicos

Nombre

Nombre de la empresa que va a hacer creada

Logotipo

El logotipo se define como la versión gráfica estable del nombre de la marca.

Imago tipos

Pueden adoptar características muy diversas, pues su único requisito genérico es su memorabilidad y capacidad de diferenciación al resto.

1.5.8 Construcción de la imagen institucional

Según, (IICA, 2018), la construcción de la imagen institucional se requiere dos elementos esenciales

- **Desempeño:** el desempeño se concreta con la ejecución de actividades así también con la coordinación de apropiadas unidades estratégicas.
- **Difusión:** sobre el desarrollo de la imagen institucional.

Para ser una de las mejores empresas toca hacer una construcción de la imagen institucional, y una de las mejores organizaciones y poder tener una imagen atractiva para los usuarios que necesiten algún trámite o que quieran resolver algún problema.

1.5.9 Como cuidar tu imagen Corporativa

Nos dice la (Entrepreneur, 2016), Que la imagen corporativa debe ser atractiva para tu público, despertar su interés, abriendo un hueco en su mente y generando un vínculo emocional que propicie un compromiso a largo plazo.

Que para ser una de las mejores empresas toca cuidar la imagen institucional, y por eso que tenemos varias directrices para ser una de las mejores organizaciones y poder tener una imagen atractiva para los usuarios que necesiten algún trámite o que quieran resolver algún problema. Ya que es fundamental elegir los formatos y canales sobre los que construirá la imagen corporativa, dependiendo de las características de tu público. Aplicar las siguientes directrices para poder construir la imagen.

- Conoce a fondo
- Los colores pueden ser tus grandes aliados.
- Busca ejemplos exitosos de imagen corporativa.
- Cambia de forma integral todas tus acciones.
- Ten presencia en eventos fundamentales de tu sector.

CAPITULO II

2. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

2.1. Tipos de metodología

- **Descriptiva**

La investigación descriptiva se utilizó para describir las causas y consecuencias que se producen dentro del servicio al cliente y la imagen institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pedro Moncayo.

- **Exploratoria**

Se utilizó en el presente trabajo de investigación con el propósito de recolectar cuales son los aspectos más fundamentales para poder determinar el problema, de igual manera se realizó las encuestas y fichas de observación.

- **Campo**

La presente investigación se ejecutó en la Municipalidad de Pedro Moncayo, lugar donde se dieron los hechos para diagnosticar el problema. Se obtuvo información directa con la observación a las personas y las circunstancias acaecidas para obtener datos reales.

- **Documental**

La metodología de investigación documental apoyó en la información suministrada por los libros, documentos, folletos y también por las páginas web que proporcionan gran cantidad de información y datos que fueron necesarios para realizar el Marco Teórico de la investigación como servicio al cliente y su incidencia en la imagen institucional.

2.2 Métodos de Investigación

Los métodos que se aplicara para la presente investigación serán:

- **Analítico:**

Se empleó para poder realizar el análisis de los resultados que serán obtenidos y desplegar la explicación amplia y clara del problema, con el fin de determinar las causas y efectos que nos servirá para mostrar el tamaño de la población.

- **Inductivo:**

Se aplicó mediante la observación de los acontecimientos del servicio que se brinda por parte los funcionarios a los clientes; como también analizaremos minuciosamente las causas del por qué hay falencias en el servicio al cliente y de esta forma poder explicar los orígenes de estos inconvenientes que se suscitan en la Municipalidad.

- **Estadístico:**

El método se le realizó mediante un análisis para poder porcentual información en el cálculo del campo de investigación esto se lo aplicará después de hacer la recopilación, agrupación y tabulación de datos mediante un resumen de información atreves de las tablas, gráficos de forma escrita por lo cual se podrá realizar las respectivas conclusiones acerca de este proyecto.

2.3 Técnicas e instrumentos

Las técnicas e instrumentos que fueron utilizados en la presente investigación son la encuesta y observación.

- **Encuestas**

Se realizó para obtener datos de los clientes de la Municipalidad de Pedro Moncayo para así tener las opiniones de ellos, esto se utilizó con un listado de preguntas escritas que se entregaron a los usuarios, con el fin de que contesten. Las preguntas serán claras, simples y concretas.

- **Ficha de observación**

- Se aplicó en los departamentos de la institución para obtener información sobre los hechos que están suscitando en el GAD de Pedro Moncayo, para registrar y analizar la información.

La ficha de observación es un elemento fundamental para la investigación porque ayudó a tener el mayor número de datos.

2.4 Matriz Categorial

Tabla 1 Matriz de relación

Objetivos de diagnóstico	VARIABLES	Indicadores	Técnicas	Fuentes de Información
Diagnosticar el servicio al cliente en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pedro Moncayo, en la manera de prestar sus servicios a la gente que asisten a la institución	Servicio al cliente	-Definición de servicio -Tipos de servicio -Características del servicio - Definición de cliente -Importancia de cliente -Tipos de clientes -Expectativas del cliente -Definición del servicio al cliente -Calidad del servicio al cliente -Importancia del servicio al cliente -Características del servicio al cliente -Elementos del servicio al cliente -Clases de servicio al cliente	-Encuestas -Fichas de Observación	- Usuarios encuestados - Funcionarios observados
Sugerir al personal de la Municipalidad de Pedro Moncayo la importancia de brindar una excelente atención a los clientes para mejorar la imagen institucional.	Imagen institucional	-Definición de imagen - Imagen institucional -Elementos de la imagen institucional -Beneficios de una buena imagen -Signos de la imagen corporativa -Niveles la identidad corporativa -Construcción de la imagen institucional	-Encuestas - Fichas de Observación	-Usuarios encuestados - Funcionarios observados

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Sánchez

2.5 Población

Tabla 2 Población

DIRECCIONES	N°
Departamento de Alcaldía	10
Departamento Administrativo	5
Departamento financiero	5
Departamento de Obras Públicas	8
Departamento de Planificación y Desarrollo Urbano.	20
Departamento de Recursos Humanos	8
Departamento de Higiene Salud y Gestión Ambiente	10
Departamento de Avalúos y Catastros	20
Comisaría Municipal	15
Biblioteca	10
Departamento de Participación ciudadana y Dialogo Intercultural	10
Cientes asistentes Gad Municipal	83
TOTAL:	193

2.6 Muestra

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

SIMBOLOGIA:

n = Tamaño de la muestra

N = Población o Universo

PQ = Variancia media de la población

(N-1)= CORRECCIÓN GEOMÉTRICA

E=Margen de error estadístico

K=Constante

$$n = \frac{110 * 0.25}{(10 - 1) * (0,05^2 / (2^2)) + 0.25}$$

$$n = \frac{27,5}{109 * \left(\frac{0.0025}{4} \right) + 0,25}$$

$$n = \frac{27,5}{109 * (0.000625) + 0.25}$$

$$n = \frac{27,5}{0.075 + 0.25}$$

$$n = \frac{27,5}{0.325}$$

$$n = 84,62$$

$$n = 84$$

CAPITULO III

3.- ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

3.1.- Análisis de las encuestas aplicadas a los clientes de la Municipalidad de Pedro Moncayo.

1.- ¿Usted al momento de solicitar ayuda con un trámite en la Municipalidad de Pedro Moncayo, recibió un buen trato por parte del funcionario encargado en el área que usted acudió?

Tabla 3 Trato de los funcionarios

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	54	74%
NO	19	26%
TOTAL	73	100%

Fuente: Encuesta a los clientes

Elaborado por: Jessica Sánchez

Interpretación

La mayoría de los usuarios dicen que los funcionarios del municipio de Pedro Moncayo si les brindan un buen trato. Por el contrario, la minoría no son bien tratados por parte de los funcionarios de la Municipalidad, porque ellos no son del cantón son de fuera de la cantonización de Tabacundo.

2.- ¿Es eficiente la calidad de servicio y atención al cliente que brinda el funcionario de la institución?

Tabla 4 Calidad del servicio

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SIEMPRE	1	1%
A VECES	72	99%
NUNCA	0	0%
TOTAL	73	100%

Fuente: Encuesta a los clientes

Elaborado por: Jessica Sánchez

Interpretación

Se verifico que en la mayoría de los usuarios señalan que casi siempre es eficiente la calidad del servicio y atención al cliente que están brindando los funcionarios de la Municipalidad de Pedro Moncayo, cuando necesitan los clientes realizar algún trámite en la municipalidad.

3.- Cuando usted solicita un servicio en la Municipalidad ¿Los funcionarios Le demuestran Educación, tino y paciencia?

Tabla 5 Funcionarios de muestran educación

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SIEMPRE	0	0%
A VECES	73	100%
NUNCA	0	0
TOTAL	73	100%

Fuente: Encuesta a los clientes

Elaborado por: Jessica Sánchez

Interpretación

En cuanto a la mayoría de la población nos señala que a veces los funcionarios nos brindan atención, con educación y paciencia para dar servicio a los clientes mientras realizan o piden algún servicio en la municipalidad ya que es necesario para tener una buena imagen de la institución.

4.- ¿Los funcionarios del Municipio de Pedro Moncayo hacen respetar los turnos al momento de brindarle a usted el servicio en la atención al cliente?

Tabla 6 Funcionarios hacen de respetar los turnos

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SIEMPRE	18	25%
A VECES	54	74%
NUNCA	1	1%
TOTAL	73	100%

Fuente: Encuesta a los clientes

Elaborado por: Jessica Sánchez

Interpretación

La mayoría de los clientes señalan que a veces existe el cumplimiento y el respeto del turno cuando quieren realizar algún trámite en la Municipalidad y la minoría de usuarios dicen que siempre hacen de respetar el turno cuando acuden al Municipio.

5.- Los funcionarios del Municipio de Pedro Moncayo le reciben con una sonrisa y amabilidad?

Tabla 7 Recibimiento del funcionario

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SIEMPRE	1	1%
A VECES	72	99%
NUNCA	0	0%
TOTAL	73	100%

Fuente: Encuesta a los clientes

Elaborado por: Jessica Sánchez

Interpretación

La mayoría de los usuarios manifiestan que los funcionarios de cada departamento del municipio de Pedro Moncayo a veces les reciben con una sonrisa y amabilidad al dar un servicio que necesite el cliente cuando realicen algún documento en Municipalidad.

6.- ¿Considera usted que el Municipio de Pedro Moncayo demuestra calidad y eficiencia en el servicio al cliente, y por ende es valorada por los ciudadanos?

Tabla 8 Ciudadanos valoran la atención

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	69	95%
NO	4	5%
TOTAL	73	100%

Fuente: Encuesta a los clientes

Elaborado por: Jessica Sánchez

Interpretación

Señalan la mayoría de los clientes que el Municipio si demuestra calidad y eficiencia en el servicio al cliente y también que los clientes si valoran la atención brindada por los funcionarios, y la minoría dice que no demuestran calidad ante el servicio cuando requiere algún servicio.

7.- ¿Considera usted que la información brindada por parte de los funcionarios es eficiente?

Tabla 9 Funcionarios brindan información

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SIEMPRE	3	4%
A VECES	70	96%
NUNCA	0	0%
TOTAL	73	100%

Fuente: Encuesta a los clientes

Elaborado por: Jessica Sánchez

Interpretación

La menor parte de clientes dicen que siempre es eficiente la información que fue brindada por los funcionarios del Municipio y la mayor parte de los usuarios señalan que la información brindada por los funcionarios a veces es eficiente cuando se requiere realizar algún trámite.

8.- Cuando usted solicita un servicio ¿Los funcionarios le atiende con cortesía y actitud?

Tabla 10 Funcionarios atienden con cortesía

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SIEMPRE	2	3%
A VECES	71	97%
NUNCA	0	0%
TOTAL	73	100%

Fuente: Encuesta a los clientes

Elaborado por: Jessica Sánchez

Interpretación

La mayor parte de clientes nos dicen que a veces les reciben con cortesía en la institución y el 3% de los usuarios nos dicen que siempre les atienden con cortesía y una buena actitud, en la Municipalidad de Pedro Moncayo.

9.- ¿Considera usted que la imagen del Municipio de Pedro Moncayo es:

Tabla 11 Imagen del Municipio

OPCIONES	FRECUENCIA	%
MUY BUENA	2	3%
BUENA	70	96%
MALA	1	1%
TOTAL	73	100%

Fuente: Encuesta a los clientes

Elaborado por: Jessica Sánchez

Interpretación

Los usuarios dicen que la imagen de la institución municipal de Pedro Moncayo es buena porque cuando necesitas hacer algún trámite o requieren de algún servicio, los funcionarios les atienden de buena manera.

10.- ¿Cree usted que, con la elaboración de un manual del servicio al cliente para la Municipalidad de Pedro Moncayo, ayudará al mejoramiento y conocimiento de las técnicas del servicio al usuario que deben impartir los funcionarios?

Tabla 12 Elaboración de un Manual

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	69	95%
NO	4	5%
TOTAL	73	100%

Fuente: Encuesta a los clientes

Elaborado por: Jessica Sánchez

Interpretación

La mayoría de los clientes creen que con la elaboración de un manual sobre atención al cliente para el Municipio de Pedro Moncayo les ayuda a tener un mejoramiento y tener conocimientos sobre las técnicas del servicio que deben impartir los funcionarios mientras que la minoría de clientes dicen que no es necesario un manual porque los usuarios no son del cantón ellos son de otros cantones.

3.2. Análisis de la ficha de observación aplicada a los departamentos de la Municipalidad de Pedro Moncayo.

ACTITUDES: Ética, eficiencia y colaboración.

TEMA: “Análisis del servicio al cliente y su incidencia en la imagen institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pedro Moncayo”

FECHA: 21/05/2018

Tabla 13 Ficha de Observación

INDICADORES	DEPARTAMENTOS DE LA MUNICIPALIDAD DE PEDRO MONCAYO		
	SI	NO	A VECES
Los funcionarios de la Municipalidad de Pedro Moncayo demuestran puntualidad a la hora de ingreso al trabajo.			
El trato de los funcionarios con los clientes es amable y con respeto.			
Los funcionarios se muestran dispuestos en ayudar a los usuarios.			
Los funcionarios dan una imagen de honestidad y confianza.			
El servicio recibido fue rápido y eficiente.			

Interpretación 1

Se observó en los departamentos de la Municipalidad de Pedro Moncayo, a veces demuestran puntualidad a la hora de ingresar a la Municipio porque es muy importante para obtener una buena imagen de la institución ante el público.

Interpretación 2

Se observó que el trato de los funcionarios de cada departamento, hacia los clientes a veces es amables y les tratan con respeto cuando quieren realizar algún trámite en la Municipalidad de Pedro Moncayo puesto que es necesario para la imagen de la Municipio.

Interpretación 3

En los departamentos de la Municipalidad de Pedro Moncayo se observó que los funcionarios a veces se muestran dispuestos en ayudar a los clientes porque los trabajadores no saben cómo dar o atender al cliente.

Interpretación 4

Se observó que los funcionarios a veces dan una imagen de honestidad y confianza porque cuando los clientes piden algún servicio o realizan un trámite los trabajadores no desempeñan con rapidez el pedido del cliente y se demoran más de una semana en resolverse.

Interpretación 5

Se observó en cada departamento que el servicio que brinda el Municipio de Pedro Moncayo a veces es rápido y eficiente, cómo que el cliente quisiera que sea en la Municipalidad porque los trámites se demoran largo tiempo y no se resuelven con rapidez.

CAPITULO IV

4.1 Título de la propuesta

MANUAL PARA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE, Y LA IMAGEN INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO.

4.2 Justificación

Mediante los instrumentos de investigación que se realizó a los diferentes departamentos del Gobierno Autónomo Descentralizado de Pedro Moncayo se observó y analizó que existe un alto porcentaje de deficientemente servicio al cliente y eso provoca un desprestigio de la imagen institucional.

En la actualidad el personal administrativo carece de técnicas de atención que no permiten que dicha atención sea placentera y satisfactoria para el usuario.

Se pudo evidenciar que la institución no cuenta con una herramienta que sirva como instrumento de capacitación para el personal administrativo que labora en cada uno de los departamentos

Por tal razón se desarrolló un Manual para mejorar el servicio al cliente y la imagen de la institución. Dicho Manual está elaborado en sentido didáctico, fácil de comprender y de sensibilizar más fácilmente a los empleados ya que contiene las directrices de como brindar un buen servicio al público externo.

La excelencia de servicio que se dé a la ciudadanía es uno de los mejores pilares que el Gobierno Autónomo Descentralizado de Pedro Moncayo debe ofrecer a los usuarios porque esto permitirá que exista un acercamiento de buen trato, cómodo y agradable con toda la población de Pedro Moncayo y el mejoramiento de la imagen de la entidad.

4.3 OBJETIVO DE LA PROPUESTA

4.3.1 Objetivo General

Elaborar un Manual para mejorar el servicio al cliente y la imagen institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado de Pedro Moncayo.

- Socializar el Manual para mejorar el servicio al cliente y la imagen institucional con los departamentos del Gobierno Autónomo Descentralizado de Pedro Moncayo
- Facilitar una herramienta que ayude al conocimiento de las diferentes Actividades para mejorar el servicio al cliente y la imagen institucional Gobierno Autónomo Descentralizado de Pedro Moncayo.
- Concientizar a los funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado de Pedro Moncayo, y la importancia del mejoramiento del servicio al cliente.

4.4. Ubicación Sectorial y física

Datos informativos

Institución: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pedro Moncayo

Tipo de Establecimiento: Público

Provincia: Pichincha

Cantón: Pedro Moncayo

Dirección: Sucre y Plaza Gutiérrez

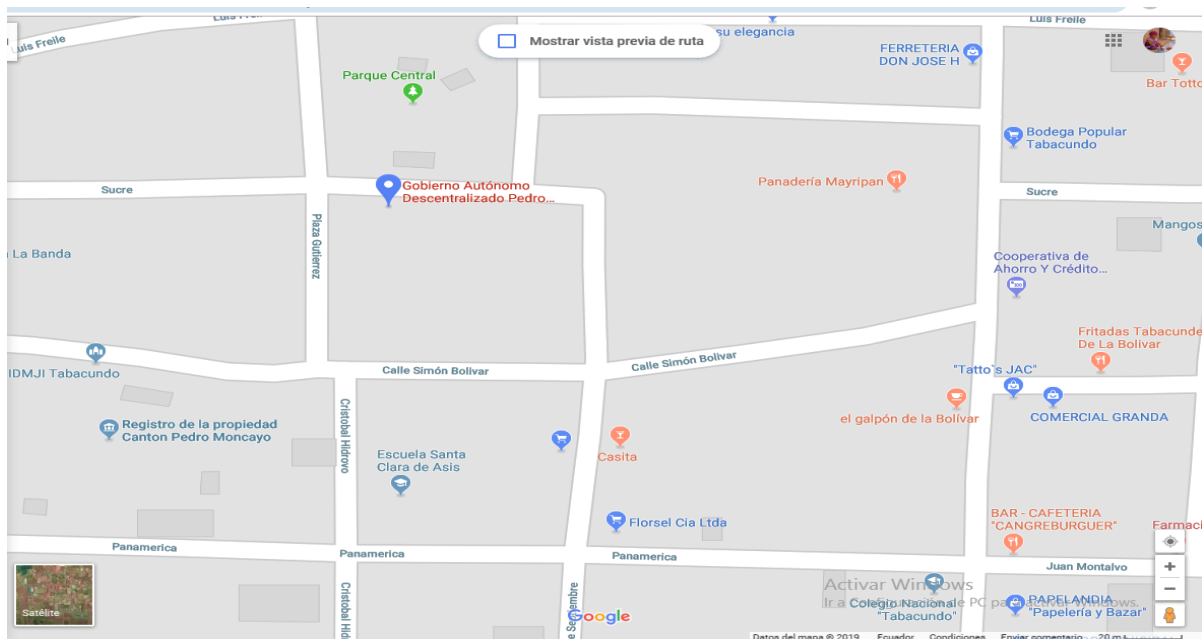
Teléfono: 3836560

Ubicación Física



Foto: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal De Pedro Moncayo
Elaborado por: Jessica Sánchez

Google Maps



Fuente: Ubicación geográfica GAD Municipal de Pedro Moncayo
Elaborado por: Jessica Sánchez

4.5. Desarrollo de la propuesta

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



GAD MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO



GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN
PEDRO MONCAYO
Moderno, Turístico y Productivo

Manual para mejorar el servicio al cliente y la imagen institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pedro Moncayo



Autora: Jessica Vanesa Sánchez Changoluisa

INDICE

HISTORIA	47
CAPITULO I.....	49
LINEAMIENTO1: SERVICIO AL CLIENTE COMO PRESTAR UN BUEN SERVICIO	49
LINEAMIENTO 2: SALUDO EN EL GAD MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO	50
LINEAMIENTO 5: RAPIDEZ EN LA ATENCIÓN EN EL GAD MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO	54
LINEAMIENTO 6: COMO COMPORTARSE FRENTE AL CLIENTE.....	55
LINEAMIENTO 7: TIPOS DE CLIENTES Y COMO TRATARLOS.....	56
LINEAMIENTO 8: IMPORTANCIA DE SABER MIRAR, ESCUCHAR Y PREGUNTAR AL CLIENTE	58
LINEAMIENTO 9: MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE	59
LINEAMIENTO 10: COMO SATISFACER AL CLIENTE.....	60
LINEAMIENTO 11: PARA EL CLIENTE, TU MARCAS LA DIFERENCIA	61
CAPITULO II	62
LINEAMIENTO 1: IMAGEN DEL GAD MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO.....	62
LINEAMIENTO 2: ELEMENTOS DE LA IMAGEN Y FACTORES DE LA IDENTIDAD DEL MUNICIPIO DE PEDRO MONCAYO	64
ARTÍCULO 3: IMAGEN POSITIVA DE LA INSTITUCIÓN DEL GAD MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO.....	66
LINEAMIENTO 4: ACTITUD QUE DEBEN TENER LOS FUNCIONARIOS PARA TRATAR A LOS CLIENTES	67
RECOMENDACIÓN PARA EL MANUAL	69

HISTORIA

En épocas de la conquista española fue asentamiento indígena, siendo por los años de 1.534 parte del corregimiento de Otavalo. En la historia del territorio se destacan asentamientos de la confederación Cayambi-Caranqui, que se resistió durante diecisiete años a la invasión incaica y la presencia de la parcialidad Cochasquí, que se evidencia por la existencia del complejo de las tolas de Cochasquí. Estos antecedentes permitieron que en la zona se desarrollara una diversidad étnico-cultural importante.

El cantón Pedro Moncayo se crea por Decreto Legislativo el 26 de septiembre de 1.911, bautizado con el nombre de un ilustre ibarreño. Sus coterráneos son un pueblo de agricultores, cultivan trigo, cebada, lenteja, papas, maíz.

A partir de la década de los 80 la producción agropecuaria se incrementa con las plantaciones de flores e invernaderos, así unas 434 hectáreas están destinadas a plantaciones florícolas, su producción aporta en un 25% a la producción nacional y se cultivan rosas en un 90%. La mayoría de su producción se la exporta principalmente a los mercados de Estados Unidos, Rusia y Europa.

Los asentamientos humanos se ubican de manera heterogénea en las laderas medias del volcán Mojanda; vestigios prehispánicos revelan lo estratégico de su ubicación respecto a las relaciones comerciales entre los pueblos del Norte y Quito y centro de referencia ceremonial afincando en Cochasquí.

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO

MISIÓN

El GAD Municipal de Pedro Moncayo fue creado para liderar la planificación, orientación y seguimiento del desarrollo cantonal a través de la innovación, participación y acceso a la información adecuada y oportuna, organizando y potenciando las capacidades institucionales para contribuir en el buen vivir de la colectividad con una adecuada administración del cambio a través de desarrollo de las capacidades gerenciales y estratégicas de los procesos con control de calidad y del fortalecimiento de lo conductual y cultural.

VISIÓN

El GAD Municipal de Pedro Moncayo, al 2021, será una institución referente que lidera los procesos de adaptación y respuesta al entorno a través del fortalecimiento de capacidades de sus funcionarios con su efecto a nivel institucional, asegurando la provisión de servicios de agua y saneamiento a la población así como su participación en el ordenamiento y desarrollo territorial, bajo un modelo que prioriza la gobernanza y toma de decisiones en base al acceso a la información y manejo adaptativo para lograr niveles crecientes de satisfacción con estándares de efectividad, eficiencia y eficacia, en el marco de competencias y compromisos asumidos.

VALORES

- Honestidad
- Responsabilidad
- Solidaridad
- Trabajo en equipo
- Transparencia
- Eficacia

CAPITULO I

LINEAMIENTO1: SERVICIO AL CLIENTE COMO PRESTAR UN BUEN SERVICIO

El servicio al cliente en el GAD Municipal de Pedro Moncayo es una función primordial no solo atienden las expectativas del usuario, el cliente es la persona más importante dentro de la institución.

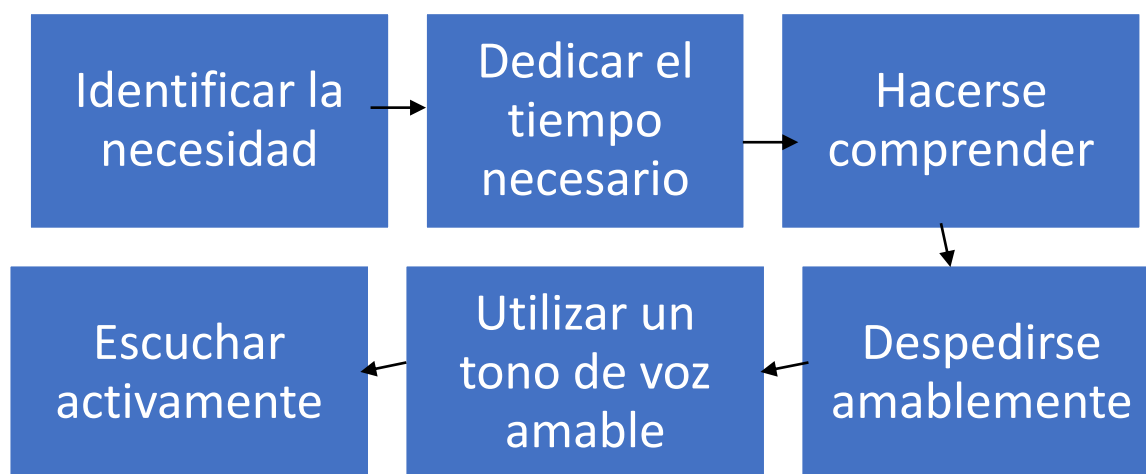


Fuente: Servicio al cliente en el GAD de Municipal de Pedro Moncayo
Elaborado por: Jessica Sánchez

OBJETIVO

Prestar un excelente servicio al cliente GAD Municipal de Pedro Moncayo para que el usuario este satisfecho.

PROCESO



Fuente: Prestar un excelente servicio
Elaborado por: Jessica Sánchez

LINEAMIENTO 2: SALUDO EN EL GAD MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO

El GAD Municipal de Pedro Moncayo debe Saludar a los clientes con entusiasmo, pasión y un sincero deseo de ayudarles. Sonreír a los clientes te hace parecer más agradable y accesible. Este proceso también te ayuda a establecer una conexión y poder determinar si cuentas con un cliente a largo plazo o con un visitante de una sola vez.



Fuente: Sr. Virgilio Andrango Alcalde del GAD Municipal de Pedro Moncayo
Elaborado por: Jessica Sánchez

OBJETIVO

Como debe Saludar al cliente en el GAD Municipal de Pedro Moncayo

PROCESO

1.- Colocarse frente a la entrada: intentar hacer contacto visual con el cliente Al hacerlo, el cliente sabrá que estás atento a él.

2.- Caminar hacia el cliente: Esperar a ver si el cliente te extiende la mano antes de intentar saludarle de mano.

3.- Saluda al cliente con un saludo adecuado. Estar pendiente de la hora del día para que puedas saludarlo de manera adecuada. Por ejemplo, "Buenos días", "Buenas tardes" o "Buenas noches", que será de acuerdo con la hora del día.

4.- Ofrece al cliente tu nombre: Los clientes prefieren saber con quién están tratando, cuando tú les das tu nombre, te ves más personal y lograrás construir una conexión.

5.- Averigua el nombre del cliente: Los clientes y las personas en general gustan de ser llamadas por sus nombres. Es una buena idea usar Sr. o Sra. a menos que el cliente te permita usar su primer nombre.

6.- Preguntar al cliente si hay algo en lo que le puedas ayudar: Una manera de hacerlo es preguntarle, "¿Cómo puedo ayudarle?" o "¿Qué puedo hacer por usted?" Esto le dará al cliente la oportunidad de mencionar su razón para ingresar al lugar o al negocio.

LINEAMIENTO 3: ATENCION PERSONALIZADA GAD MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO

EL GAD Municipal de Pedro Moncayo da atención directa o personal que toma en cuenta las expectativas del cliente, los gustos preferencias del cliente. Por ejemplo, cuando el trabajador brinda atención al cliente durante el proceso de la compra, según sus gustos y necesidades.

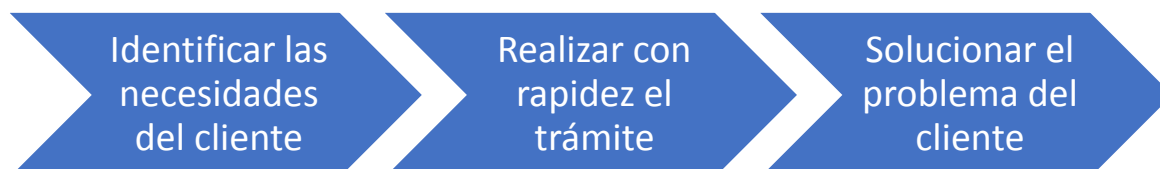


Fuente: Servicio al cliente
Elaborado: Jessica Sanchez

OBJETIVO

Brindar una atención personalizada al cliente en el GAD Municipal de Pedro Moncayo.

PROCESO



Fuente: Servicio al cliente
Elaborado: Jessica Sanchez

LINEAMIENTO 4: ATENCIÓN TELEFÓNICA EN GAD MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO

La satisfacción del cliente no está en manos de un solo departamento sino de todo el GAD Municipal de Pedro Moncayo, y la atención telefónica. Este proceso de comunicación requiere un trato exquisito. Incluso más que en las conversaciones directas, al teléfono debemos ponernos en el papel de oyente y trabajar desde esa perspectiva. Como dato útil, y si desea mejorar la “imagen del GAD Municipal de Pedro Moncayo”.



Fuente: internet llamada telefónica
Elaborado: Jessica Sanchez

OBJETIVO

Contestar el teléfono y conocer sus necesidades o dudas que tiene el cliente.

PROCESO

- 1.- Contestar rápido:** Atender antes del 3 ring.
- 2.- Saludar cortésmente:** Saludar a quien llama de forma amable y con una sonrisa telefónica.
- 3.- Tener una entonación de voz adecuada:** No hablar muy bajo, ni gritar
- 4.- Contar con dedicación y actitud resolutiva:** Usar frases como: ¿en que puedo ayudarlo?, En que puedo servirle?
- 5.- Dar una despedida cordial:** Despedirse con amabilidad.

LINEAMIENTO 5: RAPIDEZ EN LA ATENCIÓN EN EL GAD MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO

En el GAD Municipal de Pedro Moncayo las claves en el servicio al cliente es la rápida atención. Una atención de excelente calidad podría quedar arruinada si se le hace esperar de más al cliente. No hay nada peor para éste que tener que esperar demasiado, ya sea para que lo atiendan, para que le entreguen un documento, para que le brinden un servicio.

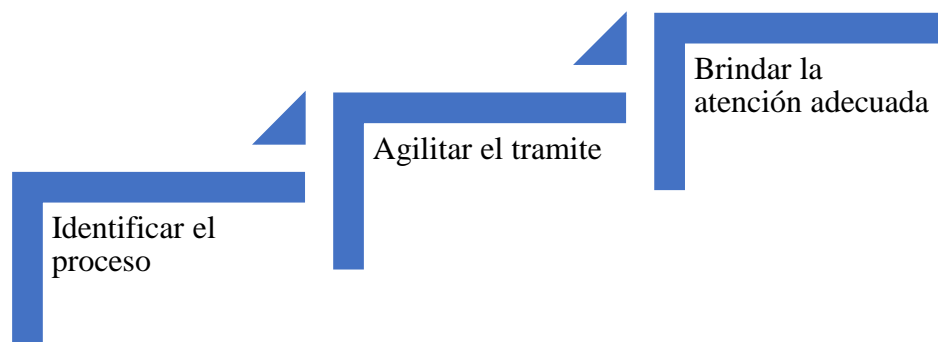


Fuente: servicio al cliente e imagen institucional
Elaborado por: Jessica Sánchez

OBJETIVO

Brindar una atención con rapidez para que el cliente este satisfecho.

PROCESO



Fuente: Rapidez en atención al cliente
Elaborado por: Jessica Sánchez

LINEAMIENTO 6: COMO COMPORTARSE FRENTE AL CLIENTE

La manera en que se interactúa con los clientes es muy importante para lograr una mejor experiencia del cliente, que no es más que proporcionarle un buen servicio o producto y que logremos cumplir con sus expectativas.



Fuente: Actitud Positiva hacia al cliente
Elaborado por: Jessica Sánchez

OBJETIVO

Comportamiento frente al cliente para que el cliente este satisfecho

PROCESO

1.- Saludar al cliente

2.- Preguntar en que puede servirlo

3.- Escuchar al cliente

4.- Ayudar al cliente

5.- Invitar al cliente a que regresa a la institución.

Fuente: Proceso del servicio al cliente
Elaborado por: Jessica Sánchez

LINEAMIENTO 7: TIPOS DE CLIENTES Y COMO TRATARLOS

Un buen funcionario del GAD Municipal de Pedro Moncayo debe darse a conocer a la perfección los tipos de clientes que existen y sus características, hay que tomar en cuenta si el tipo de cliente con el que se va a tratar, saber utilizar las palabras adecuadas para poder llegar a ellos y cubrir sus expectativas.



Fuente: Departamento de servicio al cliente de la empresa Pública de Agua Potable
Elaborado por: Jessica Sánchez

OBJETIVO

Conocer a cómo debe atender mejor a los clientes los funcionarios del Municipio de Pedro Moncayo.

PROCESO

TIPO DE CLIENTE	CARACTERÍSTICAS	COMO TRATARLO
El / amiguera	<ul style="list-style-type: none">- Toma mucha confianza- Se toma algunas Atribuciones.	<ul style="list-style-type: none">- No dejar que se dirija por otras ramas al momento que el habla.- Hay que tratarlo bien, pero haciendo entender sus límites.

El/ la impaciente	<ul style="list-style-type: none"> - Se fija en el reloj -No tiene tiempo 	<ul style="list-style-type: none"> - Ponerse firmes ante el cliente -Hacerle varias preguntas y dar respuestas a lo que pregunte.
El/ Lamentable	<ul style="list-style-type: none"> - Cuentas los problemas personales - Causar lastima 	<ul style="list-style-type: none"> - Hacerles entender que no se trata de algo que imponemos. - Debemos cooperar con ellos y escucharlos si pasar de sus límites.
El/ la ofensivo	<ul style="list-style-type: none"> - Queja de todo -Nunca está conforme 	-La mejor manera de atenderlo es con amabilidad y paciencia.
El /la cliente quejumbroso	<ul style="list-style-type: none"> - No está conforme con nada Regaña a diestra y siniestra ante el servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> -Ser Cortez -Dejar expresar todas sus quejas y una vez que lo haga dar soluciones.
El/la exigente	<ul style="list-style-type: none"> - Este cliente interrumpe y pide atención inmediata. Cliente inseguro y cree tener más control. 	<p>Tratarlo con respeto, pero no acceder a sus demandas.</p> <p>Es importante entusiasmarlos.</p>
El /la coqueto	<p>Presentas muchas Insinuaciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Le gusta intimida 	<ul style="list-style-type: none"> -No hacer bromas con este tipo de clientes. -Saber mantener una correcta actitud.

Fuente: Tipos de clientes
Elaborado por: Jessica Sánchez

LINEAMIENTO 8: IMPORTANCIA DE SABER MIRAR, ESCUCHAR Y PREGUNTAR AL CLIENTE.

Para el Municipio de Pedro Moncayo es importante que escuche, mire y pregunte a los clientes a la hora de que realice un trámite en la institución. Es urgente que los funcionarios aprendan y mejoren en la importante tarea de escuchar mirar y preguntar a los usuarios, puesto que saber hacerlo les ofrecerá una clara ventaja competitiva.



Fuente: Oficina de pago de impuestos GAD de Pedro Moncayo
Elaborado por: Jessica Sánchez

OBJETIVO

Saber escuchar, mirar y preguntar al cliente para poderlo atender mejor en el Municipio de Pedro Moncayo.

PROCESO

MIRAR	ESCUCHAR	PREGUNTAR
<ul style="list-style-type: none">• Cuando se atiende al cliente, evite desviar la mirada del oyente.• Si sus ojos se distraen, su mente también lo hará.• Evitar distracciones y utilizar los ojos y oídos para concentrar su atención.	<ul style="list-style-type: none">• Nunca se debe interrumpir a un cliente mientras habla.• Esperar hasta que haya terminado de hablar, para ayudarlo.• Hay que recordar que cuando el cliente está	<ul style="list-style-type: none">• Cuando se hace las preguntas bien pensadas, asegura al cliente con quien habla es capaz de analizar y manejar la tarea asignada.

	hablando, también está comprando.	
--	-----------------------------------	--

Fuente: Saber escuchar, mirar y preguntar.

Elaborado por: Jessica Sánchez

LINEAMIENTO 9: MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE

La



fidelización de los clientes en el Municipio de Pedro Moncayo requiere de mucho esfuerzo continuo para mejorar la imagen de la institución. El proceso de mejora comienza por la identificación de los aspectos críticos y de los errores cometidos que disminuyen la calidad.

Fuente: Servicio de información al cliente

Elaborado por: Jessica Sánchez

OBJETIVO

Brindar un mejor servicio en el Municipio de Pedro Moncayo que cubra las necesidades del cliente.

PROCESO

- 1.- Escuchar con cuidado e interés lo que el usuario dice, ponte en sus zapatos
- 2.- Ofrecer respuestas que demuestren que le importa su inquietud.
- 3.- Sugiere una o más alternativas para responder a sus preocupaciones.
- 4.- Resuelva el problema o encuentre a alguien que lo pueda hacer.

LINEAMIENTO 10: COMO SATISFACER AL CLIENTE

Los funcionarios del Municipio de Pedro Moncayo deben conocer al cliente y podrá satisfacer las necesidades. Los usuarios de este tiempo buscan que el servicio al cliente sea más rápido y que tengan calidad para superar sus expectativas. De no ser así, las empresas se enfrentan a críticas por no cumplir con una verdadera experiencia del cliente.



Fuente: Atención al usuario GAD de Pedro Moncayo
Elaborado por: Jessica Sánchez

OBJETIVO

Satisfacer las necesidades del cliente ante un servicio prestado en el GAD Municipal de Pedro Moncayo.

PROCESO



Fuente: Proceso de satisfacción al cliente

Elaborado por: Jessica Sánchez

LINEAMIENTO 11: PARA EL CLIENTE, TU MARCAS LA DIFERENCIA

Los funcionarios del Municipio de Pedro Moncayo que tienen contacto directo con los clientes cuando realizan algún trámite con rapidez y eficiencia, pueden hacer que el cliente regrese o que jamás quiera volver, ellos hacen la diferencia ante las demás instituciones.



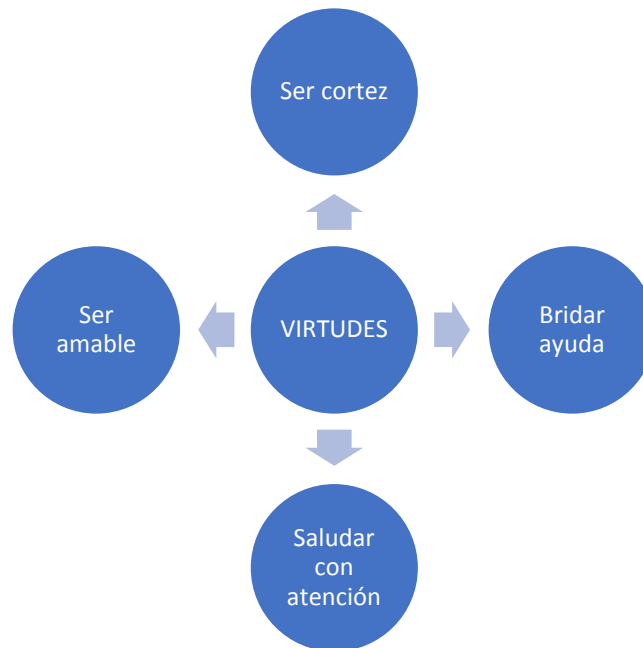
Fuente: Atención al cliente

Elaborado: Jessica Sánchez

OBJETIVO

Dar un buen servicio es marcar la diferencia a las demás instituciones públicas.

PROCESO



Fuente: virtudes del servicio al cliente
Elaborado: Jessica Sánchez

CAPITULO II

LINEAMIENTO 1: IMAGEN DEL GAD MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO

Es la visión que se crea en la mente de las personas de la institución ya sea por el comportamiento de los funcionarios dentro del municipio como en los eventos sociales, ya que una mala actitud deterioraría la imagen perdiendo credibilidad.



OBJETIVO

Mantener una imagen institucional positiva del Municipio de Pedro Moncayo.

PROCESO

1.- **Recuerda que la primera impresión cuenta muchísimo:** A la hora de crear la marca corporativa debes intentar generar impacto en tu target a través del lenguaje, el color, la tipografía, el diseño y las imágenes.

2.- **Adapta los contenidos al consumidor:** Tener siempre en cuenta que el contenido es el punto de contacto con el consumidor y el canal para comunicarse contigo.

3.- **Optimiza tu estrategia web para SEO:** Si no sale en la primera página de Google, es como si no existieras. La optimización para el posicionamiento en buscadores debe ser una parte fundamental de tu estrategia, que requiere profesionales formados específicamente en la materia y una estrategia coordinada entre técnicos, redactores y Social Media.

4.- **Utiliza elementos multimedia:** El poder de las imágenes, el dinamismo de los vídeos o la fuerza de las infografías es clave.

5.- **Sé uniforme:** Para mantener una estrategia consistente emplea un único nombre, logo y estilo para todos tus materiales y contenidos, aplicándolo a todos los puntos clave de la imagen corporativa, desde los tipos de fuentes tipográficas a las redes sociales, anuncios multimedia, páginas web o folletos informativos.

LINEAMIENTO 2: ELEMENTOS DE LA IMAGEN Y FACTORES DE LA IDENTIDAD DEL MUNICIPIO DE PEDRO MONCAYO

La imagen es la apariencia de la institución, como en este caso el del Municipio de Pedro Moncayo, ahí se detallan los valores tangibles e intangibles que ofrecen. Es un elemento importante porque la gente con solo observar la imagen sabe de qué institución o empresa se trata los clientes analizan los pequeños detalles para percibir y crear criterios positivos o negativos. Por lo que es fundamental que las instituciones públicas y privadas proyecten una excelente imagen que lleguen al as personas por medio del logotipo el slogan, misión, visión, valores, los productos, brindando servicios de calidad a los clientes internos y a la ciudadanía en general.

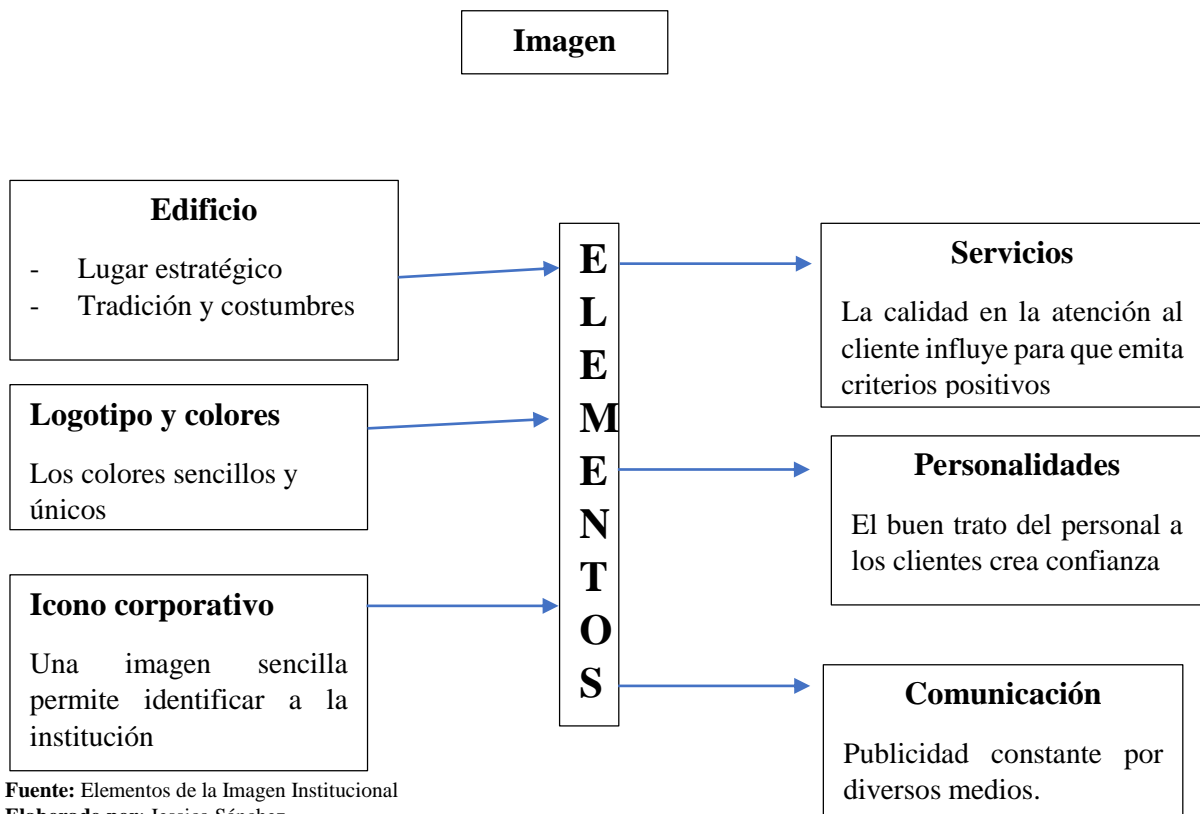


Fuente: Municipalidad de Pedro Moncayo
Elaborado: Jessica Sánchez

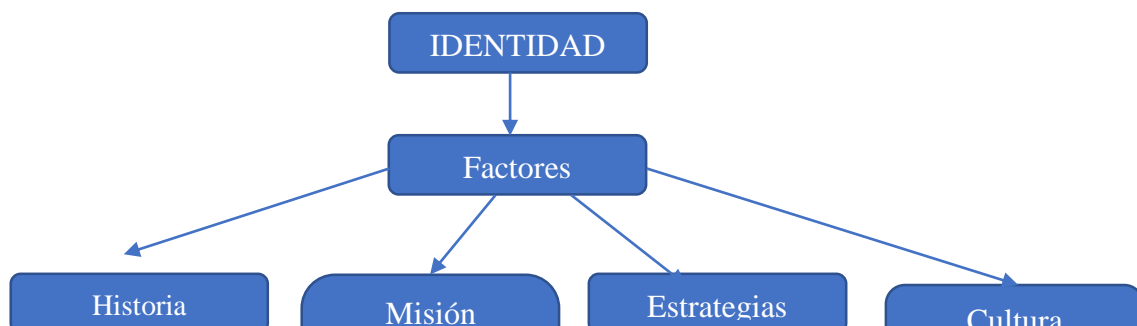
OBJETIVO

Diferenciar los elementos de la imagen y factores del Municipio de Pedro Moncayo.

PROCESO



FACTORES DE LA IDENTIDAD



Fuente: Factores de la Identidad Corporativa
Elaborado por: Jessica Sánchez

ARTÍCULO 3: IMAGEN POSITIVA DE LA INSTITUCIÓN DEL GAD MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO.

Los trabajadores del Municipio deben tratar de cuidar mucho su lenguaje, Imagen personal, gestos entre otros además deben utilizar el uniforme que corresponde a la institución ya que pertenece a la misma.



Fuente: Imagen institucional Gad Municipal de Pedro Moncayo
Elaborado por: Jessica Sánchez

OBJETIVO

Proyectar una imagen positiva dentro del Municipio de Pedro Moncayo.

PROCESO

- Vestir uniforme
- No con logos instituciones.



elegantes con el que represente la institución. utilizar vestimentas de otras

- Asistir correctamente puesto las prendas de vestir.

LINEAMIENTO 4: ACTITUD QUE DEBEN TENER LOS FUNCIONARIOS PARA TRATAR A LOS CLIENTES

Siempre deben brindar la atención adecuada de la mejor manera demostrando su educación y buenos modales.

Fuente: secretaria del Departamento de Gestión Social del GAD Municipal de Pedro Moncayo
Elaborado por: Jessica Sánchez

OBJETIVO

Trato de los funcionarios con los ciudadanos

PROCESO

- Ser Cortez y amable
- Demostrar interés por lo que requiere el cliente.
- Dar prioridad a sus requerimientos.
- Colaborar con los demás departamentos.
- No hablar por teléfono mientras habla el cliente.
- Mantener escucha activa.
- Dar importancia a la ciudadanía.
- No hacer burla a las personas.
- No sea agresivo al estrechar la mano con los ciudadanos.
- No ingerir alimentos delante de las personas

CONCLUSIÓN

- Es importante tener un buen servicio al cliente y ayudar en lo que ellos necesiten, al momento que el cliente ingrese a la institución debemos saludar y dar la bienvenida, invitarlo a sentarse y preguntar lo que va a realizar en la institución para finalmente seguir con el proceso

- Saludar adecuadamente hace que el cliente tome confianza en que se le va a ayudar con rapidez ante el servicio que requiera, y con el saludo se puede establecer una conexión y determinar si se cuenta con el cliente a largo tiempo.

- Al brindar una atención personalizada a los clientes, ayudará a satisfacer de mejor manera las necesidades y mejorar la imagen personal e institucional del personal que trabaja en la Municipalidad.

- La atención brindada por partes de los empleados debe ser rápida clara y concisa para así poder satisfacer toda y cada una de las necesidades brindadas por parte de los clientes.
- El usuario llega y pide ayuda para su requerimiento, por esta razón es necesario conocer todo sobre el funcionamiento de la institución para poder responder correctamente a los requerimientos del usuario y obtener un cliente satisfecho.
- Si usted es la persona que está prestando los servicios al cliente debe tener en claro que el servicio que brinda debe ser adecuado para poder cubrir las necesidades de los clientes.

RECOMENDACIÓN PARA EL MANUAL

- Es necesario que el manual sea efectivo se recomienda a todos los departamentos de la Municipalidad de Pedro Moncayo para que se puedan ejecutar con las acciones necesarias.
- Socializar el manual. De manera que la institución pueda mejorar ciertos aspectos del servicio al cliente y por ende la Imagen Institucional de la Municipalidad.
- Se sugiere que el manual sea aplicado para la institución tenga un excelente servicio a la ciudadanía, para mejorar la imagen institucional.

- El manual para mejorar el servicio al cliente y la imagen institucional es una herramienta de trabajo que brindara un apoyo para los nuevos funcionarios que ingresen al GAD de Pedro Moncayo.
- La recomendación al personal de la Municipalidad de Pedro Moncayo reciba capacitación para que tengan conocimientos de atención al cliente y para mejorar la imagen institucional.

IMPACTOS

Impacto Social

La propuesta genera un alto impacto social, porque la ejecución proporcionara cambios en el servicio al cliente y en la imagen de la Institución, ya que brindarán los servicios en los diferentes departamentos del GAD Municipal de Pedro Moncayo logrando satisfacer las necesidades de los usuarios.

Impacto Administrativo

La elaboración del manual de actividades para mejorar el servicio al cliente y su imagen institucional del GAD Municipal de Pedro Moncayo genera un alto impacto positivo, ya que es

un factor para el mejoramiento del servicio y así tener una buena imagen institucional ante el cliente.

CONCLUSIONES

- Los trabajadores de la Municipalidad de Pedro Moncayo desconocen sobre el servicio de atención al cliente según los encuestados.
- Los usuarios no están conformes con el servicio y atención al cliente por parte de los funcionarios de la Municipalidad de Pedro Moncayo.
- Los funcionarios no respetan los turnos al momento de brindar el servicio al cliente lo que es motivo de quejas por parte de los usuarios.

- Los funcionarios no realizan los trámites con rapidez y eficiencia porque tienen muchas actividades pendientes.

RECOMENDACIONES

- Aplicar el manual a los funcionarios de la Municipalidad para mejorar el servicio al cliente
- Los funcionarios de la Municipalidad de Pedro Moncayo al momento de brindar el servicio al cliente deben hacer con rapidez y actitud para que el usuario esté satisfecho.
- Los funcionarios deben respetar los turnos que ellos emiten a los usuarios para que contribuyan a que la imagen se vea vulnerada.

- Los funcionarios deben evitar quejas e informar adecuadamente cuando el cliente lo necesite.
- Los funcionarios deben brindar buen trato al usuario para contribuir a mejorar la imagen de la institución.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Articular: La unión o la combinación de distintos elementos que otorga una cierta de libertad a cada uno.

Calidad: Conjunto de cualidades que constituyen la manera de ser de una persona o cosa.

Cliente: Persona que compra en una institución comercial o publica, especialmente la que hace regularmente.

Credibilidad: Es aquella característica de determinadas cosas que hacen que sean creíbles, hablamos de situaciones, versos o estimaciones de una determinada presencia.

Expectativas: Es algo que una persona considera que puede ocurrir o pasar algo.

Factores: Elemento, circunstancia, influencia, que contribuye a producir un resultado.

Fundamentos: Es el principio o cimiento sobre el que se apoya y se desarrolla una cosa.

Imagen Corporativa: Se refiere a cómo se percibe una compañía. Es un diseño generalmente aceptado de lo que una compañía "significa". La creación de un diseño corporativo es un ejercicio en la dirección de la percepción.

Inductivo: Es un método científico que obtiene conclusiones generales.

Servicios: Es el conjunto de acciones las cuales son realizadas para servir a alguien.

Usuario: Persona que utiliza un servicio y tiene derecho de usar una cosa ajena con cierta limitación.

Valoración: Es un elemento importante en una sociedad y se manifiesta especialmente en la asignación de precios en un mercado abierto.

Actitud: Es el comportamiento que emplea un individuo para hacer las labores. En este sentido, se puede decir que es su forma de ser o el comportamiento de actuar, también puede considerarse como cierta forma de carácter.

Virtud: Se denomina la cualidad humana de quien se caracteriza por obrar bien y correctamente.

Solvencia: Es una herramienta básica para que un posible acreedor pueda tomar decisiones sobre la conveniencia de conceder financiación al que lo solicita.

Análisis: Examen detallado de una cosa para conocer sus características o cualidades, o su estado, y extraer conclusiones, que se realiza separando o considerando por separado las partes que la constituyen

Didáctico: Es la disciplina científico-pedagógica que tiene como objeto de estudio, los procesos y elementos existentes en la enseñanza y el aprendizaje.

Fortalecimiento: Acción y resultado de fortalecer o fortalecerse el fortalecimiento del paciente es ya evidente.

Negligencia: Falta de cuidado, aplicación y diligencia de una persona en lo que hace, en especial en el cumplimiento de una obligación.

BIBLIOGRAFÍA

- Arias, S. (2017). *Psicológicamente hablando*. Obtenido de <http://www.psicologicamentehablando.com/la-atencion-al-cliente-desde-un-enfoque-psicologico/>
- Atrevia. (5 de Julio de 2011). Obtenido de <https://atrevia.com/comunicacion/ok-9-consejos-para-satisfacer-al-cliente/>
- Ballou, R. H. (2004). *Logística: administración de la cadena de suministro*. Mexico: Pearson Educación.
- Chaves, N. (2008). *La Imagen Corporativa* (Tercera ed.). Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL. Recuperado el 25 de 06 de 2019
- Costa, J. (2018). *Identidad Corporativa*. Mexico: 1993,Edorial Trillas, S.A de C.V. Recuperado el 25 de 06 de 2019
- Editorial Vértice. (2007). *Gestión del punto de venta*. España: Editorial Vértice.
- Emprende pyme.net*. (2016). Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/que-es-la-imagen-corporativa.html>
- Escalera, L. V. (2016). *Fidelización de los clientes* (Primera ed.). Andalucía , España: ic editorial . Recuperado el 26 de junio de 2019

- Fierro Ana, J. M. (2012). Fundamentación Epistemológica. "ESTUDIO DE LA ATENCIÓN QUE SE DA AL CLIENTE POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS DE LA GOBERNACION DE IMBABURA Y SU INFLUENCIA EN LA IMAGEN INSTITUCIONAL, 13. Ibarra, Imbaura, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/2208/1/05%20FECYT%201476.pdf>
- Franco, F. E. (2005). *Fundamentos del servicio al cliente de la aviación comercial: valor diferencial del éxito empresarial*. (Español, & Castellano, Trads.) Bogotá, Colombia: Editorial Politécnico Grancolombiano. Recuperado el 24 de Abril de 2018, de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=3173520&query=servicio+al+cliente#>
- Guzmán, W. (6 de agosto de 2015). Tipos de servicio al cliente. 1. Recuperado el 14 de mayo de 2019, de scribd: <https://es.scribd.com/document/273751523/Tipos-de-Servicio-Al-Cliente>
- Kotler, P. (2001). *CONCEPTOS Y FUNDAMENTOS: DEL SERVICIO, CLIENTE*.
- M.Siebel, T. (2001). *Principios del e-Business: cómo los líderes actuales del mercado aumentan los ingresos, la productividad y la satisfacción del cliente*. Ediciones Granica S.A.
- Macias, M. E. (2017). *Gerencia del servicio* (Tercera ed.). Bogotá: Ediciones de U. Recuperado el 26 de Junio de 2019
- Silva, K. D. (26 de Agosto de 2018). *La gestión de proyectos*. Obtenido de <https://www.cuidatudinero.com/13083358/el-concepto-de-servicio-al-cliente>
- Vilajoana, A. (2017). *¿Cómo aplicar los conceptos básicos de publicidad?* Editorial UOC.
- Villa, J. P. (2014). *Manual de atención al cliente*. Barcelona 2014, España: Profit Editorial. Recuperado el 28 de Junio de 2019

ANEXOS



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA “FECYT”
ENCUESTA**

En la presente encuesta está estructurada para poder conocer el servicio al cliente que presta en el Cantón Pedro Moncayo, a continuación le pedimos que conteste con sinceridad y exactitud, las mismas que serán utilizadas para la investigación que estamos realizando acerca del tema: “Análisis del servicio al cliente y su incidencia en la imagen institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal De Pedro Moncayo”

Marque con una (X) la respuesta según su criterio:

1.- ¿Usted al momento de solicitar ayuda con un trámite en la Municipio de Pedro Moncayo, recibió un buen trato por parte del funcionario encargado en el área que usted acudió?

Si

No

Porque.....
.....

2.- ¿Es eficiente la calidad de servicio y atención al cliente que brinda el funcionario de la institución?

Siempre ()

A Veces()

Nunca ()

3.- Cuando Solicita Un Servicio ¿Los Funcionarios Le Demuestran Educación, Tino Y Paciencia?

Siempre ()

A Veces()

Nunca ()

4.- ¿Los funcionarios del Municipio de Pedro Moncayo hacen respetar los turnos al momento de brindarle a usted el servicio en la atención al cliente?

Siempre ()

A Veces()

Nunca ()

5.- Los funcionarios del Municipio de Pedro Moncayo le reciben con una sonrisa y amabilidad?

Siempre ()

A Veces()

Nunca ()

6.- ¿Considera usted que el Municipio de Pedro Moncayo demuestra calidad y eficiencia en el servicio al cliente, y por ende es valorada por los ciudadanos?

Si ()

No ()

Porque.....
.....

7.- ¿Considera usted que la información brindada por parte de los funcionarios es eficiente?

Siempre ()

A Veces()

Nunca ()

8.- Cuando usted solicita un servicio ¿Los funcionarios le atiende con cortesía y actitud?

Siempre ()

A Veces ()

Nunca ()

9.- ¿Considera usted que la imagen del Municipio de Pedro Moncayo es:

Muy Buena ()

Buena ()

Mala ()

10.- ¿Cree usted que con la elaboración de un manual del servicio al cliente para la Municipalidad de Pedro Moncayo, ayudará al mejoramiento y conocimiento de las técnicas del servicio al usuario que deben impartir los funcionarios?

Si ()

No ()

Porque.....
.....



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA “FECYT”**

FICHA DE OBSERVACIÓN

ACTITUDES: Ética, eficiencia y colaboración.

TEMA: “Análisis del servicio al cliente y su incidencia en la imagen institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pedro Moncayo”

FECHA:

INDICADORES	DEPARTAMENTOS DE LA MUNICIPALIDAD DE PEDRO MONCAYO
--------------------	---

	SI	NO	A VECES
Los funcionarios de la Municipalidad de Pedro Moncayo demuestran puntualidad a la hora de ingreso al trabajo.			
El trato de los funcionarios con los clientes es amable y con respeto.			
Los funcionarios se muestran dispuestos en ayudar a los usuarios.			
Los funcionarios dan una imagen de honestidad y confianza.			
El servicio recibido fue rápido y eficiente.			

Urkund Analysis Result

Analysed Document: tesis Jessica Sanchez.docx (D54441310)
Submitted: 7/15/2019 5:50:00 PM
Submitted By: jvsanchezc@utn.edu.ec
Significance: 5 %

Sources included in the report:

<https://www.crecenegocios.com/que-es-el-servicio-al-cliente-y-cual-es-su-importancia/>
<https://www.monografias.com/trabajos11/sercli/sercli.shtml>
<https://customerservice02.blogspot.com/2011/10/cliente-el-servicio-e-importancia.html>
<https://servilaten.blogspot.com/p/estructura-del-servicio-al-cliente.html>
<https://www.questionpro.com/blog/es/ejemplos-de-encuestas-de-satisfaccion-del-cliente/>
<http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xvii/docs/N10.pdf>

Instances where selected sources appear:

14



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
 FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
 CARRERA DE LICENCIATURA EN SECRETARIADO EJECUTIVO EN
 ESPAÑOL
 MODALIDAD SEMIPRESENCIAL



Secretariado Ejecutivo

17-05-2018
 ADM. LICENCIATURA
 coordinadora

Tabacundo, 15 de mayo de 2018

Ingeniero

Frank Borys Gualsaqui Rivera

ALCALDE DEL CANTON DE PEDRO MONCAYO

Presente.-

JANETH, NOTIFICAR
 A REMITENTE LA
 ACEPTACIÓN PARA QUE
 REDUCE DIAGNÓSTICO
 INVESTIGATIVO.



Reciba un atento saludo y el deseo sincero para que su gestión administrativa sea siempre orientada al servicio de la juventud estudiosa de la provincia y del país.

Yo, Sánchez Changoluisa Jessica Vanesa con CC: 100401780-0, estudiante de la Carrera

de Secretariado Ejecutivo en Español, de la Universidad Técnica de Norte, me dirijo a

usted con la finalidad de que me autorice realizar un diagnóstico investigativo con el

siguiente tema: "ANÁLISIS DEL SERVICIO AL CLIENTE Y SU INCIDENCIA

EN LA IMAGEN INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO

DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO"

En espera de contar con su aporte a la formación integral de los futuros profesionales en Licenciatura en Secretariado Ejecutivo en Español, me suscribo con mis agradecimientos.

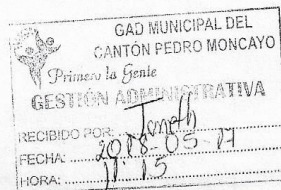
Atentamente,

Jessica Sánchez

Estudiante de la Carrera de Secretariado Ejecutivo en Español

Cédula 100401780-0

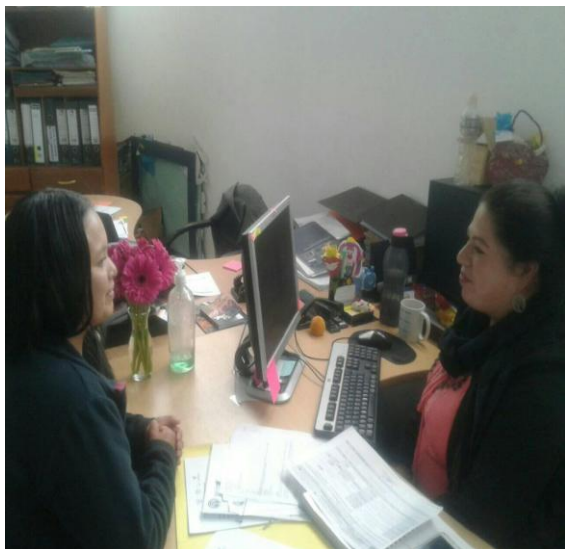
telefono: 0379931473



Trámite 15939
 Código validación XJWY9FFOE0
 Tipo de documento OFICIO
 Fecha recepción 15-may-2018 10:38
 Numeración 5/N documento
 Fecha oficio 15-may-2018
 Remitente SANCHEZ CHANGOLUISA JESSICA VANESA
 Función remitente SOLICITANTE
 Revise el estado de su trámite en:
<http://tramites.pedromoncayo.gob.ec/estadoTramite.jsf>

Fuente: Municipio de Pedro Moncayo

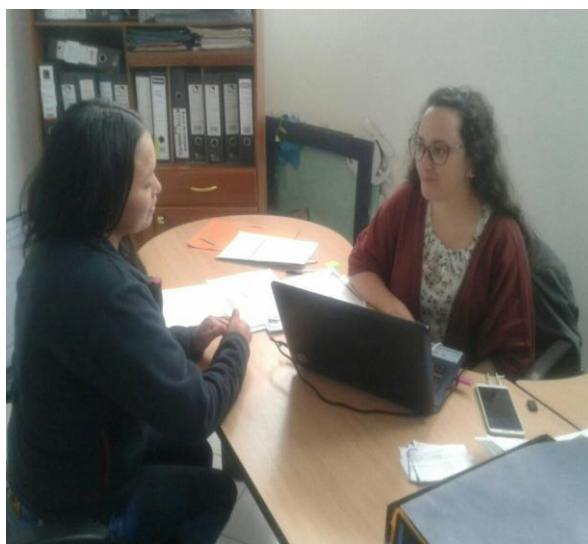
Elaborado por: Jessica Sánchez



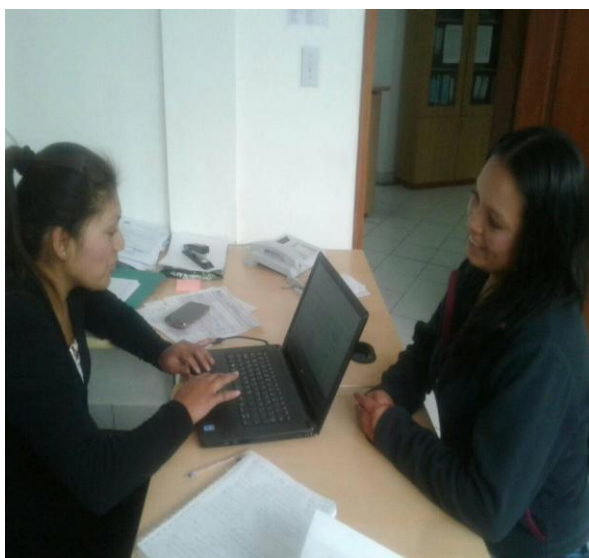
Fuente: Departamento de gestión social del Municipio de Pedro Moncayo
Elaborado por: Jessica Sánchez

Fuente: Encuestas a los clientes GAD del Municipal de Pedro Moncayo

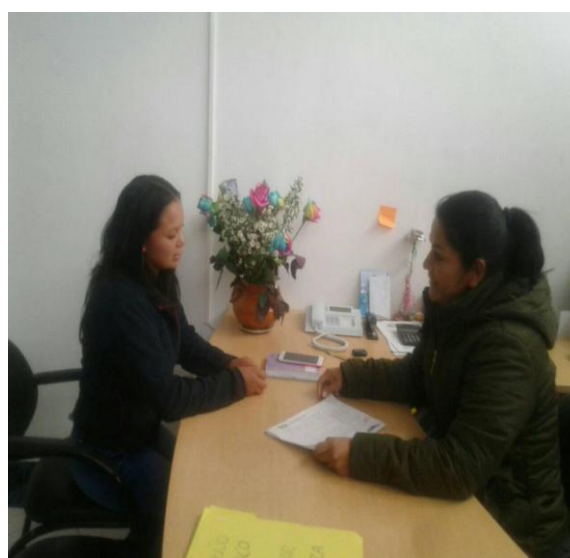
Elaborado por: Jessica Sánchez



Fuente: Gestión social del Municipio de Pedro Moncayo
Elaborado por: Jessica Sánchez



Fuente: Oficina de los CVBS de Tabacundo
Elaborado por: Jessica Sánchez



Fuente: Coordinación de Gestión Social
Elaborado por: Jessica Sánchez