



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA,

CONTABLE Y COMERCIO, DE LA CARRERA

ADMINISTRACION DE EMPRESA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**

TEMA

**CALIDAD DE ATENCIÓN Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL GAD
MONTECRISTI**

Autor:

Betty Nereida Pazmiño Ruíz

Docente:

Ing. Karla Marcillo

Manta - Manabí - Ecuador

2023

Índice

AGRADECIMIENTO	8
CAPÍTULO 1	15
1. Introducción	15
1.1. Justificación	16
1.2 Perspectiva Teórica	18
1.2.1 Antecedentes de investigación	18
1.2.2 Bases Teóricas	21
1.2.2.1 Usuario	21
1.2.2.2. Satisfacción del usuario	23
1.2.2.3 Perspectivas que se desarrollan los clientes en base a la confiabilidad	29
1.2.2.4 Calidad de atención	31
1.2.2.5. Recursos tangibles e intangibles de las dimensiones de la calidad de servicios	38
1.2.2.6 Calidad de atención en servicios públicos	42
1.3 Modelos Teóricos.....	43
1.3.1 Calidad de atención.....	43
1.3.2. Satisfacción del usuario	49
1.3.3. Comparación entre los Modelos de Calidad de Atención	54
1.3.4 Comparación entre los Modelos de Satisfacción del Usuario	54
CAPÍTULO 2	55
2. Metodología	55
2.1 Diseño Metodológico	55
2.2 Variables	57
2.2.1 Operacionalización de Variables	61
2.3 Formulación del Problema.	67

2.3.1 Problemas específicos	67
2.4 Objetivos	68
2.4.1 Objetivo General	68
2.4.2 Objetivos Específicos.....	68
2.4 Hipótesis.....	69
2.5.1 Hipótesis específicas	69
1. Satisfacción con el Producto o Servicio:	69
CAPÍTULO 3.....	72
3. Resultados	72
3.1 Resultados de Calidad de Atención de los Clientes	72
3.2 Resultados de Satisfacción del Usuario	77
CAPÍTULO 4.....	89
4.1 Propuesta.....	89
4.1.1 Árbol de Problemas	91
4.1.2 Árbol de objetivos del GAD Montecristi	92
4.1.3 Objetivos.....	92
4.1.4 Estrategias de Intervención.....	93
4.1.4.1 Objetivo específico 1	93
4.1.4.2 Objetivo específico 2.....	93
4.1.4.3 Objetivo Específico	94
4.1.4.4 Objetivo Especifico 4.	96
4.2 Plan de Integración	97
4.3 Procedimientos para la Satisfacción y Atención a Usuarios Del Gad Montecristi	99
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	118
6. BIBLIOGRAFÍA	123

Índice de Tablas

Tabla 1: Dimensiones de calidad	43
Tabla 2: Dimensiones modelo SERVEQUAL.....	44
Tabla 3: Dimensiones según modelo Brady y Cronin	45
Tabla 4: Dimensiones del modelo de Garvin.....	46
Tabla 5: Dimensiones del modelo de Druker	47
Tabla 6: Dimensiones del modelo Rust y Oliver	47
Tabla 7: Dimensiones del modelo Nguyen.....	48
Tabla 8: Dimensiones del modelo SERVPERF.....	49
Tabla 9: Dimensiones del modelo SCSB.....	50
Tabla 10: Dimensiones del modelo ESCI.....	51
Tabla 11: Dimensiones del modelo BECX.....	52
Tabla 12: Dimensiones del modelo Bolton y Drew.....	53
Tabla 13: Dimensiones del modelo de Teas	53
Tabla 14: Dimensión 3: Calidad de los Resultados	75
Tabla 15: Dimensión 4: Empatía	77
Tabla 16: Dimensión 5: Fiabilidad	79
Tabla 17: Dimensión 6: Seguridad	81
Tabla 18: Dimensión 7: Capacidad de respuesta	82

Tabla 19: Calidad de atención al cliente	84
Tabla 20: Satisfacción del cliente	85
Tabla 21: Calidad y satisfacción del cliente	86
Tabla 22: coeficiente de Spearman	87

INDICE DE GRÀFICOS

Gráfico 1: Dimensión 1: Calidad de la Interrelación	73
Gráfico 2: Dimensión 2: Ambiente Físico	74
Gráfico 3: : Dimensión 3: Calidad de los Resultados	76
Gráfico 4: Dimensión 4: Empatía	78
Gráfico 5: Dimensión 5: Fiabilidad	79
Gráfico 6: Dimensión 6: Seguridad	81
Gráfico 7: Dimensión 6: Seguridad	82
Gráfico 8: Calidad de atención al cliente	84
Gráfico 9: Satisfacción del cliente	85

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Betty Nereida Pazmiño Ruiz, con cédula de identidad N°1311437733, declaro que el presente trabajo de titulación: **“Calidad de atención y satisfacción del usuario en el GAD Montecristi”** cumple con los requerimientos que la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí y la Facultad de ciencias administrativas contables y comercio, de la carrera Administración de Empresas sugieren, cumpliéndose cada uno de los puntos expuestos y siendo meticuloso con la información presentada. A su vez, declaro que el contenido investigativo percibe el desarrollo y diseño original elaborado por la supervisión del tutor académico de investigación. La argumentación, el sustento de la investigación y los criterios vertidos, son originalidad de la autoría y es responsabilidad de la misma.



Pazmiño Ruiz Betty Nereida

C.I.:1311437733

E-mail: pazminobetty72@gmail.com

Telf: 0939353974

Proyecto de Titulación - Pazmiño Ruiz Betty Antiplagio

2%
Textos
sospechosos

2% Similitudes
0% similitudes
entre comillas
0% entre las
fuentes
mencionadas
< 1% Idiomas no
reconocidos

Nombre del documento: Proyecto de Titulación - Pazmiño Ruiz Betty Antiplagio.pdf
ID del documento: 93d727a1146361d3d7bcfb1301e601ea35cc3236
Tamaño del documento original: 819,13 kB

Depositante: Karla Marçillo Pin
Fecha de depósito: 24/7/2024
Tipo de carga: Interface
fecha de fin de análisis: 24/7/2024

Número de palabras: 23.529
Número de caracteres: 162.641

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	repositorio.espam.edu.ec http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/2952/1/TIC_APOSID.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (52 palabras)
2	repositorio.ucv.edu.pe https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12632/30674/Barrionto_VJD.pdf/sequence1	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (55 palabras)
3	Documento de otro usuario (4/17/19) El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (53 palabras)
4	idus.us.es https://idus.us.es/bitstream/11447/150054/1/03_apuntes_u41n3_holgado_ramiro_1.pdf 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (21 palabras)
5	Documento de otro usuario (4/12/19) El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (24 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	revista.cep.org.pe CALIDAD DE ATENCIÓN Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERN... https://revista.cep.org.pe/index.php/RECEN/article/view/14	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)
2	repositorio.uta.edu.ec Repositorio Universidad Técnica de Ambato: El talento hu... https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/17332	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (23 palabras)
3	repositorio.uta.edu.ec Repositorio Universidad Técnica de Ambato: Calidad del s... https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/17335	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (21 palabras)
4	repositorio.utc.edu.ec http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/10545/1/MUTC_001599.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (24 palabras)
5	doi.org Gestión por resultados para mejorar la calidad de atención en las entida... https://doi.org/10.37811/revista.v12.150	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (20 palabras)

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1 Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante **Pazmiño Ruiz Betty Nereida**, legalmente matriculado/a en la Carrera de Administración de Empresas, período académico 2023-2024, cumpliendo el total de 400 horas, cuyo tema del proyecto es “**CALIDAD DE ATENCIÓN Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL GAD MONTECRISTI**”.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 25 de julio de 2024.

Lo certifico,


 Ing. Karla Rosanna Marcillo Pin, Mg.
Docente Tutor(a)

APROBACIÓN DEL TRABAJO

Los miembros del tribunal de grado dan la aprobación al trabajo final de titulación sobre el tema “Calidad de atención y satisfacción del usuario en el GAD Montecristi” el mismo que cumple con lo estipulado por los reglamentos y disposiciones que fueron determinadas por la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.



PRESIDENTE DEL TRIBUNAL
ING. PAUL CEVALLOS ENRRIQUEZ PhD



MIEMBRO
ING. LUIS FRANCO RODRIGUEZ Mg



MIEMBRO
ING. JESSICA GUADAMUD V. Mg

AGRADECIMIENTO

Agradezco de todo corazón a Dios por darme la fuerza y la sabiduría para completar este importante capítulo en mi vida académica. Sin Su guía y bendiciones, este logro no habría sido posible.

A mis padres Vicente y Nereida, quienes han sido mi fuente inagotable de amor, apoyo y motivación a lo largo de los años.

A mi esposo Julio A. Párraga, quien ha sido mi compañero incondicional en este viaje. Tu apoyo constante y cariño han sido fundamentales para superar los desafíos que se presentaron en el camino. Te amo más de lo que las palabras pueden expresar.

A mis queridos hijos Gerald, Leytong y Allisson, por ser mi fuente de inspiración diaria. Su alegría y amor incondicional me han motivado a seguir adelante y dar lo mejor de mí en cada momento.

A la Mg. Karen Mero, quien con su experiencia y sabiduría me brindó orientación invaluable en la elaboración de esta tesis. Su dedicación y apoyo han sido fundamentales para el éxito de este proyecto.

A mis hermanos Wellington (+), Glenda, Roberth y Adrián, por ser mi fuente constante de motivación y aliento. Sus palabras de aliento y confianza en mí me han impulsado a alcanzar mis metas.

A mi tutora Mg. Karla Marcillo, cuya empatía y apoyo emocional fueron esenciales en este proceso. Gracias por su paciencia, comprensión y la pasión que puso en su trabajo, lo que hizo que esta experiencia fuera aún más significativa.

A todos los amigos y familiares que estuvieron a mi lado durante esta travesía, gracias por su apoyo inquebrantable.

Con gratitud eterna:

Betty Pazmiño Ruiz.

DEDICATORIA

Con profunda gratitud y amor eterno deseo dedicar esta tesis a Dios Padre Celestial, fuente de sabiduría e infinita bondad, elevo mi corazón en humilde agradecimiento por haber guiado mis pasos a lo largo de este camino. Gracias por iluminar mi mente con el conocimiento y por fortalecer mi espíritu en los momentos de flaqueza.

A mis amados padres, pilares incansables de mi vida, gracias por su amor incondicional, por sus sacrificios y por creer en mí siempre. A ustedes dedico este logro, fruto de los valores que me inculcaron y del ejemplo que me dieron desde mi infancia.

A mi esposo, compañero de vida gracias por ser mi confidente y mi apoyo incondicional. Tu amor y confianza en mis capacidades han sido el motor que me impulsó a seguir adelante en los momentos más difíciles.

A mis queridos hijos, la mayor bendición de mi vida. A ustedes, que son mi fuente de inspiración y mi mayor motivación, dedico este trabajo con la esperanza de que les sirva como ejemplo de perseverancia y dedicación.

En cada página de esta tesis se encuentra plasmado el amor y el apoyo de cada uno de ustedes. Gracias por ser parte fundamental de este sueño hecho realidad.

Con infinita gratitud y amor eterno,

Betty Pazmiño Ruiz

RECONOCIMIENTO

Deseo expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas e instituciones que contribuyeron de manera significativa a la realización de esta investigación.

Principalmente quiero agradecer a mi tutor de tesis, Ing. Karla Marcillo MG, por su valiosa orientación, apoyo y dedicación a lo largo de todo el proceso de investigación. Sus conocimientos expertos y su compromiso con mi desarrollo académico fueron fundamentales para el éxito de este proyecto.

También quiero agradecer a los departamentos del GAD Montecristi por brindarme la oportunidad de llevar a cabo esta investigación en su entorno laboral. Su colaboración y disposición para compartir información y experiencias fueron de gran ayuda para obtener los datos necesarios y realizar un análisis sólido.

Además, quiero expresar mi gratitud a todos los ciudadanos del cantón Montecristi que participaron en la encuesta. Sin su colaboración y disposición para compartir sus percepciones y opiniones, este estudio no habría sido posible. Sus respuestas honestas y completas fueron importantes para obtener resultados significativos y concluyentes.

Asimismo, deseo agradecer a mi familia y a mis grandes amigos por su constante apoyo y aliento a lo largo de este arduo proceso. Sus palabras de aliento y su paciencia fueron un pilar fundamental para mantenerme motivado y enfocado en mi investigación.

Por último, quiero agradecer a todas las fuentes bibliográficas y académicas consultadas, cuyas contribuciones y hallazgos fueron fundamentales para fundamentar teóricamente mi estudio y enriquecer mi análisis.

A todas las personas e instituciones mencionadas, mi más sincero agradecimiento. Sus aportes y colaboración fueron invaluable y contribuyeron de manera significativa al éxito de esta tesis.

Resumen

La calidad de atención y la satisfacción del usuario son esenciales en los servicios públicos, influenciando la percepción y confianza de los ciudadanos. Este estudio tuvo por objetivo evaluar y mejorar la calidad de atención del usuario en el GAD Montecristi, identificando los factores que influyen en la satisfacción de los usuarios y proponiendo recomendaciones y soluciones efectivas para fortalecer la relación entre el GAD y sus ciudadanos. La investigación se basa en los modelos teóricos de Brady y Cronin (2001) y SERVPERF de Cronin y Taylor (1992), evaluando la percepción de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario mediante una encuesta estructurada aplicada a 80 usuarios de los servicios municipales. Se abordaron dimensiones como amabilidad del personal, ambiente físico, efectividad del servicio, empatía, fiabilidad, seguridad y capacidad de respuesta. Se reveló una insatisfacción significativa en áreas clave. Un 32.5% de los usuarios percibió la amabilidad y empatía del personal como muy insatisfactorias. En cuanto al ambiente físico, aunque el 43.8% lo calificó positivamente, el 13.8% expresó insatisfacción. La efectividad del servicio y el cumplimiento de expectativas recibieron una evaluación muy insatisfactoria del 41.3%. En términos de comunicación y trato personalizado, el 20% de los usuarios mostró insatisfacción, aunque el 28.8% lo consideró satisfactorio. La insatisfacción en áreas como la amabilidad del personal y la efectividad del servicio sugiere la necesidad de mejoras significativas para aumentar la satisfacción del usuario. A pesar de algunos aspectos positivos, es crucial que el GAD Montecristi aborde estas deficiencias para mejorar la percepción y la confianza de los ciudadanos en sus servicios públicos.

Palabras claves: Satisfacción del usuario, Calidad del servicio, Gobierno Autónomo Descentralizado, Mejora de servicios

Abstract

Service quality and user satisfaction are essential in public services, influencing citizens' perceptions and trust. This study aimed to evaluate and enhance user service quality at GAD Montecristi by identifying factors influencing user satisfaction and proposing effective recommendations and solutions to strengthen the relationship between the GAD and its citizens. Methodology: The research draws on theoretical models by Brady and Cronin (2001) and SERVPERF by Cronin and Taylor (1992), assessing service quality perception and user satisfaction through a structured survey of municipal service users. Dimensions such as staff friendliness, physical environment, service effectiveness, empathy, reliability, safety, and responsiveness were addressed. Results: Significant dissatisfaction was revealed in key areas. 32.5% of users perceived staff friendliness and empathy as very unsatisfactory. Regarding the physical environment, although 43.8% rated it positively, 13.8% expressed dissatisfaction. Service effectiveness and meeting expectations received very unsatisfactory ratings from 41.3% of respondents. In terms of communication and personalized treatment, 20% of users were dissatisfied, while 28.8% found it satisfactory. Dissatisfaction in areas like staff friendliness and service effectiveness suggests the need for significant improvements to enhance user satisfaction. Despite some positive aspects, it is crucial for GAD Montecristi to address these deficiencies to improve citizens' perceptions and trust in its public services.

Keywords: User satisfaction, Service quality, Autonomous Decentralized Government, Service improvement.

CAPÍTULO 1

1. Introducción

La calidad de atención y la satisfacción del usuario son aspectos fundamentales en cualquier sistema de servicios públicos. Estos elementos no solo reflejan la eficiencia y eficacia de los servicios prestados, sino que también tienen un impacto significativo en la percepción y la confianza de los ciudadanos hacia las instituciones gubernamentales. En este contexto, el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Montecristi se presenta como un caso de estudio relevante, dado su compromiso con la mejora continua de sus servicios municipales.

El presente trabajo se centra en la evaluación de la calidad de atención y la satisfacción del usuario en el GAD de Montecristi. La elección de este municipio no es casual; Montecristi, con su rica historia y dinámica social, ofrece un entorno único para analizar cómo se implementan y perciben las políticas municipales a nivel local. A través de una combinación de métodos cuantitativos y cualitativos, esta investigación busca proporcionar una visión integral de los desafíos y logros en la prestación de servicios públicos en esta región.

Además, este estudio pretende identificar áreas de mejora y proponer recomendaciones basadas en evidencia que puedan ser implementadas por los responsables de la toma de decisiones municipales. Al hacerlo, se espera contribuir no solo a la literatura académica, sino también a la práctica real, ofreciendo herramientas y conocimientos que puedan ser aplicados para mejorar la calidad de vida de los habitantes de Montecristi.

1.1. Justificación

La satisfacción del usuario es un tema de creciente importancia en la administración pública. En el ámbito macro, esta satisfacción ha demostrado estar vinculada a factores como la calidad, accesibilidad, eficiencia y relación costo-beneficio del servicio. En el ámbito micro, muchos gobiernos locales, incluidos aquellos a nivel mundial, han implementado estrategias para mejorar la satisfacción del usuario en sus servicios públicos.

En el contexto local del GAD Montecristi, la calidad de atención y la satisfacción del usuario son esenciales para evaluar la eficiencia, transparencia y efectividad de los servicios ofrecidos a la comunidad. Enfocarse en estos aspectos se justifica por varias razones clave:

Confianza y Credibilidad: Una atención eficiente y satisfactoria genera confianza en los servicios gubernamentales y fortalece la relación entre la comunidad y las instituciones locales.

Transparencia y comunicación: La calidad de atención está estrechamente relacionada con la transparencia en la comunicación y el acceso a la información. Un GAD que proporciona información clara y oportuna demuestra un compromiso con la transparencia y fomenta la participación comunitaria.

Eficiencia en el uso de recursos: Servicios de alta calidad y sin obstáculos optimizan el uso de recursos y mejoran la percepción de eficiencia de la institución.

Participación ciudadana: Usuarios satisfechos son más propensos a involucrarse activamente en las actividades y decisiones del GAD, promoviendo una ciudadanía más comprometida.

Imagen pública: La percepción positiva de la calidad de atención y satisfacción del usuario mejora la imagen pública del GAD, atrayendo más usuarios y aumentando la confianza en las instituciones gubernamentales.

Bienestar y desarrollo sostenible: Mejorar estos aspectos contribuye al bienestar de la población y al desarrollo sostenible.

La Constitución del Ecuador (1998) en los Artículos 66, 204, 228, 230 y 231, subraya la importancia de que las instituciones y funcionarios públicos ofrezcan servicios de calidad, promoviendo la eficiencia, la rendición de cuentas y la evaluación de su desempeño.

En el GAD Montecristi, es crucial conocer el grado de satisfacción de los usuarios respecto a la calidad de atención brindada. Esta exploración permitirá identificar áreas de mejora en los servicios públicos y valorar la efectividad de las políticas implementadas. La investigación se enfoca en responder cómo la calidad de atención del GAD Montecristi influye en la satisfacción de los usuarios y cuáles son las áreas de mejora identificadas para garantizar una atención más efectiva. Además, busca entender cómo las opiniones y percepciones de los usuarios pueden ser utilizadas para formar políticas de mejora continua en la administración pública local.

Bajo este contexto se identifica la problemática ya que la forma de aportar a la solución del problema es conocer el trasfondo de estas eventualidades. Por lo tanto, elaborar una exploración relacionada con la calidad de atención y la satisfacción del usuario en el GAD Montecristi es altamente relevante y justificable ya que se necesita conocer:

¿Cómo influye la calidad de atención del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Montecristi en la satisfacción de los usuarios en cuanto a servicios públicos, y cuáles son las principales áreas de mejora identificadas para garantizar una atención más efectiva y satisfactoria? además, ¿cómo pueden las opiniones y percepciones de los usuarios ser utilizadas para formar políticas y prácticas de mejora continua en la administración pública local?

1.2 Perspectiva Teórica

1.2.1 Antecedentes de investigación

En investigaciones sobre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en el GAD municipal de Santa Elena, se buscó mejorar la calidad del servicio mediante un plan estructurado en cuatro áreas: buena atención al usuario, mejoras en TICs, capacidad de respuesta y reconocimientos económicos. Se abordó la insatisfacción de los usuarios causada por una cultura organizacional inadecuada, falta de motivación del personal, bajo desempeño laboral, mala atención al usuario y poca eficiencia. Utilizando una metodología descriptiva-exploratoria, los resultados de entrevistas y encuestas revelaron problemas significativos en la cultura organizacional, motivación débil del personal, insuficiente desempeño y escasa capacidad de respuesta, subrayando la necesidad de un plan de mejora en el municipio, (Cordero, 2019).

En cuanto a la gestión de la calidad en los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) en Ecuador, se realizó un estudio con el objetivo de establecer un modelo para enfrentar problemáticas comunes. A través de un rastreo bibliográfico en América Latina desde 2013 hasta 2018, se identificaron elementos clave para aplicar modelos de gestión de calidad en el sector público. Se estudiaron cuatro modelos de gestión de calidad, resultando en una propuesta que incluye indicadores para medir la calidad y satisfacer las necesidades de la sociedad. El estudio buscó alcanzar una certificación de calidad en instituciones públicas, mejorando la gestión y atención a los ciudadanos, (Crespo, Crespo, Andrade, & Valarezo, 2019).

En cuanto a "La Interpretación del Concepto de Calidad del Servicio en el Contexto de la Gestión Pública Ecuatoriana: El Caso del GAD del Cantón Chone", analizó cómo se interpreta la calidad del servicio en la gestión pública ecuatoriana, específicamente en el

GAD de Chone. Utilizando un enfoque mixto de métodos cualitativos y cuantitativos, se emplearon observación directa, revisión documental, entrevistas en profundidad y encuestas. Se descubrió que la calidad del servicio no está adecuadamente internalizada en la cultura organizacional del GAD de Chone, lo que se refleja en la ausencia de prácticas y procesos orientados a mejorar la calidad del servicio público, (Zambrano & Santos, 2020).

Larios (2020) analizó la relación entre la calidad de atención y la satisfacción del usuario externo en el Centro de Salud Cañarís en 2019. Utilizando un enfoque no experimental y un estudio descriptivo, transversal y correlacional, se encuestó a 148 usuarios mayores de edad de un total de 240. El estudio se basa en la premisa de que la calidad de atención influye directamente en la satisfacción del usuario. Los resultados confirmaron que las dimensiones de fiabilidad, empatía, capacidad de respuesta y fidelización están significativamente correlacionadas con la satisfacción del usuario externo. Esto subraya la importancia de la calidad de atención como un predictor clave de la satisfacción del paciente.

De acuerdo con la percepción de la calidad del servicio en el GAD de Ambato en el área de información general, se evaluó si el servicio ofrecido cumplía con un enfoque ciudadano, garantizando la satisfacción y el cumplimiento de objetivos constitucionales e institucionales. Aunque históricamente el servicio público se catalogó como deficiente, se observó una mejora en los últimos años, lo que ha contribuido a restablecer la confianza ciudadana en los servicios públicos, (Cherres, 2021).

(Calero, 2022) desarrolló un plan de mejora continua en la calidad del servicio y atención al usuario en la unidad de matriculación y revisión vehicular del GAD Municipalidad de Ambato. La investigación midió la calidad del servicio a través de opiniones de los usuarios, utilizando un análisis descriptivo, factorial exploratoria y un plan de propuesta. Los resultados indicaron que los usuarios califican el servicio como "bueno". Sin embargo, se identificaron falencias en publicidad, puntualidad del servicio, receptividad

del personal y respuesta a inquietudes. Las dimensiones de tangibles y confiabilidad fueron bien percibidas, mientras que capacidad de respuesta, seguridad y empatía requieren mejoras. La propuesta incluye simplificación de publicidad y mejor receptividad del personal.

Un estudio analizó la gestión administrativa y la calidad del servicio en el GAD Municipal de Pangua durante 2019-2023, utilizando un enfoque cuantitativo y descriptivo, se realizaron visitas y encuestas a 377 personas y 6 jefes departamentales. Los resultados mostraron que la gestión administrativa es aceptada por el 73.44% de la población y la calidad del servicio por el 88.72%. Sin embargo, el 11.28% está insatisfecho con la gestión administrativa y el 26.56% en desacuerdo con la calidad del servicio. Se identificó una brecha que requiere fortalecer el comportamiento del capital humano y profundizar el conocimiento de la función pública para mejorar estos aspectos, (Mejía, 2023).

De acuerdo con el estudio sobre "El talento humano como aspecto clave para mejorar la calidad del servicio público en el GAD Saquisilí" destacó la importancia del talento humano en la calidad del servicio público. Mediante un método descriptivo y encuestas a 128 servidores públicos y 368 pobladores, concluyó que la calidad del servicio está significativamente relacionada con el Modelo de Gestión del Talento Humano en el GADMIC de Saquisilí. La evaluación y formación continua del personal, junto con condiciones materiales y tecnológicas adecuadas, permiten ofrecer servicios públicos de calidad y eficiencia. El estudio también consideró el ingreso promedio de los servidores públicos en Ecuador y resaltó la importancia de una gestión comprometida con el talento humano y los usuarios, (Pila, 2023).

1.2.2 Bases Teóricas

1.2.2.1 Usuario

Un usuario es una persona, entidad o sistema que utiliza un producto, servicio o sistema, como una aplicación informática, un sitio web, un programa de computadora o cualquier otro tipo de plataforma. En el contexto digital, un usuario interactúa con estos productos o servicios para llevar a cabo ciertas tareas, acceder a información o utilizar funcionalidades específicas (Pinto, 2020).

Es importante mencionar que el término "usuario" puede referirse tanto a personas reales que interactúan con sistemas, como a programas o sistemas automatizados que utilizan otros programas o sistemas. De manera que se deduce que, un usuario es cualquier entidad que interactúa con un sistema para lograr un objetivo determinado.

Características del Usuario:

Las características del usuario pueden variar dependiendo del contexto en el que se esté hablando, ya que diferentes sistemas, productos o servicios pueden tener diferentes requisitos y expectativas con respecto a los usuarios (Prieto & Tarazona, 2019). Sin embargo, hay algunas características generales que se pueden considerar al hablar de usuarios en cualquier contexto:

- **Identificación:** Los usuarios están identificados en el sistema, ya sea mediante un nombre de usuario, una dirección de correo electrónico u otra forma única.
- **Interacción:** Los usuarios interactúan con el sistema de alguna manera, ya sea a través de interfaces de usuario, comandos, gestos, voz u otros medios, dependiendo del tipo de sistema o plataforma.

- Necesidades y metas: Cada usuario tiene necesidades y metas específicas al utilizar un sistema. Estas necesidades y metas pueden variar ampliamente según el contexto, como buscar información, comunicarse, realizar transacciones, etc.
- Capacidades y habilidades: Los usuarios tienen diferentes niveles de habilidades y capacidades para utilizar un sistema. Algunos pueden ser expertos, mientras que otros pueden ser novatos o tener conocimientos intermedios.
- Experiencia previa: La experiencia previa de un usuario con tecnologías similares o con el sistema en particular puede influir en su habilidad para utilizarlo y en su comprensión de las funciones y características disponibles.
- Motivaciones: Los usuarios pueden estar motivados por diferentes razones para utilizar un sistema, como la conveniencia, la eficiencia, el entretenimiento, la información, entre otros.
- Preferencias personales: Cada usuario puede tener preferencias personales en términos de diseño, funcionalidades, estilos, idiomas, y otras opciones que afecten su experiencia de usuario.
- Seguridad y privacidad: Los usuarios tienen preocupaciones y expectativas con respecto a la seguridad y la privacidad de sus datos y transacciones mientras utilizan un sistema.
- Feedback y opinión: Los usuarios proporcionan feedback sobre sus experiencias, lo cual es valioso para mejorar el sistema y satisfacer sus necesidades de manera más efectiva.
- Accesibilidad: Considerar las necesidades de los usuarios con discapacidades y garantizar la accesibilidad es fundamental para hacer que el sistema sea usable por una amplia gama de usuarios.

Entender y considerar estas características es esencial para diseñar productos y servicios que satisfagan las necesidades y expectativas de los usuarios, brindando una experiencia de usuario positiva y efectiva.

1.2.2.2. Satisfacción del usuario

La satisfacción del usuario se refiere al grado en el que las expectativas y necesidades de un usuario son cumplidas por un producto, servicio o sistema en particular. Es un indicador clave de la calidad de la experiencia que el usuario tiene al interactuar con el producto o servicio. La satisfacción del usuario es fundamental para el éxito y la aceptación de cualquier producto o servicio en el mercado (Calle & Párraga, 2021).

La satisfacción del usuario está estrechamente relacionada con el cumplimiento de las expectativas del usuario. Cuando un producto o servicio cumple o supera las expectativas del usuario, es probable que experimente una mayor satisfacción.

(Canchumani & Leyva, 2023) muestran que, la calidad de la experiencia del usuario juega un papel fundamental en su satisfacción. Una interfaz fácil de usar, un diseño intuitivo, tiempos de carga rápidos y otras características que mejoren la experiencia contribuirán a la satisfacción del usuario.

La calidad general del producto o servicio tiene un impacto directo en la satisfacción del usuario. Esto incluye la funcionalidad, confiabilidad, rendimiento, durabilidad, entre otros aspectos relacionados con el producto o servicio en sí.

La calidad del servicio al cliente y el soporte técnico también influyen en la satisfacción del usuario. Una respuesta rápida y efectiva a preguntas, problemas o consultas mejora la percepción del usuario sobre el producto o servicio.

Los productos o servicios que pueden adaptarse a las necesidades individuales de los usuarios suelen generar una mayor satisfacción. La personalización y la flexibilidad para ajustarse a preferencias específicas son aspectos importantes.

Escuchar la retroalimentación de los usuarios y utilizarla para mejorar el producto o servicio es esencial para aumentar la satisfacción del usuario a lo largo del tiempo. Mantener una comunicación clara y efectiva con los usuarios acerca de las actualizaciones, cambios,

políticas y otros aspectos relevantes puede influir positivamente en su satisfacción al sentirse informados y considerados.

Es importante establecer expectativas realistas sobre lo que el producto o servicio puede ofrecer. La publicidad precisa y transparente contribuye a una mayor satisfacción, ya que los usuarios saben qué esperar.

La fiabilidad y la consistencia en la entrega de servicios o funcionalidades contribuyen a la satisfacción. Los usuarios valoran la estabilidad y la confiabilidad de un producto o servicio.

La simplicidad y la facilidad de uso son factores críticos en la satisfacción del usuario. Los productos o servicios fáciles de entender y usar generan satisfacción.

La satisfacción del usuario no solo se traduce en usuarios contentos, sino que también puede llevar a la lealtad del cliente, recomendaciones y, en última instancia, al éxito comercial a largo plazo. Es fundamental para la reputación y el crecimiento de cualquier negocio.

1.2.2.2.1 Importancia de satisfacción al usuario

La importancia de la satisfacción del usuario radica en su impacto directo en la reputación, el éxito y la rentabilidad de un negocio o proyecto (Benites, Díaz, & Fernández, 2020).

La satisfacción del usuario es un factor determinante para la retención de clientes. Los clientes satisfechos tienen más probabilidades de seguir utilizando un producto o servicio y de convertirse en clientes leales a largo plazo.

Los usuarios satisfechos son propensos a recomendar el producto o servicio a amigos, familiares o colegas. Estas recomendaciones son poderosas para atraer nuevos clientes y expandir la base de usuarios.

Una buena satisfacción del usuario contribuye positivamente a la reputación y credibilidad de un negocio. Los comentarios positivos y las reseñas favorables ayudan a construir una imagen positiva en la mente de los clientes potenciales.

En un mercado competitivo, la satisfacción del usuario puede ser un diferenciador crucial. Si un producto o servicio satisface mejor las necesidades de los usuarios que los de la competencia, es más probable que atraiga a más clientes.

La satisfacción del usuario puede conducir a una reducción de costos a largo plazo. Los usuarios satisfechos son menos propensos a requerir soporte extensivo o asistencia adicional, lo que puede disminuir los gastos operativos.

La retroalimentación de los usuarios insatisfechos proporciona información valiosa para mejorar el producto o servicio. Al escuchar las necesidades y preocupaciones de los usuarios, las organizaciones pueden realizar ajustes y mejoras que se alineen con las expectativas de los usuarios.

(Cruz & Sandoval, 2022) señalan que, la satisfacción del usuario puede traducirse en un aumento de la lealtad del cliente, lo que a su vez conduce a mayores ventas y a un mayor crecimiento empresarial. Los clientes satisfechos están dispuestos a gastar más y a comprar productos adicionales. Además, puede impactar en la productividad y en el ambiente laboral de una empresa. Los empleados que ven que su trabajo produce usuarios satisfechos pueden estar más motivados y satisfechos en su trabajo.

La satisfacción del usuario está intrínsecamente relacionada con el éxito del negocio. Cuando los usuarios están satisfechos, están más alineados con los objetivos y valores de la empresa, lo que contribuye a un crecimiento armonioso.

Así que la importancia de la satisfacción del usuario no solo es garantizar la satisfacción de los usuarios en el presente, sino que afecta a largo plazo a la percepción de la marca, la retención de clientes, las recomendaciones, los ingresos y el crecimiento general del

negocio. Es esencial para establecer relaciones sólidas y duraderas con los clientes y para lograr un éxito sostenible en el mercado.

Características de la satisfacción:

La satisfacción del usuario es un concepto complejo y multifacético que refleja la experiencia y la percepción de un individuo en relación con un producto, servicio o experiencia (Gavilánez, 2023).

- **Sentimiento positivo:** La satisfacción del usuario implica una sensación positiva de contento, complacencia y gratificación después de la interacción con un producto, servicio o experiencia.
- **Cumplimiento de expectativas:** Se refiere a la percepción del usuario de que el producto o servicio ha cumplido o superado sus expectativas previas. Cuando las expectativas se cumplen, se genera un sentimiento de satisfacción.
- **Percepción subjetiva:** La satisfacción es subjetiva y varía de persona a persona. Depende de la interpretación personal del usuario sobre su experiencia con el producto o servicio.
- **Comparación con estándares personales:** La satisfacción se evalúa comparando la experiencia actual con los estándares o expectativas personales que el usuario tiene. Si la experiencia cumple o supera esos estándares, se siente satisfecho.
- **Duradero en el tiempo:** La satisfacción del usuario es una percepción a largo plazo basada en la experiencia acumulada con un producto, servicio o marca a lo largo del tiempo. No es simplemente una reacción inmediata.
- **Influenciada por la calidad:** La calidad percibida de un producto o servicio influye en la satisfacción del usuario. Cuanto mayor sea la percepción de calidad, es más probable que el usuario esté satisfecho.

- **Influenciada por la relación costo/beneficio:** La relación entre el costo (ya sea monetario, temporal o de esfuerzo) y los beneficios recibidos también afecta a la satisfacción. Un buen equilibrio entre costo y beneficio aumenta la satisfacción.
- **Experiencia global:** La satisfacción se deriva de la experiencia global con el producto o servicio, incluyendo la funcionalidad, el diseño, la interactividad, el servicio al cliente, entre otros aspectos.
- **Relevancia y adecuación:** La satisfacción se alcanza cuando el producto o servicio satisface de manera adecuada las necesidades, deseos o propósitos específicos del usuario.
- **Proporciona valor percibido:** La satisfacción se logra cuando el usuario percibe que el producto o servicio ha agregado valor a su vida, ya sea en términos de utilidad, eficiencia, entretenimiento u otros aspectos.
- **Retorno y lealtad:** La satisfacción del usuario influye en su intención de volver a utilizar el producto o servicio y en su disposición a ser leal a la marca, lo que puede generar ingresos recurrentes.
- **Comunicación y difusión:** Los usuarios satisfechos tienen más probabilidades de comunicar su satisfacción a otros, lo que puede generar publicidad boca a boca positiva y atraer a nuevos clientes.
- **Medible y evaluable:** Aunque la satisfacción es subjetiva, puede medirse y evaluarse a través de encuestas, comentarios, análisis de datos y otras técnicas de investigación de usuarios.

Comprender y gestionar la satisfacción del usuario es esencial para las organizaciones que desean crear productos y servicios exitosos, fomentar la lealtad de los clientes y mantener una buena reputación en el mercado.

1.2.2.2.3 Ventajas y desventajas de la satisfacción del usuario

La satisfacción del usuario es un aspecto crucial en cualquier negocio, producto o servicio, ya que refleja el grado en que los usuarios están contentos con la experiencia que han tenido (Sánchez, 2023).

Ventajas:

Los usuarios satisfechos tienen más probabilidades de volver y utilizar nuevamente el producto o servicio, lo que conduce a la fidelización de clientes y a un flujo constante de ingresos.

Recomendaciones positivas: Los clientes satisfechos suelen recomendar el producto o servicio a otras personas, generando así una publicidad positiva y aumentando la base de clientes.

Mejora de la reputación de la marca: La satisfacción del usuario contribuye a una mejor percepción de la marca, lo que puede traducirse en una reputación más positiva en el mercado y en la industria.

La satisfacción del usuario ayuda a mantener a los clientes existentes, lo que puede resultar más rentable que adquirir nuevos clientes.

Los usuarios insatisfechos suelen proporcionar retroalimentación útil que puede ayudar a identificar áreas de mejora en el producto o servicio.

La satisfacción del usuario puede reducir la cantidad de quejas y devoluciones, lo que ahorra tiempo y recursos.

Los empleados que trabajan en un entorno donde los clientes están satisfechos tienden a estar más comprometidos y ser más productivos.

Desventajas:

Costos asociados: Mantener altos niveles de satisfacción del usuario puede requerir inversiones significativas en atención al cliente, mejora del producto, capacitación de personal, etc.

Expectativas en constante cambio: A medida que evolucionan las expectativas de los usuarios, mantener altos niveles de satisfacción puede volverse desafiante y puede requerir ajustes frecuentes en el producto o servicio.

Dificultad para medir: Medir con precisión la satisfacción del usuario puede ser complicado, ya que puede estar sujeta a percepciones subjetivas y variadas de los individuos.

Impacto en la rentabilidad: Aunque la satisfacción del usuario puede conducir a una mayor retención de clientes, no siempre se traduce directamente en mayores ganancias o rentabilidad.

Competencia intensificada: Si la satisfacción del usuario es baja en comparación con la competencia, puede resultar en la pérdida de clientes y, en última instancia, en una disminución de la cuota de mercado.

Dificultad para satisfacer a todos los usuarios: Es imposible satisfacer plenamente a todos los usuarios, ya que las preferencias y necesidades varían. Esto puede llevar a la insatisfacción de ciertos grupos de usuarios.

De manera que, la satisfacción del usuario es fundamental para el éxito a largo plazo de cualquier empresa, pero es importante equilibrarla con consideraciones financieras y estratégicas para garantizar un crecimiento sostenible y rentable.

1.2.2.3 Perspectivas que se desarrollan los clientes en base a la confiabilidad

La confiabilidad es un aspecto clave en la relación entre un cliente y una empresa. Los clientes desarrollan diversas perspectivas basadas en la confiabilidad percibida en relación con un producto, servicio o empresa en particular (Narváez, Reinoso, & Castro, 2020).

Los clientes pueden desarrollar una confianza sólida en la marca y la empresa en función de su historial de entrega de productos o servicios de alta calidad de manera consistente. Esta confianza puede basarse en experiencias anteriores y recomendaciones de otros usuarios.

La confianza en la calidad del producto o servicio se deriva de la consistencia en el rendimiento, durabilidad, eficacia y cumplimiento de las expectativas. Los clientes valoran la consistencia en la calidad y esperan que se cumpla cada vez que interactúan con la empresa.

La empresa debe cumplir las promesas hechas a los clientes en términos de tiempos de entrega, disponibilidad de productos o servicios, garantías y políticas de devolución. La confiabilidad en la entrega crea una percepción positiva y refuerza la relación cliente-empresa.

La confianza en la protección de la información personal y financiera es fundamental en la era digital. Los clientes necesitan tener la confianza de que la empresa maneja sus datos de manera segura y no los utilizará de forma indebida.

Los clientes buscan una experiencia consistente en cada interacción con la empresa, ya sea en línea, en tienda física, en el servicio de atención al cliente, etc. Una experiencia coherente y predecible fortalece la confianza del cliente.

Los clientes valoran la comunicación clara y precisa sobre políticas, precios, términos y condiciones. La empresa que comunica de manera transparente y brinda información precisa construye confianza con sus clientes.

Cuando surgen problemas o dificultades, los clientes confían en que la empresa responderá de manera oportuna y buscará soluciones eficaces para abordar sus inquietudes. Una respuesta rápida y eficaz es vital para mantener la confianza.

Los clientes valoran la confianza en que la empresa continuará innovando, mejorando sus productos o servicios y respondiendo a las cambiantes necesidades y expectativas del mercado (Narváez, Reinoso, & Castro, 2020).

La confiabilidad es un pilar fundamental en la construcción de relaciones duraderas y beneficiosas con los clientes. Una empresa que se esfuerza por mantener y mejorar la confiabilidad percibida puede cosechar la lealtad de sus clientes y garantizar un crecimiento sostenible en el tiempo.

1.2.2.4 Calidad de atención

La calidad de atención se refiere a la excelencia en la prestación de servicios, la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes, y la superación de sus expectativas. Es un aspecto fundamental para cualquier organización que busca mantener relaciones duraderas y satisfactorias con sus clientes (Reyes, 2023).

Se presentan los componentes y aspectos clave de la calidad de atención:

1. **Accesibilidad:** Garantizar que los servicios sean fácilmente accesibles para los clientes, ya sea física o digitalmente, para que puedan utilizarlos de manera conveniente y oportuna.
2. **Diligencia y Rapidez:** Responder de manera rápida y efectiva a las necesidades y consultas de los clientes, demostrando diligencia y eficiencia en la atención.
3. **Empatía:** Mostrar comprensión y consideración hacia los sentimientos, necesidades y circunstancias de los clientes, estableciendo una conexión emocional y demostrando un interés genuino por ayudar.
4. **Fiabilidad:** Cumplir consistentemente con las promesas, horarios, términos y condiciones acordados, generando confianza y credibilidad en la calidad del servicio.
5. **Transparencia y Comunicación Clara:** Proporcionar información clara, precisa y completa a los clientes, garantizando que estén bien informados y puedan tomar decisiones informadas.

6. Competencia Profesional: Contar con un personal capacitado y competente que brinde servicios de alta calidad, con conocimientos técnicos, habilidades y actitudes adecuadas para satisfacer las necesidades de los clientes.

7. Adaptabilidad y Flexibilidad: Ser capaz de ajustar y personalizar la atención según las necesidades y preferencias individuales de los clientes, demostrando flexibilidad en la prestación de servicios.

8. Atención Personalizada: Tratar a cada cliente como único, adaptando la atención a sus características y necesidades particulares, brindando un servicio personalizado y diferenciado.

9. Resolución Efectiva de Problemas: Abordar de manera eficaz los problemas, quejas o inquietudes de los clientes, proporcionando soluciones adecuadas y garantizando la satisfacción del cliente.

10. Compromiso y Cuidado: Mostrar un compromiso genuino con la satisfacción del cliente y demostrar un cuidado especial en cada interacción, asegurándose de que se sientan valorados y respetados.

11. Medición y Mejora Continua: Implementar sistemas de medición para evaluar la satisfacción del cliente y recopilar retroalimentación que permita identificar áreas de mejora, y actuar en consecuencia para elevar constantemente la calidad de atención.

12. Cultura de Calidad: Fomentar una cultura organizacional centrada en la calidad, donde todos los miembros del equipo están comprometidos con brindar un servicio excelente y se les reconoce por sus contribuciones en ese sentido.

La calidad de atención al cliente es esencial para mantener la satisfacción del cliente, la lealtad y la reputación positiva de la organización. Las empresas exitosas reconocen la importancia de invertir en la mejora continua de la calidad de atención para garantizar relaciones sólidas y duraderas con sus clientes.

1.2.2.4.1 Servicios de Calidad

Ofrecer servicios de calidad es esencial para cualquier organización que busque mantener la satisfacción y lealtad de sus clientes (Flores-Bautista, Jimenez-DeLucio, Rojo-Cisneros, & Sánchez-Ayala, 2023).

De manera que se sugiere: realizar investigaciones y análisis para comprender las necesidades, preferencias y expectativas de los clientes. Esto ayuda a adaptar los servicios para satisfacer sus requerimientos de manera efectiva.

Definir estándares claros y medibles que los servicios deben cumplir para garantizar la coherencia y la calidad en la prestación de estos.

Capacitar y desarrollar a los empleados para garantizar que tengan las habilidades, conocimientos y actitudes necesarios para brindar servicios de calidad. El personal capacitado está mejor equipado para enfrentar diversas situaciones y necesidades del cliente.

Diseñar y mantener procesos eficaces y eficientes para entregar los servicios de manera consistente y sin problemas, optimizando la utilización de recursos.

Centrarse en mejorar la experiencia del cliente en cada etapa de su interacción con la organización, desde la primera consulta hasta la postventa. Escuchar al cliente y utilizar sus comentarios para realizar mejoras continuas.

Permanecer al tanto de las tendencias del mercado y las tecnologías emergentes para mejorar y actualizar continuamente los servicios ofrecidos, garantizando que sigan siendo relevantes y competitivos.

Establecer un proceso eficaz para abordar rápidamente problemas y quejas, con un enfoque en la resolución satisfactoria para el cliente y la prevención de problemas futuros.

Mantener una comunicación abierta y clara con los clientes, brindando información sobre los servicios, precios, políticas y cualquier otra información relevante que les permita tomar decisiones informadas.

Obtener comentarios regulares de los clientes sobre la calidad de los servicios y utilizar estos comentarios para evaluar y mejorar la calidad en todas las áreas operativas.

Fomentar un compromiso constante con la excelencia en la prestación de servicios y con la satisfacción del cliente, promoviendo una cultura organizacional centrada en el cliente.

Utilizar tecnología y sistemas de automatización para mejorar la eficiencia, la precisión y la accesibilidad de los servicios, lo que puede aumentar la satisfacción del cliente.

Implementar programas de garantía de calidad y procesos de mejora continua para monitorear y evaluar regularmente la calidad de los servicios y realizar ajustes y mejoras según sea necesario.

Ofrecer servicios de alta calidad implica un enfoque holístico que abarca desde la comprensión profunda de las necesidades del cliente hasta la entrega constante de una experiencia excepcional. La calidad se convierte en un diferenciador clave en un mercado competitivo y contribuye a la retención de clientes y al éxito a largo plazo de la organización.

1.2.2.4.2 Importancia de la calidad de servicio

La calidad del servicio es de vital importancia para cualquier organización y puede tener un impacto significativo en su éxito y supervivencia a largo plazo (Hernández, 2020).

La calidad del servicio influye directamente en la satisfacción del cliente. Cuando los clientes reciben un servicio de alta calidad que cumple o supera sus expectativas, están más satisfechos y tienen una percepción positiva de la organización.

La calidad del servicio es clave para la retención de clientes. Clientes satisfechos tienen más probabilidades de volver a utilizar los servicios y comprar productos de la misma empresa en el futuro, contribuyendo a una base de clientes leal y estable.

La calidad del servicio crea una relación más fuerte y duradera con los clientes, lo que aumenta la lealtad y la fidelización a largo plazo. Los clientes satisfechos son más propensos a recomendar la empresa a otros, generando un crecimiento orgánico y sostenible.

La calidad del servicio puede ser un diferenciador clave en un mercado competitivo. Ofrecer un servicio excepcional puede destacar a una organización frente a sus competidores y atraer a más clientes.

La calidad del servicio contribuye a la reputación de la marca y a su credibilidad en el mercado. Una reputación positiva atrae a más clientes y puede ser un factor determinante en la elección de un proveedor de servicios.

La calidad del servicio puede tener un impacto directo en los ingresos. Clientes satisfechos están dispuestos a pagar más por un servicio de alta calidad y pueden realizar compras adicionales.

Brindar un servicio de alta calidad puede reducir los costos asociados con la insatisfacción del cliente, como devoluciones, quejas y reclamos. También puede aumentar la eficiencia al minimizar errores y retrabajos.

Los clientes satisfechos son propensos a compartir sus experiencias positivas con otras personas, lo que puede generar más clientes potenciales a través del efecto de boca a boca y referencias.

La calidad del servicio es fundamental para garantizar un crecimiento sostenible a largo plazo. Un enfoque en la calidad establece bases sólidas para el crecimiento continuo y la expansión del negocio.

En muchos sectores, cumplir con ciertas normativas y regulaciones es esencial. La calidad del servicio asegura que la organización cumpla con las expectativas y estándares establecidos por las autoridades regulatorias.

Por lo tanto, la calidad del servicio no solo es esencial para la satisfacción y retención del cliente, sino que también tiene un impacto en la imagen de la empresa, sus ingresos, su competitividad y su capacidad para crecer de manera sostenible en el mercado. Es una inversión estratégica que debe ser una prioridad para todas las organizaciones.

Características de la calidad de servicio:

La calidad del servicio se refiere a la excelencia y la satisfacción de las expectativas del cliente en la prestación de un servicio. Está relacionada con la manera en que se ofrece, se entrega y se percibe la experiencia del cliente durante la interacción con una empresa. Por ello se enumera las siguientes características (Calle & Párraga, 2021).

- **Accesibilidad y Disponibilidad:** Los servicios deben estar fácilmente disponibles y accesibles para los clientes en el momento y lugar adecuados, de acuerdo con sus necesidades y preferencias.
- **Fiabilidad y Consistencia:** Los clientes esperan que los servicios se ofrezcan de manera confiable y consistente en todas las interacciones y transacciones, cumpliendo con lo prometido.
- **Responsabilidad:** Implica brindar una atención rápida y oportuna a las necesidades de los clientes, mostrando disposición para ayudar y responder a sus inquietudes de manera efectiva.
- **Empatía y Atención Personalizada:** Comprende mostrar comprensión y preocupación genuina por las necesidades individuales de los clientes, adaptando el servicio a sus circunstancias únicas.
- **Tangibilidad:** Involucra elementos físicos, visuales o tangibles que respaldan la percepción de calidad del servicio, como instalaciones, equipo, material informativo y la apariencia personal del personal.

- **Comunicación Clara y Efectiva:** Implica la transmisión clara de información sobre los servicios ofrecidos, precios, términos, políticas y cualquier otra información relevante para que los clientes tomen decisiones informadas.
- **Competencia y Conocimiento Profesional:** El personal debe estar bien capacitado, poseer conocimientos actualizados y habilidades profesionales para ofrecer un servicio competente y de alta calidad.
- **Resolución Efectiva de Problemas:** Significa abordar problemas o quejas de manera rápida y efectiva, buscando soluciones adecuadas que satisfagan las necesidades del cliente y resuelvan los problemas de manera eficiente.
- **Credibilidad y Confianza:** Los clientes necesitan confiar en que recibirán el servicio prometido y que la organización cumple sus compromisos y garantías.
- **Integridad y Ética Profesional:** Implica mantener altos estándares éticos y de integridad en todas las interacciones con los clientes, garantizando que se realicen transacciones de manera justa y transparente.
- **Gestión de la Expectativa del Cliente:** Comprende la habilidad de establecer y gestionar adecuadamente las expectativas de los clientes sobre los servicios que recibirán, evitando discrepancias entre lo prometido y lo entregado.
- **Satisfacción del Cliente:** El objetivo principal de la calidad del servicio es lograr la satisfacción del cliente, asegurando que sus necesidades y expectativas sean atendidas y superadas, generando así una experiencia positiva.

Estas características son fundamentales para garantizar una experiencia de servicio satisfactoria y una percepción positiva de los clientes hacia la organización. La combinación y la adecuada gestión de estas características contribuyen a establecer una reputación sólida y a generar lealtad entre los clientes.

1.2.2.5. Recursos tangibles e intangibles de las dimensiones de la calidad de servicios

La tangibilidad es un elemento clave en la calidad de atención al usuario y se refiere a los aspectos físicos y materiales que los usuarios pueden percibir y experimentar durante su interacción con un servicio o producto. En el contexto de la calidad de atención al usuario, estos recursos tangibles son elementos concretos que influyen en la percepción que los usuarios tienen sobre la calidad del servicio (Canchumani & Leyva, 2023).

Instalaciones físicas y apariencia visual:

- **Ubicación y diseño de las instalaciones:** La ubicación, el diseño y la presentación física de las instalaciones donde se brinda el servicio impactan en la percepción de calidad por parte de los usuarios.
- **Mobiliario y decoración:** La calidad y comodidad del mobiliario, la decoración y limpieza de las áreas de atención pueden influir en la percepción de profesionalismo y cuidado por parte de la empresa.

Equipamiento y tecnología:

- **Tecnología utilizada en la interacción:** La calidad y la modernidad de los equipos tecnológicos utilizados para brindar el servicio pueden influir en la percepción de eficiencia y eficacia.
- **Herramientas de comunicación:** La disponibilidad de tecnología para facilitar la comunicación, como sistemas telefónicos, software de atención al cliente y otras herramientas, afecta la percepción de la calidad de la atención.

Material informativo y documentación:

- Folletos informativos y material educativo: La calidad y accesibilidad de los folletos, carteles y material educativo proporcionado a los usuarios pueden influir en la percepción de transparencia y preocupación por parte de la empresa.

Uniformes y apariencia personal del personal de atención:

- Presentación personal: La limpieza, la uniformidad y la apariencia profesional del personal de atención al usuario contribuyen a la percepción de confianza y profesionalismo.

Documentación y registros del servicio:

- Formularios y registros: La claridad, precisión y organización de la documentación que el usuario necesita completar durante el proceso de atención pueden afectar la percepción de eficiencia y profesionalismo.

Muestras o demostraciones de productos/servicios:

- Muestras físicas o demostraciones en vivo: La disponibilidad de muestras físicas o demostraciones en vivo de productos o servicios puede influir en la percepción de calidad y utilidad por parte del usuario.

Ambiente y comodidades adicionales:

- Climatización e iluminación: Un ambiente cómodo, con una temperatura y una iluminación adecuadas, puede contribuir a la percepción de comodidad y cuidado hacia el usuario.

Servicios adicionales (cafetería, área de espera cómoda): Ofrecer servicios adicionales, como una cafetería o una zona de espera cómoda, puede mejorar la percepción del usuario sobre la experiencia general.

Estos recursos tangibles juegan un papel importante en la creación de una impresión positiva sobre la calidad de atención al usuario. La combinación de estos elementos con otros aspectos intangibles de la atención al usuario, como la actitud del personal y la calidad de la

interacción, contribuye a la formación de una experiencia completa y satisfactoria para el usuario.

Los recursos intangibles son aspectos críticos en la calidad de atención al usuario, ya que no son físicos y, en cambio, se centran en aspectos relacionados con la actitud, la percepción y las interacciones emocionales con los usuarios.

Recursos intangibles clave en la atención al usuario mencionados:

Diligencia:

- Respuesta oportuna: Responder rápidamente a las preguntas y preocupaciones de los usuarios demuestra diligencia y demuestra que valoras su tiempo y necesidades.
- Seguimiento efectivo: Realizar un seguimiento efectivo para garantizar que las solicitudes, quejas o consultas se manejen de manera adecuada y completa.

Garantía:

- Confianza en el producto o servicio: Transmitir confianza en la calidad del producto o servicio ofrecido y la garantía de su funcionamiento adecuado.
- Garantías explícitas: Ofrecer garantías explícitas que respalden la calidad, durabilidad o desempeño del producto o servicio, generando confianza en la inversión del cliente.

Empatía:

- Comprensión y conexión emocional: Mostrar comprensión y empatía hacia las necesidades, inquietudes y emociones de los usuarios, reconociendo su situación y mostrando interés genuino en ayudar.
- Trato personalizado: Personalizar la interacción con el usuario, teniendo en cuenta sus circunstancias individuales y necesidades específicas.

Comunicación efectiva:

- Claridad y transparencia: Comunicar información de manera clara y transparente, evitando jergas o tecnicismos confusos para garantizar que los usuarios comprendan completamente la información proporcionada.
- Escucha activa: Mostrar interés genuino escuchando activamente a los usuarios, permitiendo que expresen sus inquietudes y proporcionando respuestas pertinentes.

Profesionalismo y cortesía:

- Trato respetuoso: Brindar un trato respetuoso y educado a los usuarios en todas las interacciones, independientemente de la situación o el problema.
- Conducta ética: Mantener altos estándares éticos en la interacción con los usuarios y tomar decisiones alineadas con valores morales y profesionales.

Confidencialidad y privacidad:

- Protección de la información personal: Garantizar la confidencialidad de la información del usuario y demostrar un compromiso con la privacidad y la protección de datos.

Adaptabilidad y flexibilidad:

- Capacidad de respuesta a las necesidades cambiantes: Ser flexible y adaptable para satisfacer las cambiantes necesidades y expectativas de los usuarios, ofreciendo soluciones que se ajusten a sus circunstancias.

Estos recursos intangibles son fundamentales para construir relaciones sólidas y duraderas con los usuarios, ya que se centran en aspectos emocionales, comunicacionales y éticos de la atención al usuario. Al combinar adecuadamente estos elementos con los recursos tangibles, una organización puede lograr una experiencia completa y satisfactoria para sus usuarios.

1.2.2.6 Calidad de atención en servicios públicos

La calidad de atención en servicios públicos es un aspecto esencial para garantizar la satisfacción de los ciudadanos y contribuir al bienestar de la sociedad en su conjunto. Los servicios públicos abarcan una amplia gama de áreas, como educación, salud, transporte, servicios sociales, servicios públicos esenciales (agua, electricidad, gas), seguridad, justicia, entre otros (Águila & Bardales, 2020). Aspectos clave para asegurar la calidad en la prestación de servicios públicos:

Hay que asegurar que los servicios estén fácilmente disponibles y accesibles para todos los ciudadanos, incluyendo a aquellos en áreas rurales o de difícil acceso.

Garantizar que todos los ciudadanos tengan igualdad de acceso a los servicios, independientemente de su ubicación geográfica, nivel socioeconómico, género u origen étnico.

Optimizar la utilización de recursos disponibles para garantizar que los servicios se brinden de manera eficiente, minimizando tiempos de espera y procesos ineficaces.

Hay que asegurar que los servicios sean prestados por personal altamente capacitado y competente en sus respectivas áreas, cumpliendo con estándares técnicos y profesionales.

Proporcionar información clara y completa sobre los servicios ofrecidos, costos, procedimientos y requisitos para que los ciudadanos tomen decisiones informadas.

Involucrar a los ciudadanos en la planificación, diseño y mejora de los servicios públicos, considerando sus necesidades y perspectivas.

Brindar un trato digno y respetuoso a los ciudadanos en todas las interacciones, reconociendo sus derechos y mostrando empatía hacia sus situaciones.

Gestionar las expectativas de los ciudadanos de manera efectiva, explicando claramente los alcances y limitaciones de los servicios.

Simplificar los procesos administrativos y reducir la burocracia para que los ciudadanos puedan acceder a los servicios de manera más eficaz y con menos trámites.

Establecer procesos ágiles y efectivos para recibir, gestionar y resolver quejas y reclamaciones de los ciudadanos de manera justa y transparente.

Realizar un seguimiento constante y evaluar la calidad de los servicios para identificar áreas de mejora y realizar ajustes conforme a las necesidades y expectativas cambiantes de los ciudadanos.

Fomentar la innovación en la prestación de servicios y estar dispuesto a adaptarse a los avances tecnológicos y a las mejores prácticas para mejorar la calidad y la eficiencia.

La calidad en la atención de los servicios públicos es crucial para fortalecer la confianza de los ciudadanos en las instituciones gubernamentales, fomentar la participación de la comunidad y mejorar la calidad de vida de la población en general. Además, contribuye a un entorno social más equitativo y justo

1.3 Modelos Teóricos.

1.3.1 Calidad de atención.

El Modelo de la Imagen, formulado por Grönroos (1988, 1994), es un modelo de calidad del servicio que relaciona la calidad con la imagen corporativa., la calidad percibida por el cliente es el resultado de la diferencia entre las expectativas y la experiencia del cliente el autor mide las siguientes dimensiones: la calidad técnica, la calidad funcional, la calidad corporativa.

Tabla 1:

Dimensiones de calidad

AUTOR	DIMENSIONES
--------------	--------------------

	La calidad técnica
Modelo de la imagen, fue formulado por Grönroos (1988, 1994)	La calidad funcional
	La imagen corporativa

Fuente: (Mas, Labarca, & Álvarez, 2022).

El modelo SERVQUAL mide la calidad del servicio y se basa en la diferencia entre las expectativas y las percepciones del cliente. Fue desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry en 1985 y 1988 el autor mide cinco dimensiones:

Fiabilidad: Capacidad de la empresa para cumplir sus promesas y realizar el servicio prometido de forma correcta.

Respuesta: Capacidad de la empresa para proporcionar un servicio rápido y oportuno.

Aseguramiento: Conocimiento y cortesía de los empleados, y su capacidad para inspirar confianza en el cliente.

Empatía: Atención individualizada y preocupación por las necesidades del cliente.

Tangibles: Aspecto físico de la empresa, las instalaciones, los equipos y los empleados.

Para medir la calidad del servicio, el modelo SERVQUAL utiliza una encuesta que pregunta a los clientes sobre sus expectativas y percepciones de cada dimensión. La diferencia entre las expectativas y las percepciones se denomina brecha, y es un indicador de la calidad del servicio.

Tabla 2:

Dimensiones modelo SERVQUAL

AUTOR	DIMENSIONES
El modelo SERVQUAL (Parasuraman y otros, 1985, 1988)	Empatía Fiabilidad

Seguridad
Capacidad de respuesta
Elementos tangibles

Fuente: Zeithaml, Berry y Parasuraman (1988 p. 26). Zeithaml y Parasuraman (2004, p. 16)

Brady y Cronin definen el Modelo Jerárquico Multidimensional como un modelo que propone tres dimensiones calidad de la interrelación, ambiente físico, y la calidad de los resultados, estas dimensiones son interdependientes y contribuyen en conjunto a la percepción global del cliente sobre la calidad del servicio. Es un modelo útil para las empresas que desean identificar áreas de mejora en la calidad de sus servicios, mide las dimensiones de calidad de la interrelación, ambiente físico, y la calidad de resultados.

Tabla 3:

Dimensiones según modelo Brady y Cronin

AUTOR	DIMENSIONES
Modelo Jerárquico	Calidad de la interrelación
Multidimensional de Brady y Cronin (2001)	Ambiente físico Calidad de los resultados

Fuente: (Rubio & Pineda, 2023)

El modelo de calidad de Garvin (1984) es un marco para comprender la calidad de un producto o servicio. Garvin identifica cinco dimensiones de la calidad:

Desempeño: La capacidad de un producto o servicio para satisfacer las necesidades del cliente.

Características: Las características o atributos de un producto o servicio que lo distinguen de otros.

Fiabilidad: La probabilidad de que un producto o servicio funcione correctamente durante un período de tiempo determinado.

Conformidad: El grado en que un producto o servicio cumple con las especificaciones.

Durabilidad: La vida útil de un producto o servicio.

Garvin sostiene que estas dimensiones son interdependientes y que contribuyen en conjunto a la calidad percibida de un producto o servicio.

Tabla 4:

Dimensiones del modelo de Garvin

AUTOR	DIMENSIONES
	Desempeño
	Características
	Confiabilidad
El modelo de calidad	Apego
Garvin (1984)	Durabilidad
	Aspectos del servicio
	Aspectos del servicio
	Estética
	Calidad percibida

Fuente: (Solin & Curry, 2023)

El modelo de calidad de Drucker (1990) se conoce como el modelo de calidad basado en la percepción del cliente. Este modelo sostiene que la calidad es la percepción del cliente sobre la excelencia. En otras palabras, la calidad no es algo que exista independientemente del cliente, sino que es una construcción social que se forma a partir de la experiencia del cliente con un producto o servicio.

El modelo de calidad de Drucker consta de dos dimensiones:

Excelencia: La capacidad de un producto o servicio para cumplir con las expectativas del cliente.

Percepción: La evaluación que el cliente hace de la calidad del producto o servicio

Tabla 5:

Dimensiones del modelo de Druker

AUTOR	DIMENSIONES
Modelo de calidad basado en la percepción del cliente.	Excelencia
Druker (1990)	Percepción

Fuente: (Tananta & Bardales, 2020)

El modelo de los tres componentes de Rust y Oliver (1994) es un modelo de medición de la calidad del servicio que distingue entre calidad percibida, calidad esperada y satisfacción.

Calidad percibida: Es la evaluación que el cliente hace de la calidad del servicio recibido.

Calidad esperada: Son las expectativas del cliente sobre la calidad del servicio.

Satisfacción: Es la reacción emocional del cliente al comparar su experiencia con las expectativas.

El modelo sostiene que la satisfacción es el resultado de la diferencia entre la calidad percibida y la calidad esperada.

Tabla 6:

Dimensiones del modelo Rust y Oliver

AUTOR	DIMENSIONES
Modelo de los tres componentes (1994, Rust y Oliver)	Calidad percibida , Calidad esperada

Fuente: (Tananta & Bardales, 2020)

El modelo de Nguyen (Nha Nguyen en 1991) es un modelo de calidad de servicio que propone que la evaluación de la calidad de un servicio por parte de los clientes está influenciada por cinco factores:

Imagen de la empresa: percepciones que los clientes tienen de la empresa, sus productos y servicios.

Resultado del personal en contacto: comportamientos y actitudes del personal que interactúa con los clientes.

Organización interna de la servucción: procesos y procedimientos internos de la empresa que afectan la prestación del servicio.

Soporte físico de la servucción: instalaciones, equipos y materiales utilizados para la prestación del servicio.

Satisfacción del cliente: reacción emocional del cliente ante la experiencia de servicio.

El modelo de Nguyen se basa en la teoría de la expectativa-disconformidad, que propone que la satisfacción del cliente es una función de la diferencia entre las expectativas del cliente y la percepción del cliente del servicio.

Tabla 7:

Dimensiones del modelo Nguyen

DIMENSIONES

La imagen de la empresa

Modelo de Nguyen (Nha Nguyen en 1991)	El personal de contacto
	El medio físico
	La organización interna del sistema de prestación de servicios
	La satisfacción del cliente

Fuente: Nha Nguyen En 1991

1.3.2. Satisfacción del usuario

El modelo Service Performance SERVPERF de Cronin y Taylor (1992) es un modelo de medición de la calidad del servicio que se basa en la percepción del cliente sobre el desempeño del servicio. El modelo identifica cinco dimensiones de la calidad del servicio:

- Tangibles: Es la apariencia física de las instalaciones, el equipo y el personal.
- Fiabilidad: Es la capacidad de proporcionar el servicio prometido de manera confiable y precisa.
- Capacidad de respuesta: Es la voluntad de ayudar a los clientes y responder a sus solicitudes de manera rápida y cortés.
- Seguridad: Es la sensación de seguridad y confianza que tiene el cliente en la empresa y su personal.
- Empatía: Es la capacidad de comprender las necesidades del cliente y brindar un servicio personalizado.

Tabla 8:

Dimensiones del modelo SERVPERF

AUTOR	DIMENSIONES
	Tangibles

Modelo Service Performance SERVPERF de Cronin y Taylor (1992)	Fiabilidad Capacidad de respuesta Seguridad Empatía
---	--

Fuente: Cronin y Taylor (1992)

El modelo de medidas SCSB (Swedish Customer Satisfaction Barometer) es un modelo de medición de la satisfacción del cliente que se basa en el modelo SERVPERF de Cronin y Taylor (1992). El modelo SCSB fue desarrollado por el Swedish Institute for Quality en 1989 y es uno de los modelos de medición de la satisfacción del cliente más utilizados en Suecia.

Tabla 9:

Dimensiones del modelo SCSB

AUTOR	DIMENSIONES
Modelo de medidas SCSB.	Expectativas
Satisfacion de clientes Fornell, 1992;	Percepción de desempeño
Johnson & Fornell, 1991)	Satisfacción
(Swedish Institute for quality, 2022).	Reclamos
	Lealtad

Fuente: Swedish Institute for Quality en 1989

El modelo ESCI (European Customer Satisfaction Index) es un modelo de medición de la satisfacción del cliente que fue desarrollado por la European Foundation for Quality Management (EFQM) en 2001. El modelo ESCI se basa en el modelo SERVPERF de Cronin y Taylor (1992), pero incorpora dos dimensiones adicionales:

- Valor: Es la percepción del cliente sobre la relación entre el precio y la calidad del servicio.

- Recomendación: Es la probabilidad de que el cliente recomiende el servicio a otros.

El modelo ESCI identifica siete dimensiones de la satisfacción del cliente:

- Tangibles: Es la apariencia física de las instalaciones, el equipo y el personal.
- Fiabilidad: Es la capacidad de proporcionar el servicio prometido de manera confiable y precisa.
- Capacidad de respuesta: Es la voluntad de ayudar a los clientes y responder a sus solicitudes de manera rápida y cortés.
- Seguridad: Es la sensación de seguridad y confianza que tiene el cliente en la empresa y su personal.
- Empatía: Es la capacidad de comprender las necesidades del cliente y brindar un servicio personalizado.
- Valor: Es la percepción del cliente sobre la relación entre el precio y la calidad del servicio.
- Recomendación: Es la probabilidad de que el cliente recomiende el servicio a otros.

Tabla 10:

Dimensiones del modelo ESCI

AUTOR	DIMENSIONES
	Imagen
Modelo ESCI	Expectativas
(European Customer	Calidad percibida
Satisfaction Index)	Valor percibido
European Foundation	Satisfacción
for Quality	Reclamos

Management	Quejas
(EFQM) en 2001	Lealtad

Fuente: Modelo ESCI

El modelo Best European Customer Experience (BECX) es un modelo de excelencia en la experiencia del cliente que fue desarrollado en 1998, se basa en la idea de que la experiencia del cliente es un factor clave de éxito para las empresas, y que las empresas deben esforzarse por proporcionar una experiencia excelente a sus clientes en todos los puntos de contacto.

El modelo BECX se compone de cinco dimensiones:

- Estrategia: la empresa debe tener una estrategia clara para la experiencia del cliente, que esté alineada con su estrategia global.
- Procesos: la empresa debe tener procesos eficientes y efectivos para la entrega de la experiencia del cliente.
- Personas: la empresa debe contar con un personal capacitado y motivado para proporcionar una experiencia excelente a los clientes.
- Tecnología: la empresa debe utilizar la tecnología para mejorar la experiencia del cliente.
- Cultura: la empresa debe crear una cultura centrada en el cliente.

Tabla 11:

Dimensiones del modelo BECX

AUTOR	DIMENSIONES
Best European Customer Experience (BECX) En 1998	Calidad
	Valor
	Emociones
	Esfuerzos
	Canales

Incidentes

Experiencia del cliente

Fidelidad del cliente

Fuente: Best European Customer Experience (BECX) En 1998

El modelo de Bolton y Drew (1991) es un modelo de calidad de servicio que propone que la evaluación de la calidad de un servicio por parte de los clientes está influenciada por dos factores: las expectativas del cliente y las percepciones del cliente. Y mide las siguientes dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, la seguridad, la empatía, y las experiencias pasadas en diferentes empresas.

Tabla 12:

Dimensiones del modelo Bolton y Drew

AUTOR	DIMENSIONES
Modelo de Bolton	Fiabilidad
Bolton y Drew (1991)	Capacidad de respuesta
	Seguridad
	Empatía
	Experiencias pasadas en diferentes empresas

Fuente: Bolton y Drew (1991).

El modelo del desempeño (Teas en 1993) es un modelo de calidad de servicio que propone que la evaluación de la calidad de un servicio por parte de los clientes está influenciada por dos factores: el desempeño percibido y la norma esperada.

Tabla 13:

Dimensiones del modelo de Teas

AUTOR	DIMENSIONES
--------------	--------------------

Modelo del desempeño (Teas en 1993)	Preferencias de compra Intenciones de compra Satisfacción con los servicios de la tienda
--	--

Fuente: Modelo del desempeño (Teas en 1993)

1.3.3. Comparación entre los Modelos de Calidad de Atención

Estos modelos ofrecen perspectivas y enfoques para comprender y gestionar la calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, pese a sus diferencias en cuanto a enfoque y dimensiones, comparten principios fundamentales relacionados con la calidad, la satisfacción del cliente y la necesidad de medición y mejora continua para garantizar la excelencia en el servicio.

1.3.4 Comparación entre los Modelos de Satisfacción del Usuario

La mayoría de los modelos se centran en la satisfacción del cliente y la calidad del servicio como indicadores clave de desempeño y varios se basan en la comparación entre las expectativas y las percepciones del cliente para evaluar la calidad del servicio. Los modelos tienden a medir la satisfacción del cliente como un componente esencial del desempeño del servicio.

Los modelos pueden variar en términos de la complejidad de las medidas utilizadas, desde simples encuestas de satisfacción hasta modelos más elaborados que consideran múltiples dimensiones. Algunos modelos se centran en la lealtad del cliente como un indicador clave, mientras que otros pueden centrarse en la calidad del servicio en sí.

El Capítulo 1 examina la importancia de la calidad de atención y la satisfacción del usuario en los servicios públicos, utilizando al Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Montecristi como estudio de caso. Destaca cómo estos factores influyen en la percepción y

confianza ciudadana hacia las instituciones gubernamentales, subrayando que la satisfacción está estrechamente vinculada a la calidad, accesibilidad y eficiencia del servicio. Además, define al usuario y explora sus expectativas y percepciones, detallando cómo los recursos tangibles e intangibles impactan la calidad de atención. El capítulo también revisa modelos teóricos como SERVQUAL y el modelo de Grönroos para evaluar la relación entre expectativas, percepciones y calidad del servicio.

CAPÍTULO 2

2. Metodología

2.1 Diseño Metodológico

En la investigación de la calidad de atención y la satisfacción del usuario en el GAD Montecristi, se utilizarán los siguientes modelos teóricos:

Modelo Jerárquico Multidimensional de Brady y Cronin según (Mimbela, 2018) señala que este modelo propone que la calidad de servicio se puede medir a través de dos dimensiones: la percepción de la calidad de servicio (PQS) y la satisfacción del cliente (SC). La PQS se refiere a la evaluación que los clientes hacen de las características del servicio, mientras que la SC se refiere a la reacción emocional del cliente ante la experiencia de servicio este modelo se compone de cinco dimensiones: Fiabilidad, reactividad, asegurabilidad, empatía, tangibilidad.

El Modelo Service Performance SERVPERF (Ibarra & Casas, 2015), es una versión simplificada del Modelo Jerárquico Multidimensional de Brady y Cronin, ya que solo considera la dimensión de la percepción de la calidad de servicio (PQS). El Modelo propone que la PQS se puede medir a través de la diferencia entre la expectativa del cliente y la percepción del cliente del servicio.

Este modelo se compone de cinco dimensiones:

Tangibilidad, accesibilidad, cortesía, capacidad, conocimiento.

La elección de los modelos teóricos mencionados se justifica por los siguientes motivos:

El Modelo Jerárquico Multidimensional de Brady y Cronin es un modelo completo que permite evaluar la calidad de atención desde dos perspectivas: la percepción de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente.

El Modelo Service Performance SERVPERF es un modelo sencillo y fácil de aplicar, lo que lo hace adecuado para investigaciones con recursos limitados.

Los modelos teóricos seleccionados se aplicarán en la investigación de la calidad de atención y la satisfacción en el GAD Montecristi a través de una encuesta a los usuarios de los servicios del GAD. La encuesta incluirá preguntas que permitan evaluar las dimensiones de los modelos teóricos.

Los resultados de la investigación se utilizarán para identificar los factores que influyen en la calidad de atención y la satisfacción en el GAD Montecristi. Estos resultados se podrán utilizar para mejorar la calidad de los servicios prestados por el GAD.

Alcance: Correlacional

Diseño: No experimental-transversal

Tipo: Cuantitativo

Instrumento de medición y recolección de datos

Para evaluar la calidad de atención y la satisfacción del usuario en el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Montecristi, se utilizará como principal instrumento de medición y recolección de datos una encuesta estructurada. Este método permitirá obtener información cuantitativa y cualitativa de una población de 100 usuarios atendidos seleccionando una muestra de 80 usuarios de los servicios municipales, proporcionando datos para el análisis.

Población y muestra

Tabla 14:

Tamaño muestral

CALCULO TAMAÑO DE MUESTRA FINITA		
Parametro	Insertar Valor	Tamaño de muestra "n" =
N	100	79,51
Z	1,960	
P	50,00%	
Q	50,00%	
E	5,00%	

Fuente: Elaboración propia

2.2 Variables

Variable Independiente:

Calidad de Atención

La calidad de atención al usuario se refiere a la manera en que una organización o empresa se relaciona con sus usuarios o clientes, y cómo se satisfacen sus necesidades y expectativas durante el proceso de interacción.

La calidad de atención al usuario implica brindar un servicio o asistencia de manera eficiente, efectiva y amigable, para garantizar la satisfacción del usuario. Esto implica tener personal capacitado y competente, con habilidades de comunicación efectiva, empatía y resolución de problemas.

La calidad de atención al usuario es fundamental para generar confianza, fidelidad y satisfacción en los usuarios. Una atención deficiente puede resultar en una mala experiencia del usuario, afectando la imagen de la organización y su relación con los usuarios. Por lo tanto, es esencial que las organizaciones se enfoquen en brindar una atención de calidad y estar constantemente mejorando sus procesos y capacitando a su personal en este aspecto.

(Mimbela, 2018) señala que el modelo de Brady y Cronin definen el Modelo Jerárquico Multidimensional (MJM) como un modelo de satisfacción del cliente que "organiza las percepciones del cliente en una jerarquía de tres niveles: satisfacción con el producto o servicio, satisfacción con la experiencia de compra y satisfacción general con el proveedor" (p. 34).

El nivel más bajo del MJM es el nivel de satisfacción del producto o servicio, que se refiere a las percepciones del cliente sobre las características específicas del producto o servicio. El segundo nivel es el nivel de satisfacción con la experiencia de compra, que se refiere a las percepciones del cliente sobre el proceso de compra o servicio. El tercer nivel es el nivel de satisfacción general con el proveedor, que se refiere a las percepciones del cliente sobre la empresa en su conjunto.

El MJM se basa en la teoría de que la satisfacción del cliente es un constructo multidimensional. Esto significa que la satisfacción del cliente no es un simple sentimiento, sino que está compuesta por una serie de factores interrelacionados. El MJM identifica tres factores principales que contribuyen a la satisfacción del cliente:

Satisfacción con el producto o servicio: Este factor se refiere a las percepciones del cliente sobre las características específicas del producto o servicio. Incluye elementos como la calidad, el rendimiento, la utilidad y la funcionalidad.

Satisfacción con la experiencia de compra: Este factor se refiere a las percepciones del cliente sobre el proceso de compra o servicio. Incluye elementos como la facilidad de uso, la eficiencia, la disponibilidad y la cortesía.

Satisfacción general con el proveedor: Este factor se refiere a las percepciones del cliente sobre la empresa en su conjunto. Incluye elementos como la reputación, la imagen, la credibilidad y la fiabilidad.

El MJM se ha utilizado en estudios de satisfacción del cliente. Se ha demostrado que es un modelo válido y fiable para medir la satisfacción del cliente en una variedad de contextos.

(Mimbela, 2018) En su artículo mencionan a Brady y Cronin que presentan una serie de ventajas del MJM. Estas ventajas incluyen:

Ofrece una visión holística de la satisfacción del cliente: El MJM considera la satisfacción del cliente como un constructo multidimensional, lo que permite a los investigadores comprender mejor los factores que contribuyen a la satisfacción del cliente.

El MJM puede adaptarse para usarse en varios contextos. Esto se debe a que el modelo se basa en factores generales que contribuyen a la satisfacción del cliente.

Es fácil de usar: El MJM es un modelo relativamente fácil de entender y utilizar. Esto lo hace ideal para su uso en estudios de investigación y de gestión

Variable Dependiente:

Satisfacción del Usuario

La satisfacción del usuario se refiere al grado de cumplimiento de las expectativas y necesidades de un usuario en relación con un producto, servicio o experiencia. Es el sentimiento positivo que experimenta un usuario cuando sus expectativas son satisfechas o superadas.

La satisfacción del usuario es un indicador clave para evaluar la calidad y el éxito de un producto o servicio. Cuando un usuario está satisfecho, es más probable que tenga una opinión positiva, que recomiende el producto o servicio a otros y que continúe utilizando o adquiriendo los productos o servicios en el futuro.

La satisfacción del usuario puede estar influenciada por diferentes factores, como la calidad del producto o servicio, la atención al cliente, la eficacia y eficiencia del proceso de compra o uso, la capacidad de respuesta a las necesidades del usuario, entre otros. Por lo

tanto, es importante para las organizaciones o empresas conocer y medir la satisfacción del usuario para identificar áreas de mejora y brindar una experiencia positiva y satisfactoria a sus usuarios.

Cronin y Taylor en 1992 definen el modelo Service Performance (SERVPERF) como un modelo de medición de la calidad del servicio que se basa en la percepción del cliente (Ibarra & Casas, 2015). El modelo SERVPERF identifica cinco dimensiones de la calidad del servicio:

Tangibles: Se refiere a la apariencia de las instalaciones físicas, el equipo, el personal y los materiales de comunicación.

Fiabilidad: Se refiere a la capacidad de proporcionar el servicio prometido de forma fiable y precisa.

Capacidad de respuesta: Se refiere a la voluntad de ayudar a los clientes y responder a sus solicitudes de forma rápida y oportuna.

Seguridad: Se refiere a la sensación de confianza y seguridad que los clientes sienten al interactuar con la empresa.

Empatía: Se refiere a la comprensión y el cuidado individual que los empleados muestran hacia los clientes.

El modelo SERVPERF se basa en la idea de que la calidad del servicio se percibe cuando la brecha entre las expectativas del cliente y su percepción del servicio recibido es pequeña o inexistente. Las empresas pueden utilizar el modelo SERVPERF para medir la calidad del servicio que ofrecen y para identificar áreas en las que pueden mejorar.

Para medir la calidad del servicio utilizando el modelo SERVPERF, se suele pedir a los clientes que evalúen sus expectativas y percepciones del servicio en cada una de las cinco dimensiones. La brecha entre las expectativas y las percepciones se calcula para cada dimensión y para la calidad del servicio en general.

El modelo SERVPERF es uno de los modelos de medición de la calidad del servicio más utilizados en la actualidad. Ha sido demostrado que es un modelo válido y fiable para medir la calidad del servicio en una variedad de contextos.

Tangibles: El cliente evalúa el aspecto del restaurante, la limpieza de las instalaciones, la presentación de la comida y el uniforme de los camareros.

Fiabilidad: El cliente evalúa la capacidad del restaurante para servir la comida a tiempo y de forma precisa, así como la capacidad del personal para resolver cualquier problema que pueda surgir.

Capacidad de respuesta: El cliente evalúa la rapidez con la que el personal atiende sus solicitudes y la amabilidad con la que lo tratan.

Seguridad: El cliente evalúa la sensación de confianza y seguridad que siente al comer en el restaurante.

Empatía: El cliente evalúa el grado en que el personal muestra comprensión y cuidado individual hacia él.

La brecha entre las expectativas y las percepciones del cliente se calcula para cada dimensión y para la calidad del servicio en general. Si la brecha es pequeña o inexistente, el cliente percibirá la calidad del servicio como alta. Si la brecha es grande, el cliente percibirá la calidad del servicio como baja.

2.2.1 Operacionalización de Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA	INSTRUMENTOS
Calidad de atención	Mimbela (2018), señala que el modelo de Brandy y Cronin modelo jerárquico multidimensional MJM como un modelo de satisfacción del cliente que organiza las percepciones del cliente en una jerarquía de tres niveles. Satisfacción con el producto o servicio, satisfacción con la experiencia de compra y satisfacción general con el proveedor	Satisfacción con el producto o servicio.	Calidad, rendimiento, utilidad, funcionabilidad.	¿Cómo calificaría la calidad, rendimiento y utilidad de los servicios ofrecidos por el GAD Montecristi?	Escala de likert	Encuesta
		Satisfacción con la experiencia de compra.	Eficiencia, disponibilidad, cortesía.	¿Qué tan satisfecho(a) está con la eficiencia, disponibilidad y cortesía del personal durante su experiencia en el GAD Montecristi?	Escala de likert	Encuesta
		satisfacción general con el proveedor.	Reputación, imagen, credibilidad fiabilidad	¿Qué nivel de satisfacción tiene con la reputación, imagen y credibilidad del GAD Montecristi como proveedor de servicios?	Escala de likert	Encuesta
Satisfacción de usuario	Cronin y Taylor en 1992 definen el modelo Service Performance (SERVPERF) como un modelo de medición de la calidad del servicio que se basa en la percepción del cliente (Ibarra y Casas2015)	Empatía	Comprensión	¿Siente que el personal del GAD Montecristi se comunica amigablemente, comprende sus necesidades y brinda un trato personalizado?	Escala de likert	Encuesta
		Fiabilidad	Precisión	¿Cómo calificaría la fiabilidad del GAD Montecristi en términos de	Escala de likert	Encuesta

				cumplimiento de promesas y ausencia de errores?		
		Seguridad	Confianza	¿Siente que su información y datos personales están seguros en el GAD Montecristi y que el entorno es seguro?	Escala de likert	Encuesta
		Capacidad de respuesta	Ayuda rápida y oportuna	¿Cómo calificaría el tiempo de respuesta a sus solicitudes y la capacidad de resolver problemas en el GAD Montecristi?	Escala de likert	Encuesta

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Planteamiento del problema	Objetivos de la investigación	Hipótesis de la investigación	Variable de estudio	Dimensiones	Indicadores	Metodología de la investigación
<p>Problema general ¿Cómo influye la calidad de atención brindada en el GAD Montecristi en la satisfacción general de sus usuarios?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>¿Cómo afecta la calidad, rendimiento y utilidad de los servicios ofrecidos por el GAD Montecristi a la satisfacción de los usuarios?</p> <p>¿De qué manera influyen la eficiencia, disponibilidad y cortesía del personal del GAD Montecristi en la satisfacción de los usuarios cuando son atendidos?</p> <p>¿Cómo impacta la reputación, imagen y credibilidad del GAD Montecristi en la satisfacción general de sus usuarios?</p>	<p>Objetivo general El objetivo general de esta investigación es evaluar la calidad de atención al usuario en el GAD Montecristi, identificando los factores clave que impactan en la satisfacción de los usuarios, con el fin de proponer mejoras y soluciones efectivas que fortalezcan la relación entre el GAD y sus ciudadanos.</p> <p>Objetivos específicos Evaluar cómo la calidad, rendimiento y utilidad de los servicios ofrecidos por el GAD Montecristi influyen en la satisfacción de los usuarios. Analizar la influencia de la eficiencia,</p>	<p>Hipótesis general La calidad de atención al usuario en el GAD Montecristi, medida a través de la satisfacción con el producto o servicio, la percepción general del proveedor, la empatía del personal, la fiabilidad, la seguridad y la capacidad de respuesta, influye significativamente en la satisfacción global de los usuarios.</p> <p>Hipótesis específicas y nulas H1): La calidad, rendimiento y utilidad de los servicios ofrecidos por el GAD Montecristi influyen significativamente en la satisfacción de los usuarios. (H0): La calidad, rendimiento y utilidad de los servicios ofrecidos por el GAD Montecristi no influyen significativamente en la satisfacción de los usuarios. (H1): Influye la eficiencia, disponibilidad y cortesía del personal del GAD Montecristi en la satisfacción de los usuarios durante su experiencia mientras son atendidos. (H0): No influye la eficiencia, disponibilidad y cortesía del personal del GAD Montecristi en la satisfacción de los</p>	<p>Variable independiente Calidad de atención</p>	<p>Satisfacción con el producto o servicio.</p> <p>Satisfacción con la experiencia de compra.</p> <p>satisfacción general con el proveedor.</p>	<p>Calidad, rendimiento, utilidad, funcionalidad</p> <p>-Eficiencia, -disponibilidad, cortesía.</p> <p>-Eficiencia, disponibilidad, cortesía.</p>	<p>Diseño de la investigación No experimental Tipo de investigación cuantitativo</p> <p>Técnica Encuesta</p> <p>Instrumento Cuestionario</p> <p>Unidad de análisis Usuarios del GAD Montecristi Población</p> <p>Muestra</p>

<p>¿De qué forma influye la capacidad del personal del GAD Montecristi para entender y responder a las necesidades de los usuarios en su satisfacción general?</p> <p>¿Cómo se relaciona la consistencia en el servicio y el cumplimiento de promesas del GAD Montecristi con la satisfacción de los usuarios?</p> <p>¿Cómo impacta la protección de la información y la seguridad del entorno en la satisfacción de los usuarios del GAD Montecristi?</p> <p>¿Cómo afecta la rapidez y eficacia en la resolución de problemas a la satisfacción de los usuarios del GAD Montecristi?</p> <p>¿Cómo influye la percepción de los recursos físicos y tecnológicos del GAD Montecristi en la satisfacción del usuario?</p>	<p>disponibilidad y cortesía del personal del GAD Montecristi en la satisfacción de los usuarios durante su experiencia mientras son atendidos</p> <p>Investigar el impacto de la reputación, imagen y credibilidad del GAD Montecristi en la satisfacción general de sus usuarios.</p> <p>Examinar cómo la capacidad del personal del GAD Montecristi para entender y responder a las necesidades de los usuarios afecta su satisfacción general.</p> <p>Determinar la relación entre la consistencia en el servicio y el cumplimiento de promesas del GAD Montecristi con la satisfacción de los usuarios.</p>	<p>usuarios durante su experiencia mientras son atendidos.</p> <p>(H1): La reputación, imagen y credibilidad del GAD Montecristi influyen significativamente en la satisfacción general de los usuarios</p> <p>(H0): La reputación, imagen y credibilidad del GAD Montecristi no influyen significativamente en la satisfacción general de los usuarios.</p> <p>(H1): La capacidad del personal del GAD Montecristi para entender y responder a las necesidades de los usuarios influye significativamente en la satisfacción general de los usuarios.</p> <p>(H0): La capacidad del personal del GAD Montecristi para entender y responder a las necesidades de los usuarios no influye significativamente en la satisfacción general de los usuarios.</p> <p>(H1): La consistencia en el servicio y el cumplimiento de promesas del GAD Montecristi influyen significativamente en la satisfacción de los usuarios</p> <p>(H0): La consistencia en el servicio y el cumplimiento de promesas del GAD Montecristi no influyen significativamente en la satisfacción de los usuarios.</p> <p>(H1): La protección de la información y la seguridad del entorno influyen</p>	<p>Variable dependiente Satisfacción del usuario</p>	<p>Empatía</p> <p>Fiabilidad</p> <p>Seguridad</p> <p>Capacidad de respuesta</p> <p>Tangible</p>	<p>-Comprensión</p> <p>-Precisión</p> <p>-Confianza</p> <p>-Ayuda rápida y oportuna</p> <p>- Instalaciones físicas, equipo, personal, materiales de comunicación.</p>	
---	--	--	--	---	---	--

	<p>Analizar cómo la protección de la información y la seguridad del entorno influyen en la satisfacción de los usuarios del GAD Montecristi.</p> <p>Evaluar cómo la rapidez y eficacia en la resolución de problemas afecta la satisfacción de los usuarios del GAD Montecristi.</p> <p>Evaluar el impacto de la calidad y estado de los recursos físicos y tecnológicos (como mobiliario, equipos, instalaciones y material informativo) en la satisfacción del usuario del GAD Montecristi.</p>	<p>significativamente en la satisfacción de los usuarios del GAD Montecristi.</p> <p>(H0): La protección de la información y la seguridad del entorno no influyen significativamente en la satisfacción de los usuarios del GAD Montecristi.</p> <p>(H1): La rapidez y eficacia en la resolución de problemas influyen significativamente en la satisfacción de los usuarios del GAD Montecristi.</p> <p>(H0): La rapidez y eficacia en la resolución de problemas no influyen significativamente en la satisfacción de los usuarios del GAD Montecristi □</p> <p>(H0): No existe una relación significativa entre la calidad y estado de los recursos físicos y tecnológicos del GAD Montecristi y la satisfacción del usuario.</p> <p>(H1): Existe una relación significativa entre la calidad y estado de los recursos físicos y tecnológicos del GAD Montecristi y la satisfacción del usuario.</p>				
--	---	--	--	--	--	--

2.3 Formulación del Problema.

Problema general

¿Cómo influye la calidad de atención brindada en el GAD Montecristi en la satisfacción general de sus usuarios?

2.3.1 Problemas específicos

¿Cómo afecta la calidad, rendimiento y utilidad de los servicios ofrecidos por el GAD Montecristi a la satisfacción de los usuarios?

¿De qué manera influyen la eficiencia, disponibilidad y cortesía del personal del GAD Montecristi en la satisfacción de los usuarios cuando son atendidos?

¿Cómo impacta la reputación, imagen y credibilidad del GAD Montecristi en la satisfacción general de sus usuarios?

¿De qué forma influye la capacidad del personal del GAD Montecristi para entender y responder a las necesidades de los usuarios en su satisfacción general?

¿Cómo se relaciona la consistencia en el servicio y el cumplimiento de promesas del GAD Montecristi con la satisfacción de los usuarios?

¿Cómo impacta la protección de la información y la seguridad del entorno en la satisfacción de los usuarios del GAD Montecristi?

¿Cómo afecta la rapidez y eficacia en la resolución de problemas a la satisfacción de los usuarios del GAD Montecristi?

¿Cómo influye la percepción de los recursos físicos y tecnológicos del GAD Montecristi en la satisfacción del usuario?

2.4 Objetivos

2.4.1 Objetivo General

El objetivo general de esta investigación es evaluar la calidad de atención al usuario en el GAD Montecristi, identificando los factores clave que impactan en la satisfacción de los usuarios, con el fin de proponer mejoras y soluciones efectivas que fortalezcan la relación entre el GAD y sus ciudadanos.

2.4.2 Objetivos Específicos

- Evaluar cómo la calidad, rendimiento y utilidad de los servicios ofrecidos por el GAD Montecristi influyen en la satisfacción de los usuarios.
- Analizar la influencia de la eficiencia, disponibilidad y cortesía del personal del GAD Montecristi en la satisfacción de los usuarios durante su experiencia mientras son atendidos
- Investigar el impacto de la reputación, imagen y credibilidad del GAD Montecristi en la satisfacción general de sus usuarios.
- Examinar cómo la capacidad del personal del GAD Montecristi para entender y responder a las necesidades de los usuarios afecta su satisfacción general.
- Determinar la relación entre la consistencia en el servicio y el cumplimiento de promesas del GAD Montecristi con la satisfacción de los usuarios.
- Analizar cómo la protección de la información y la seguridad del entorno influyen en la satisfacción de los usuarios del GAD Montecristi.
- Evaluar cómo la rapidez y eficacia en la resolución de problemas afecta la satisfacción de los usuarios del GAD Montecristi.

- Evaluar el impacto de la calidad y estado de los recursos físicos y tecnológicos (como mobiliario, equipos, instalaciones y material informativo) en la satisfacción del usuario del GAD Montecristi.

2.4 Hipótesis

Hipótesis general

La calidad de atención al usuario en el GAD Montecristi, medida a través de la satisfacción con el producto o servicio, la percepción general del proveedor, la empatía del personal, la fiabilidad, la seguridad y la capacidad de respuesta, influye significativamente en la satisfacción global de los usuarios.

2.5.1 Hipótesis específicas

1. Satisfacción con el Producto o Servicio:

(H1): La calidad, rendimiento y utilidad de los servicios ofrecidos por el GAD Montecristi influyen significativamente en la satisfacción de los usuarios.

(H0): La calidad, rendimiento y utilidad de los servicios ofrecidos por el GAD Montecristi no influyen significativamente en la satisfacción de los usuarios.

2. Satisfacción con la Experiencia de Compra

(H1): Influye la eficiencia, disponibilidad y cortesía del personal del GAD Montecristi en la satisfacción de los usuarios durante su experiencia mientras son atendidos.

(H0): No influye la eficiencia, disponibilidad y cortesía del personal del GAD Montecristi en la satisfacción de los usuarios durante su experiencia mientras son atendidos.

3. Satisfacción General con el Proveedor:

(H1): La reputación, imagen y credibilidad del GAD Montecristi influyen significativamente en la satisfacción general de los usuarios

(H0): La reputación, imagen y credibilidad del GAD Montecristi no influyen significativamente en la satisfacción general de los usuarios.

4. Empatía:

(H1): La capacidad del personal del GAD Montecristi para entender y responder a las necesidades de los usuarios influye significativamente en la satisfacción general de los usuarios.

(H0): La capacidad del personal del GAD Montecristi para entender y responder a las necesidades de los usuarios no influye significativamente en la satisfacción general de los usuarios.

5. Fiabilidad:

(H1): La consistencia en el servicio y el cumplimiento de promesas del GAD Montecristi influyen significativamente en la satisfacción de los usuarios

(H0): La consistencia en el servicio y el cumplimiento de promesas del GAD Montecristi no influyen significativamente en la satisfacción de los usuarios.

6. Seguridad:

(H1): La protección de la información y la seguridad del entorno influyen significativamente en la satisfacción de los usuarios del GAD Montecristi.

(H0): La protección de la información y la seguridad del entorno no influyen significativamente en la satisfacción de los usuarios del GAD Montecristi.

7. Capacidad de Respuesta:

(H1): La rapidez y eficacia en la resolución de problemas influyen significativamente en la satisfacción de los usuarios del GAD Montecristi.

8. Tangible:

(H0): La rapidez y eficacia en la resolución de problemas no influyen significativamente en la satisfacción de los usuarios del GAD Montecristi □

(H0): No existe una relación significativa entre la calidad y estado de los recursos físicos y tecnológicos del GAD Montecristi y la satisfacción del usuario.

(H1): Existe una relación significativa entre la calidad y estado de los recursos físicos y tecnológicos del GAD Montecristi y la satisfacción del usuario.

El Capítulo 2 detalla la metodología empleada en la investigación sobre la calidad de atención y satisfacción del usuario en el GAD Montecristi. Se utilizaron los Modelos Jerárquico Multidimensional de Brady y Cronin y SERVPERF para evaluar la percepción y satisfacción del cliente. Se justificó la elección de estos modelos por su capacidad para proporcionar una visión completa y sencilla de la calidad del servicio. La investigación, de tipo cuantitativo y correlacional, utilizó encuestas estructuradas como principal herramienta de recolección de datos, con una muestra de 80 usuarios de una población total de 100. Se definieron variables independientes como la calidad de atención y dependientes como la satisfacción del usuario, estableciendo una serie de hipótesis específicas relacionadas con aspectos como la eficiencia del personal, la reputación del GAD y la calidad de los recursos físicos. La hipótesis general postuló que la calidad de atención influye significativamente en la satisfacción global de los usuarios.

CAPÍTULO 3

3. Resultados

Se presentan a continuación los datos de información obtenidos de la encuesta realizada a los usuarios de los servicios del GAD Montecristi.

3.1 Resultados de Calidad de Atención de los Clientes

- **Dimensión 1: Calidad de la Interrelación:** Términos de amabilidad, comunicación efectiva, capacidad de escucha y empatía del personal del GAD Montecristi
- **Dimensión 2: Ambiente Físico:** Limpieza, el orden, el confort y la estética del ambiente físico en el GAD Montecristi.
- **Dimensión 3: Calidad de los Resultados:** Cumplimiento de expectativas y la efectividad de los servicios proporcionados por el GAD Montecristi.

De manera que se presentan estadísticamente:

Tabla 14:

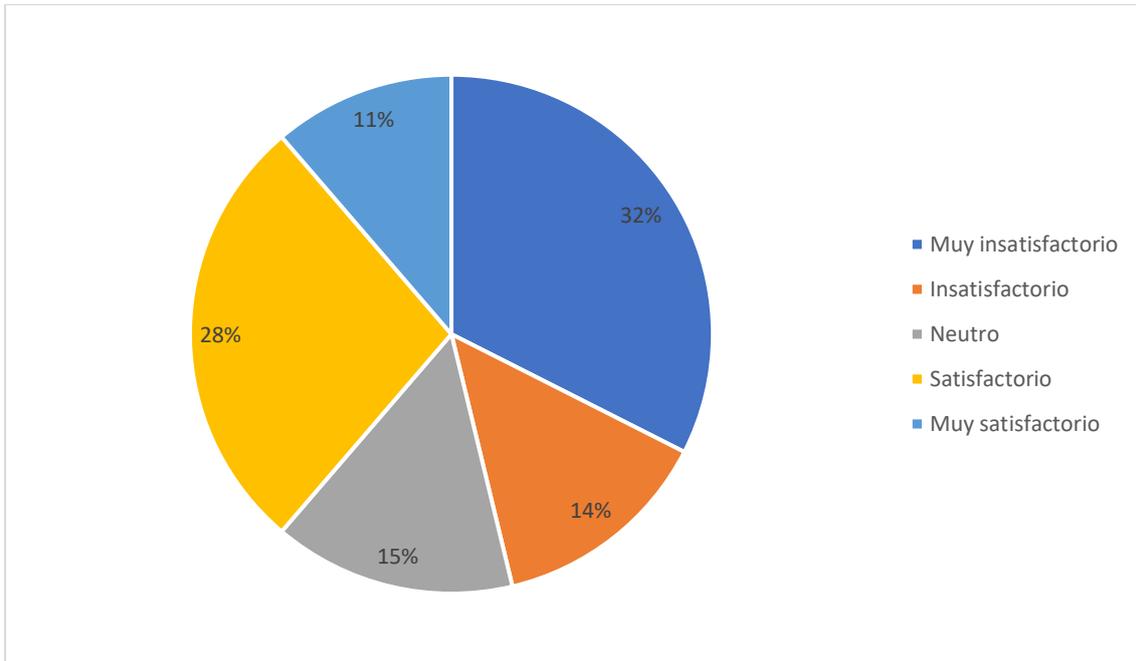
Dimensión 1: Satisfacción con el producto o servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy insatisfactorio	26	32,5	32,5
Insatisfactorio	11	13,8	13,8
Neutro	12	15,0	15,0
Satisfactorio	22	27,5	27,5
Muy satisfactorio	9	11,3	11,3
Total	80	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 1:

Dimensión 1: satisfacción con el producto o servicio.



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La evaluación de los términos de amabilidad, comunicación efectiva, capacidad de escucha y empatía del personal del GAD Montecristi revela una preocupante insatisfacción, ya que el 32.5% de las respuestas se clasifican como (Muy insatisfactorio). Esto indica que una proporción significativa de los evaluadores percibe deficiencias sustanciales en estas áreas clave. Además, el 13.8% califica la experiencia como (Insatisfactorio), destacando una percepción negativa, aunque en menor medida. Aunque el 15.0% de respuestas neutras sugiere una falta de consenso. Aunque hay un 27.5% de respuestas (Satisfactorio) y un 11.3% (Muy satisfactorio).

El propósito de este diagnóstico es identificar las áreas de mejora en el servicio al cliente del personal del GAD Montecristi, lo cual es esencial para implementar estrategias que fomenten un ambiente de trabajo más eficaz y satisfactorio tanto para los empleados como para los usuarios. Este diagnóstico se enfoca en proporcionar capacitación específica en habilidades de comunicación, escucha activa y empatía;

revisar procesos internos para asegurar que el personal cuente con las herramientas necesarias; establecer metas claras y medibles de servicio al cliente; implementar un sistema de retroalimentación constante para ajustes oportunos, y promover un ambiente de trabajo positivo que valore y recompense el buen desempeño.

Tabla 15:

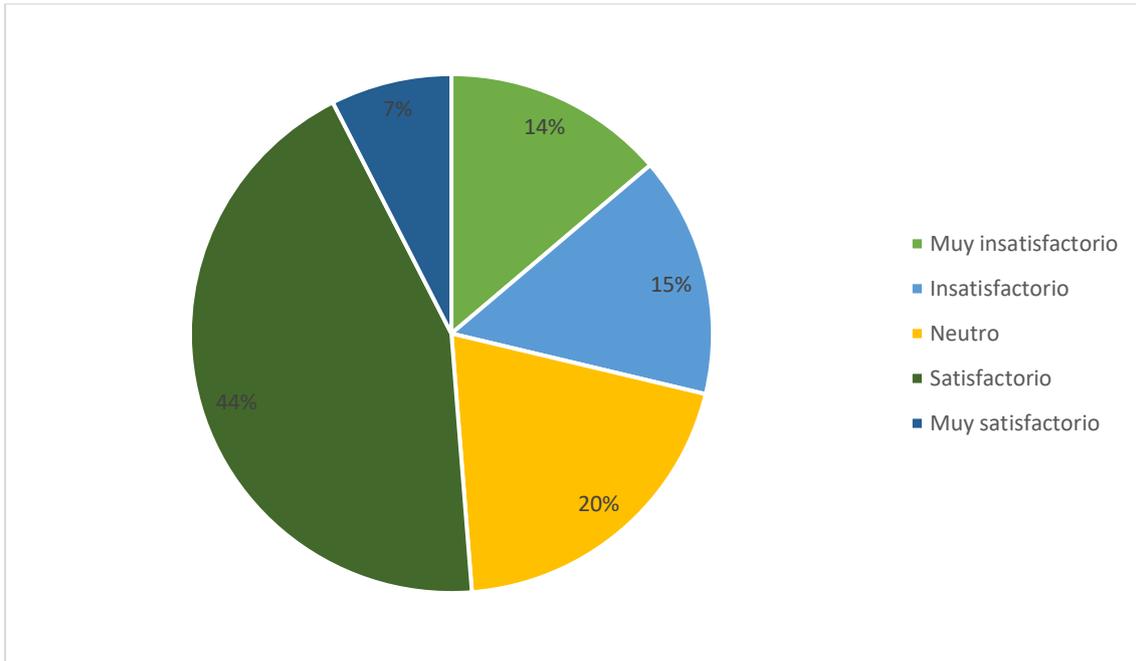
Dimensión 2: Satisfacción con la experiencia de compra

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy insatisfactorio	11	13,8	13,8
Insatisfactorio	12	15,0	15,0
Neutro	16	20,0	20,0
Satisfactorio	35	43,8	43,8
Muy satisfactorio	6	7,5	7,5
Total	80	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 2:

Dimensión 2: Satisfacción con la experiencia de compra.



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La evaluación de la limpieza, el orden, el confort y la estética del ambiente físico en el GAD Montecristi muestra una distribución variada de respuestas. Aunque el 13.8% califica la situación como (Muy insatisfactorio) y el 15.0% como "Insatisfactorio", estas cifras, aunque representan preocupaciones, no dominan la percepción general. El 20.0% de respuestas neutras indica una falta de consenso sobre el estado del ambiente físico. Este aspecto neutral debe ser explorado para identificar áreas específicas de mejora y abordar cualquier ambigüedad en las evaluaciones. La mayoría de las respuestas, el 43.8%, califican la situación como "Satisfactorio", y un 7.5% la considera (Muy insatisfactorio). Estas cifras sugieren que, en general, la mayoría de los evaluadores encuentran aceptable o incluso positivo el estado de limpieza, orden, confort y estética del ambiente físico.

Tabla 15:

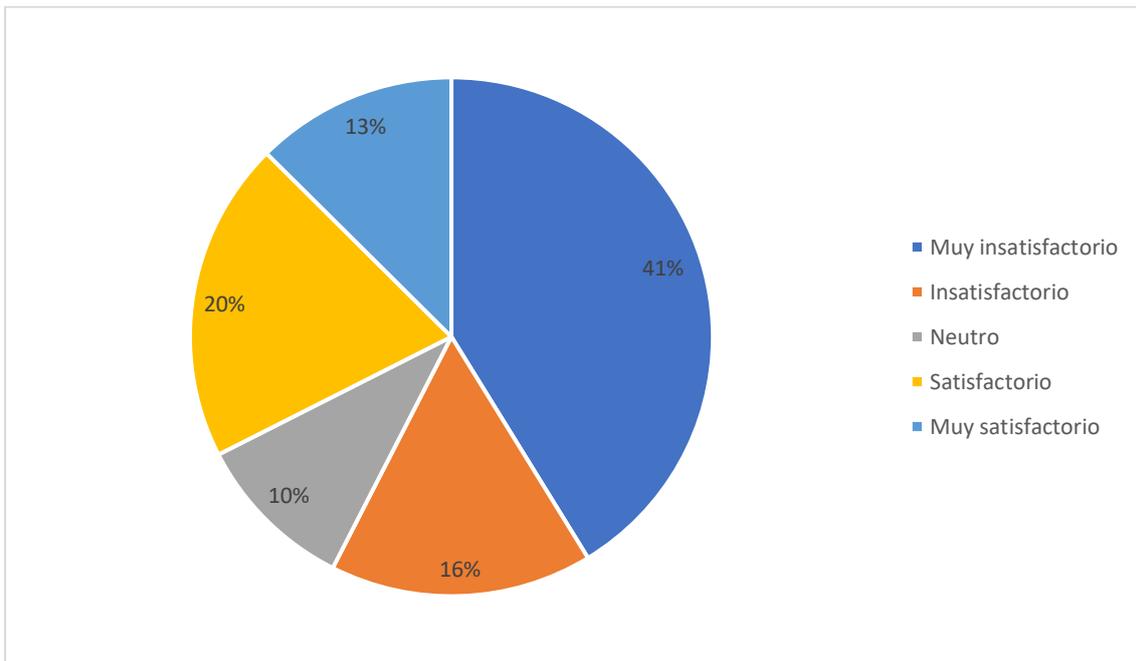
Dimensión 3: Calidad de los Resultados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy insatisfactorio	33	41,3	41,3
Insatisfactorio	13	16,3	16,3
Neutro	8	10,0	10,0
Satisfactorio	16	20,0	20,0
Muy satisfactorio	10	12,5	12,5
Total	80	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 3:

Dimensión 3: Satisfacción general con el proveedor.



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La evaluación del cumplimiento de expectativas y la efectividad de los servicios proporcionados por el GAD Montecristi revela un nivel significativo de insatisfacción, ya que el 41.3% de las respuestas clasifican la experiencia como Muy insatisfactorio.

Este resultado sugiere una brecha sustancial entre las expectativas de los usuarios y la realidad de los servicios ofrecidos. Además, el 16.3% lo considera "Insatisfactorio", señalando una preocupación continua, pero en menor medida. Aunque el 10.0% de respuestas neutras indica cierta ambigüedad en las percepciones, es crucial investigar más a fondo para comprender las razones detrás de esta neutralidad. El 20.0% de respuestas (Satisfactorio) y el 12.5% Muy satisfactorio, indicando que una proporción significativa de los usuarios aún encuentra la experiencia en línea con sus expectativas.

3.2 Resultados de Satisfacción del Usuario

- **Dimensión 4: Empatía:** Comunicación, el entendimiento de sus necesidades y el trato personalizado proporcionado por el personal del GAD Montecristi.
- **Dimensión 5: Fiabilidad:** Cumplimiento de promesas, la consistencia en el servicio y la ausencia de errores en el GAD Montecristi.
- **Dimensión 6: Seguridad:** Protección de su información, la seguridad del entorno y la protección de sus datos personales en el GAD Montecristi.
- **Dimensión 7: Capacidad de Respuestas:** Tiempo de respuesta, la accesibilidad y la resolución eficiente de problemas en el GAD Montecristi.

Se presentan estadísticamente:

Tabla 16:

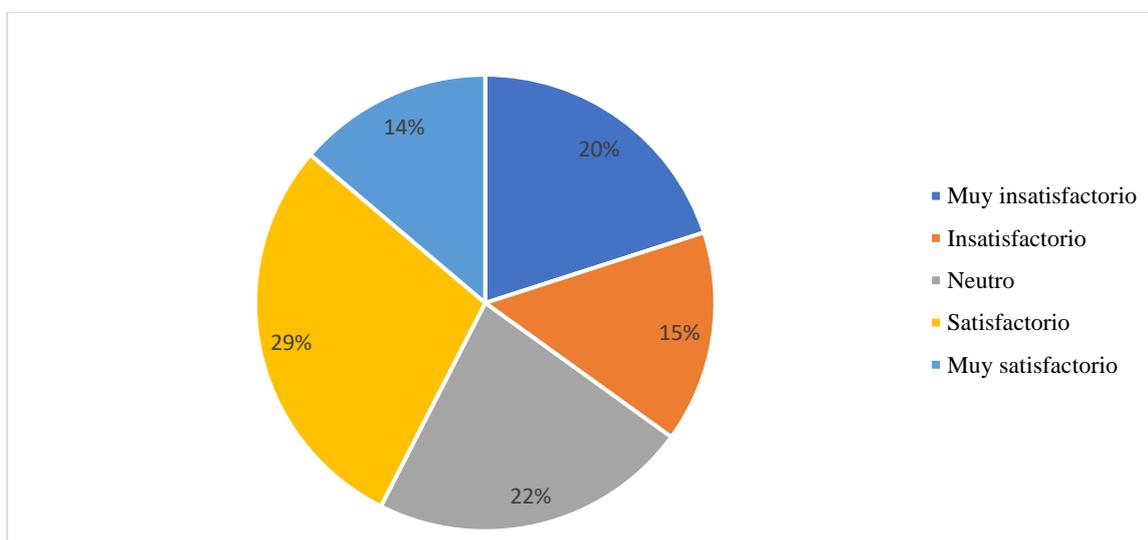
Dimensión 4: Empatía

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy insatisfactorio	16	20,0	20,0
Insatisfactorio	12	15,0	15,0
Neutro	18	22,5	22,5
Satisfactorio	23	28,8	28,8
Muy satisfactorio	11	13,8	13,8
Total	80	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 4:

Dimensión 4: Empatía



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La evaluación de la comunicación, el entendimiento de las necesidades y el trato personalizado proporcionado por el personal del GAD Montecristi refleja una

diversidad de respuestas. Aunque el 20.0% califica la experiencia como (Muy insatisfactorio) y el 15.0% como Insatisfactorio, indicando áreas de preocupación en la comunicación y el entendimiento de las necesidades, estas cifras no dominan la percepción general. Sin embargo, el 22.5% de respuestas neutras señala una falta de consenso sobre la calidad de la comunicación y el trato personalizado, lo que requiere una evaluación más detallada. Por otro lado, el 28.8% de respuestas Satisfactorio y el 13.8% Muy satisfactorio, sugieren que una parte significativa de los evaluadores ha experimentado un nivel aceptable o positivo de comunicación y trato personalizado.

Tabla 17:

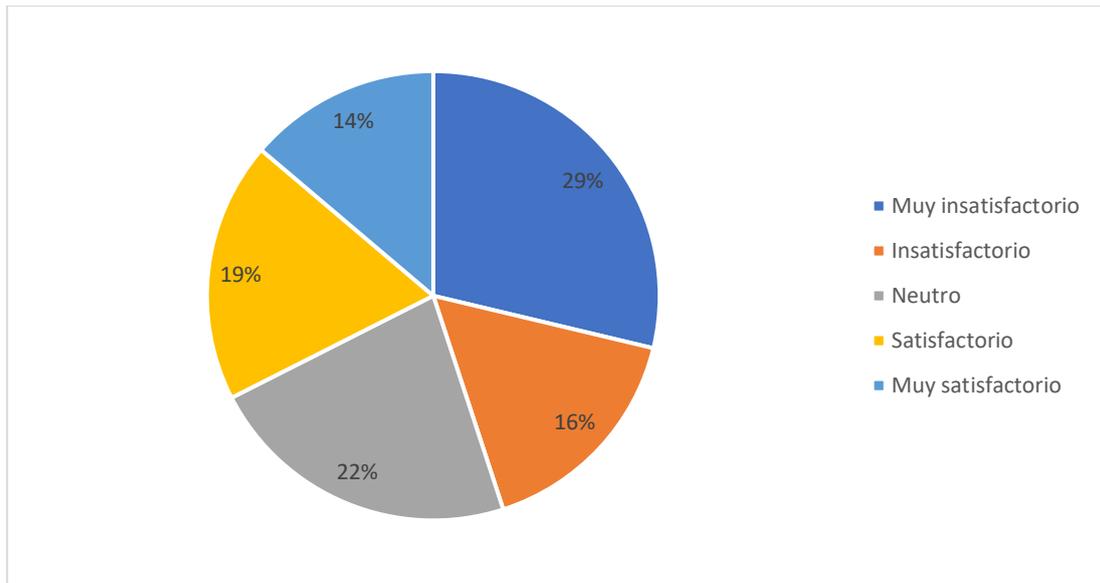
Dimensión 5: Fiabilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy insatisfactorio	23	28,8	28,8
Insatisfactorio	13	16,3	16,3
Neutro	18	22,5	22,5
Satisfactorio	15	18,8	18,8
Muy satisfactorio	11	13,8	13,8
Total	80	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 5:

Dimensión 5: Fiabilidad



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La evaluación del cumplimiento de promesas, la consistencia en el servicio y la ausencia de errores en el GAD Montecristi revela una preocupación sustancial, ya que el 28.8% de las respuestas clasifican la experiencia como Muy insatisfactorio. Este resultado indica un incumplimiento significativo de las promesas y una falta de consistencia en la prestación de servicios. Además, el 16.3% lo considera Insatisfactorio, destacando una preocupación continua, pero en menor medida.

Aunque el 22.5% de respuestas neutras indica cierta ambigüedad en las percepciones, es crucial investigar más a fondo para comprender las razones detrás de esta neutralidad. El 18.8% de respuestas Satisfactorio y el 13.8% Muy satisfactorio, proporcionan una perspectiva más positiva, pero la atención urgente debe centrarse en abordar las áreas insatisfactorias, identificando las deficiencias específicas e implementando mejoras estratégicas para garantizar el cumplimiento de promesas, la consistencia en el servicio y la reducción de errores en el GAD Montecristi.

Tabla 18:

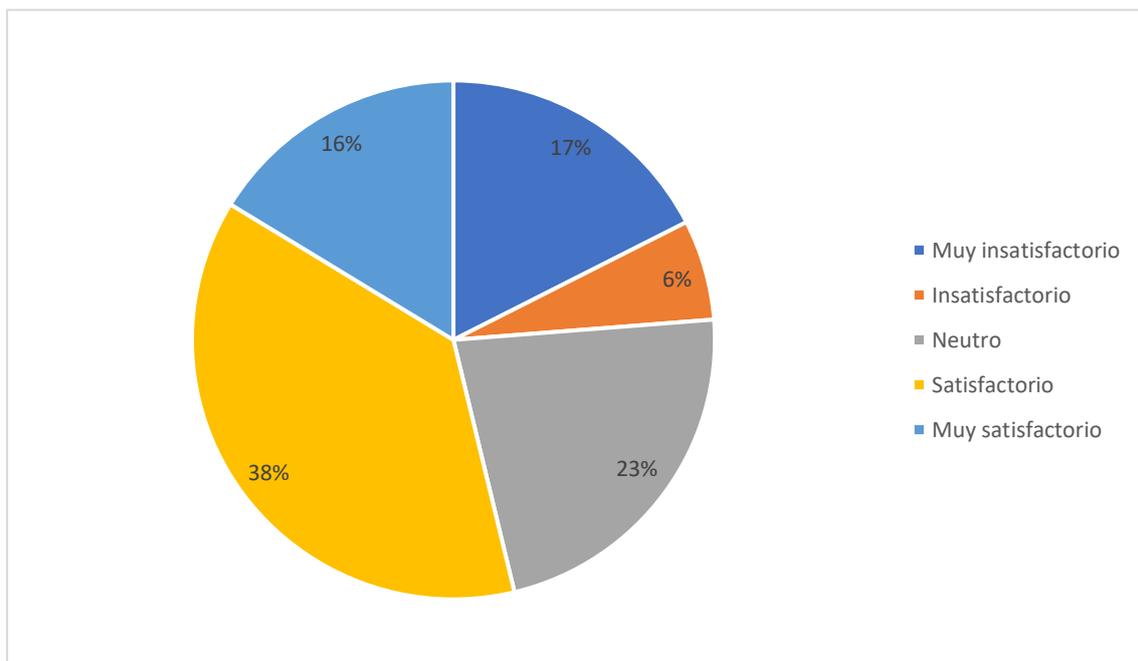
Dimensión 6: Seguridad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy insatisfactorio	14	17,5	17,5
Insatisfactorio	5	6,3	6,3
Neutro	18	22,5	22,5
Satisfactorio	30	37,5	37,5
Muy satisfactorio	13	16,3	16,3
Total	80	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 6:

Dimensión 6: Seguridad



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La evaluación de la protección de la información, la seguridad del entorno y la salvaguarda de datos personales en el GAD Montecristi revela una perspectiva mixta.

Aunque el 17.5% considera la situación como (Muy insatisfactorio) y el 6.3% como (Insatisfactorio), estos porcentajes representan preocupaciones en cuanto a la seguridad y protección de datos. La cifra del 22.5% de respuestas neutras indica una falta de consenso o claridad sobre estos aspectos específicos, lo que subraya la importancia de una evaluación más detallada para entender las percepciones en esta área. Por otro lado, el 37.5% de Satisfactorio y el 16.3% Muy satisfactorio, sugieren que una parte considerable de los evaluadores percibe un nivel aceptable o alto de protección de la información y seguridad del entorno.

Tabla 19:

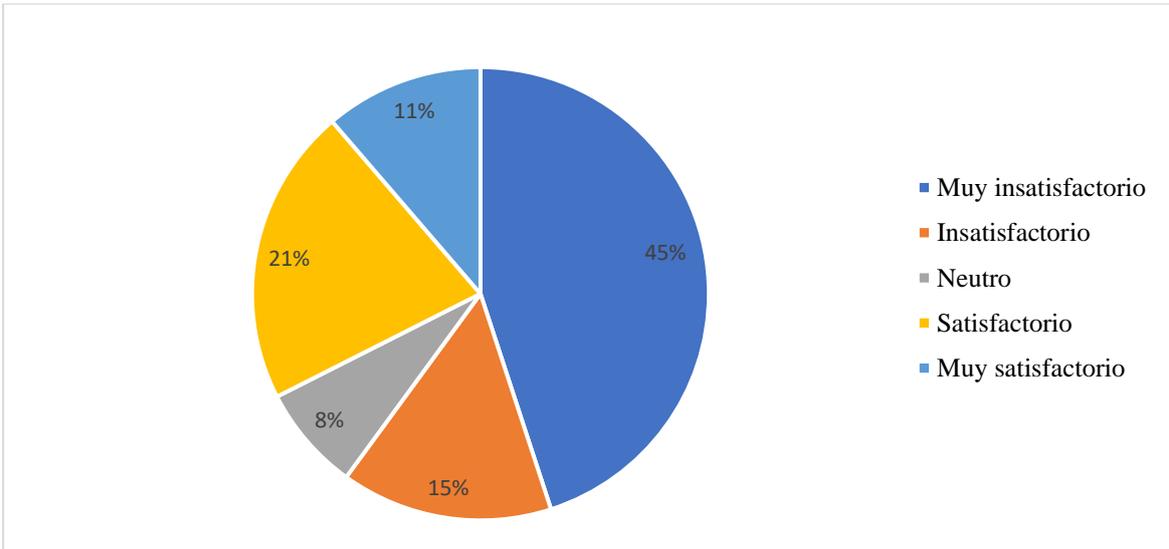
Dimensión 7: Capacidad de respuesta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy insatisfactorio	36	45,0	45,0
Insatisfactorio	12	15,0	15,0
Neutro	6	7,5	7,5
Satisfactorio	17	21,3	21,3
Muy satisfactorio	9	11,3	11,3
Total	80	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 7:

Dimensión 6: Seguridad



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La evaluación del tiempo de respuesta, la accesibilidad y la resolución eficiente de problemas en el GAD Montecristi refleja un grado significativo de insatisfacción, ya que el 45.0% de las respuestas califican la experiencia como (Muy insatisfactorio), esto sugiere demoras sustanciales en el tiempo de respuesta y problemas en la accesibilidad, lo que puede afectar negativamente la eficiencia general del servicio. Además, el 15.0% lo considera (Insatisfactorio), indicando una preocupación continua, pero en menor medida.

Aunque el 7.5% de respuestas neutras señala cierta ambigüedad en las percepciones, es esencial investigar más a fondo para comprender las razones detrás de esta neutralidad. A pesar de que el 21.3% de respuestas Satisfactorio y el 11.3% Muy satisfactorio, sugieren ciertos niveles de eficiencia en la resolución de problemas, la atención urgente debe centrarse en abordar las áreas insatisfactorias, identificando las deficiencias específicas y mejorando estratégicamente el tiempo de respuesta y la accesibilidad.

Tabla 20:

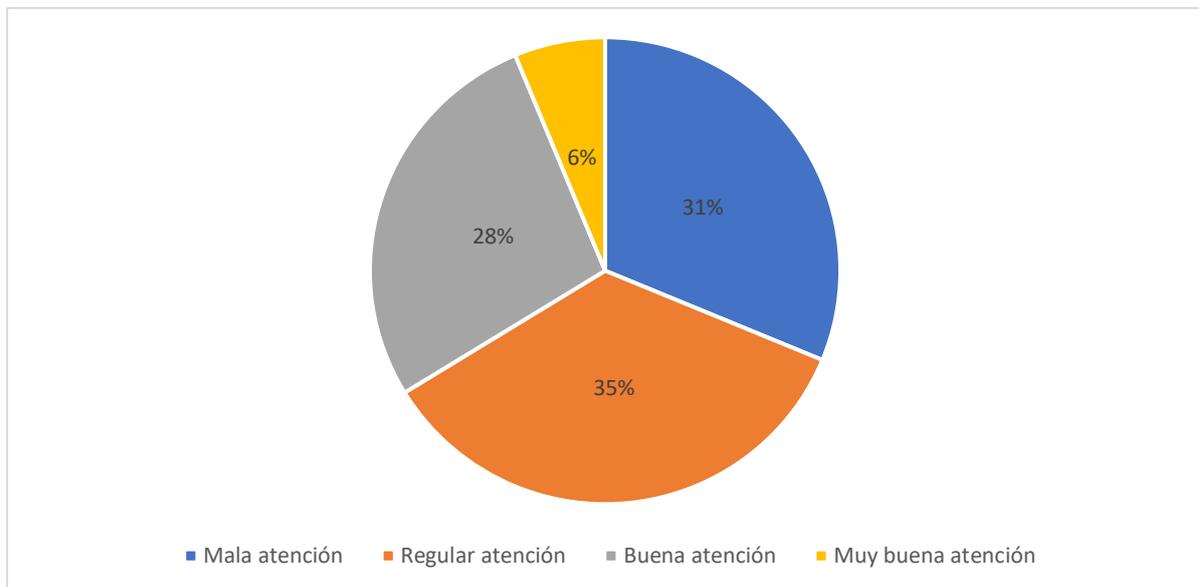
Calidad de atención al cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Mala atención	25	31,3	31,3
Regular atención	28	35,0	35,0
Buena atención	22	27,5	27,5
Muy buena atención	5	6,3	6,3
Total	80	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 8:

Calidad de atención al cliente



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La evaluación de la calidad de atención en tres dimensiones: calidad de la interrelación, ambiente físico y calidad de los resultados, revela una distribución diversa

de respuestas. Aunque el 31.3% califica la atención como Mala, y el 35.0% como Regular, indicando áreas de mejora en la interacción, el entorno físico y los resultados obtenidos, estas cifras destacan un descontento significativo por parte de los evaluadores. A pesar de esto, el 27.5% de respuestas Buena atención y el 6.3% Muy buena atención, proporcionan una perspectiva más positiva.

Tabla 21:

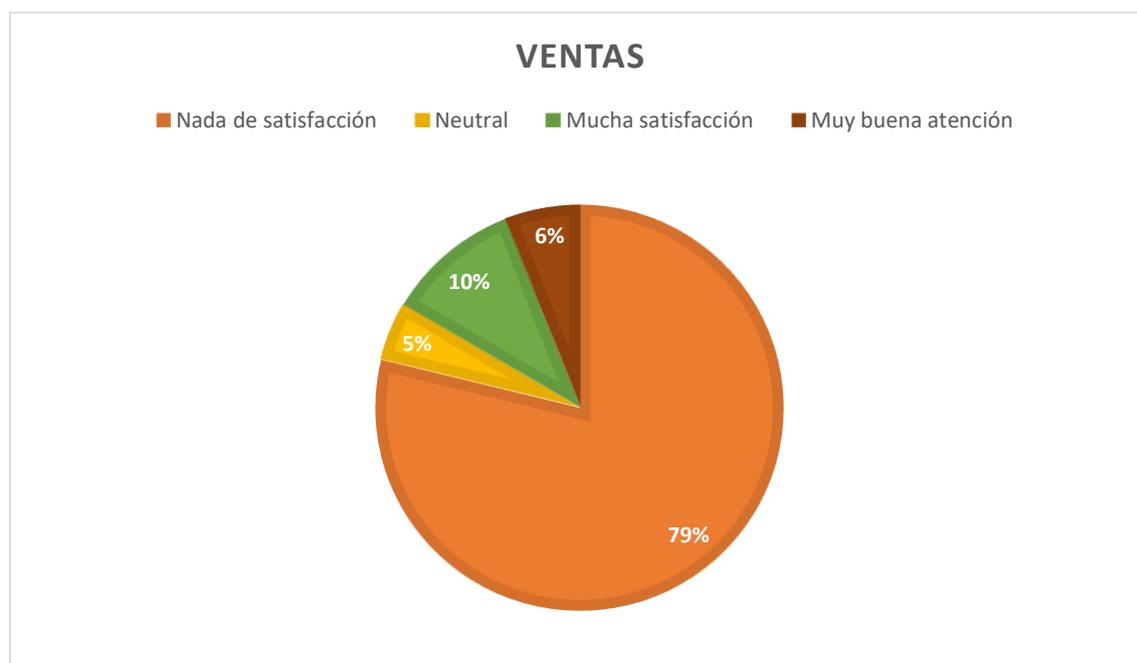
Satisfacción del cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Nada de satisfacción	67	83,8	83,8
Neutral	4	5,0	5,0
Mucha satisfacción	9	11,3	11,3
Total	80	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfico 9:

Satisfacción del cliente



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La evaluación de la satisfacción del cliente en cuatro dimensiones: empatía, fiabilidad, seguridad y capacidad de respuestas, refleja una marcada insatisfacción, ya que el 83.8% de las respuestas indican (Nada de satisfacción). Este resultado sugiere deficiencias sustanciales en las áreas evaluadas, lo que puede afectar negativamente la percepción general de los clientes sobre el servicio proporcionado. Además, el 5.0% de respuestas neutras indica cierta ambigüedad en las percepciones, lo que requiere una exploración más detallada para comprender las razones detrás de la falta de satisfacción.

Aunque el 11.3% de respuestas (Mucha satisfacción) proporciona una luz positiva, la atención urgente debe centrarse en abordar las áreas de insatisfacción, identificando las deficiencias específicas en empatía, fiabilidad, seguridad y capacidad de respuestas.

Tabla 22:

Calidad y satisfacción del cliente

			Satisfacción del cliente			Total	
			Nada de satisfacción	Neutral	Mucha satisfacción		
Calidad de atención	Mala atención	f	21	1	3	25	
		%	26,3%	1,3%	3,8%	31,3%	
	Regular atención	f	26	0	2	28	
		%	32,5%	0,0%	2,5%	35,0%	
	Buena atención	f	18	3	1	22	
		%	22,5%	3,8%	1,3%	27,5%	
	Muy buena atención	f	2	0	3	5	
		%	2,5%	0,0%	3,8%	6,3%	
	Total		f	67	4	9	80
			%	83,8%	5,0%	11,3%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La tabla de contingencia que relaciona la calidad de atención con la satisfacción del cliente muestra patrones significativos en la percepción de los usuarios. En particular, se destaca que la categoría de (Mala atención) tiene una alta proporción de respuestas indicando Nada de satisfacción (26.3%) en comparación con las categorías de Neutral (1.3%) y Mucha satisfacción (3.8%). Esto sugiere que la calidad de atención deficiente está fuertemente asociada con niveles bajos de satisfacción del cliente. Por otro lado, las categorías de (Regular atención y Buena atención) también presentan proporciones considerables de Nada de satisfacción (32.5% y 22.5%, respectivamente), lo que indica áreas críticas de mejora en estas clasificaciones de calidad de atención. La categoría de (Muy buena atención) muestra una proporción baja de (Nada de satisfacción, 2.5%), pero un notable 3.8% de (Mucha satisfacción), lo que sugiere que niveles más altos de calidad de atención están asociados con mayores niveles de satisfacción.

Se comprueba estadísticamente hipótesis: Según la prueba de normalidad, los datos tienen distribución normal de manera que aceptamos la hipótesis nula y rechazamos la hipótesis alterna.

Tabla 23:

Coefficiente de Spearman

Correlaciones			
		Calidad de atención	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Calidad de atención	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,145
	Satisfacción del cliente	N	.
		Coefficiente de correlación	80
			80
			1,000

Sig. (bilateral)	,201	.
N	80	80

Los resultados del análisis de correlación utilizando el coeficiente de correlación de Spearman (Rho) entre la Calidad de atención y la Satisfacción del cliente, revelan un valor de 0,145. Este valor positivo indica una relación débil entre ambas variables.

Además, la prueba de significancia bilateral muestra un valor p de 0,201, que supera el umbral de significancia convencional de 0,05. Por lo tanto, la correlación observada no es estadísticamente significativa. Con un tamaño de muestra de 80 para ambas variables, los resultados sugieren que, en este conjunto de datos, no hay evidencia suficiente para afirmar que existe una relación significativa entre la calidad de atención y la satisfacción del cliente. Es importante considerar que, aunque la correlación es débil y no significativa en este caso, otros factores no evaluados en este análisis podrían influir en la relación entre estas dos variables.

En el Capítulo 3 se presentaron los resultados de una encuesta realizada a los usuarios del GAD Montecristi, centrada en evaluar la calidad de atención. Se analizaron tres dimensiones principales: la calidad de la interrelación, el ambiente físico y la calidad de los resultados. Los datos revelaron una insatisfacción significativa en la calidad de la interrelación y en la efectividad de los servicios, con un 32.5% y 41.3% de respuestas calificadas como "Muy insatisfactorio", respectivamente. En cuanto al ambiente físico, aunque un 43.8% lo consideró "Satisfactorio", el 28.8% reportó deficiencias en la fiabilidad del servicio. Las dimensiones de empatía, fiabilidad, seguridad y capacidad de respuesta mostraron preocupaciones variadas, con la capacidad de respuesta siendo la más criticada. La correlación entre la calidad de atención y la satisfacción del cliente fue débil y no significativa, sugiriendo que no había una relación fuerte entre ambas variables en los datos analizados.

CAPÍTULO 4

4.1 Propuesta

Plan Integral de Mejora de Calidad de Atención y Satisfacción del Cliente en el Gad Montecristi

El Cantón Montecristi, ubicado en la provincia de Manabí, Ecuador, es conocido por su rica historia y su legado cultural. El Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Cantonal de Montecristi desempeña un papel crucial en el desarrollo y bienestar de la comunidad. Entre sus principales labores se destacan la planificación y ejecución de obras públicas, como la mejora de infraestructuras viales y la construcción de espacios recreativos; la promoción de la cultura y el turismo local, a través de eventos y actividades que resaltan la identidad Montecristense; y el fomento de programas sociales y educativos que buscan elevar la calidad de vida de sus habitantes.

La pertinencia de la calidad de atención y la satisfacción del cliente en el GAD Montecristi es fundamental para garantizar una administración eficiente y centrada en el ciudadano. La calidad de atención se refleja en la capacidad del GAD para ofrecer servicios públicos que respondan a las necesidades y expectativas de la comunidad, abarcando desde trámites administrativos hasta la ejecución de proyectos locales. Una atención de alta calidad implica procesos ágiles, personal capacitado y recursos adecuados, lo que a su vez se traduce en mayor satisfacción de los usuarios. La satisfacción del cliente es un indicador clave del éxito del GAD, ya que una comunidad que percibe mejoras tangibles en su entorno y una atención respetuosa y eficiente tiende a colaborar más activamente con las iniciativas municipales, fortaleciendo así la gobernabilidad y el desarrollo del cantón.

De acuerdo con la evaluación de la calidad de atención del personal y la satisfacción del usuario se encontró como resultado el manifiesto que, aunque se mantenga ciertos puntos de apoyo para el bienestar es importante estar actualizados y mantener avances para el mejor desenvolvimiento de las funciones de los administrativos y personal de servicio.

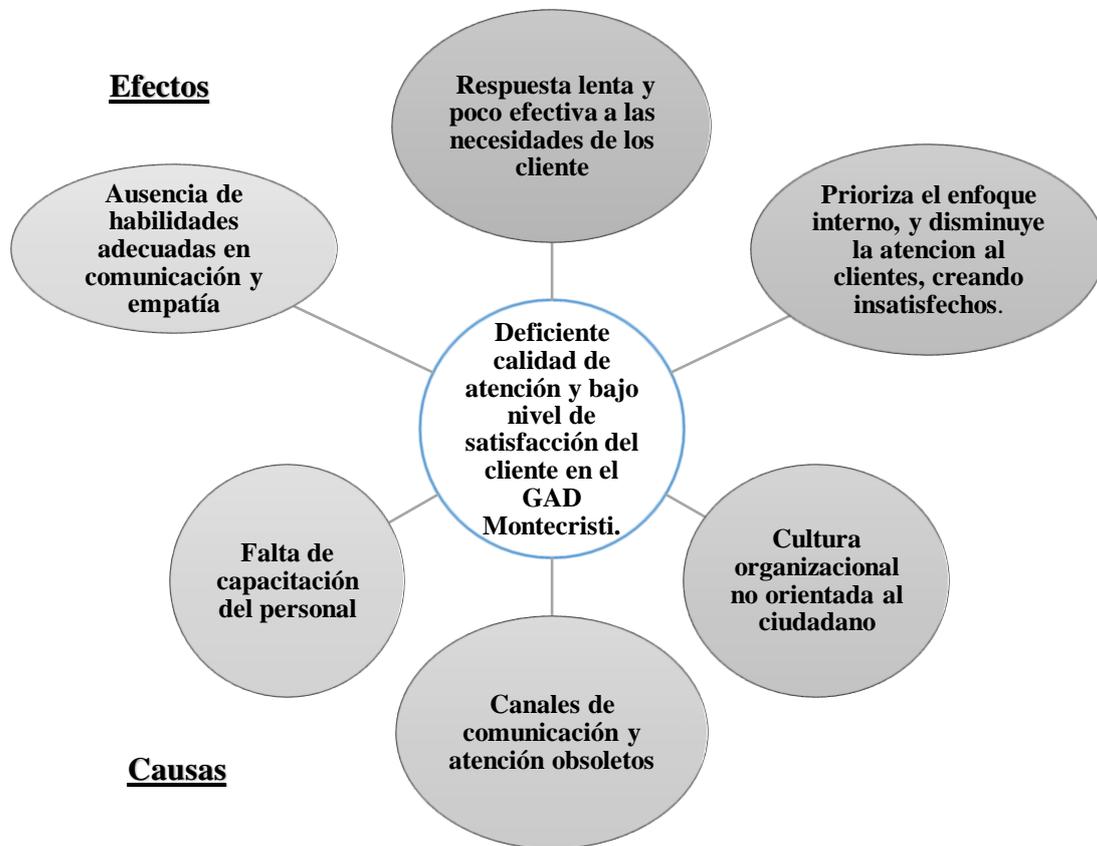
La población contemplada consiste en todos los usuarios de los servicios del GAD de Montecristi.

Se establece una propuesta basada en la implementación de un Plan Integral de Mejora de Calidad de Atención y Satisfacción del Cliente en el GAD Montecristi centrándose en ejes estratégicos. Primero, se realizará una capacitación integral del personal, enfocada en habilidades de atención al cliente y manejo eficiente de trámites administrativos. Segundo, se modernizarán los canales de comunicación y atención, que faciliten el acceso a servicios y agilicen los procesos. Finalmente, se promoverá una cultura organizacional orientada al ciudadano, donde la empatía y la eficiencia sean valores centrales, asegurando así que cada interacción con el GAD Montecristi resulte en una experiencia positiva y constructiva para los ciudadanos.

El GAD Montecristi, al igual que muchas instituciones públicas, enfrenta el desafío de brindar una atención de calidad a sus ciudadanos. Si bien se han realizado esfuerzos para mejorar el servicio, aún persisten insatisfacciones que afectan la relación entre la entidad y la comunidad. Para abordar esta problemática de manera integral, es fundamental comprender las causas profundas que generan la insatisfacción ciudadana. A través del análisis del árbol de problemas, se identifican las fallas estructurales y los factores que inciden negativamente en la calidad de la atención. Esta herramienta

gráfica permite visualizar las relaciones de causa y efecto que subyacen en la problemática, facilitando la comprensión del problema central y sus ramificaciones.

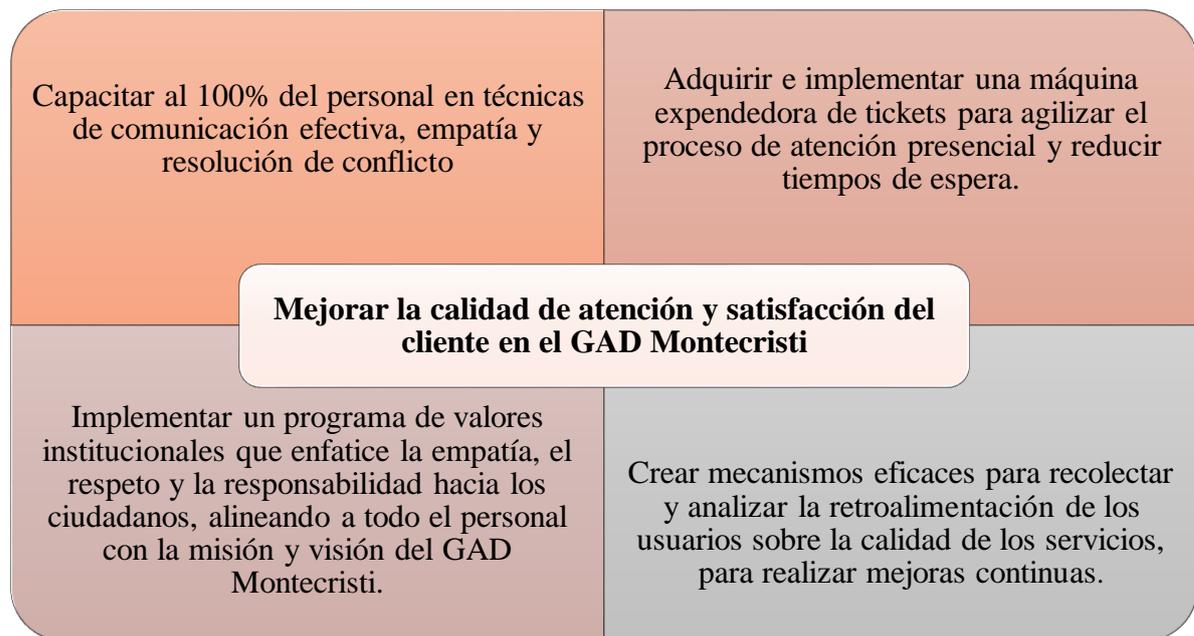
4.1.1 **Árbol de Problemas**



Fuente: Elaboración propia.

Una vez identificado el problema central y sus causas raíz, es necesario establecer objetivos claros y alcanzables que permitan transformar la realidad actual. El árbol de objetivos surge como una herramienta fundamental para plantear soluciones efectivas y viables. A través de este diagrama, se definen objetivos específicos y medibles que se desprenden del objetivo general, estableciendo una ruta estratégica para alcanzar la mejora deseada. El árbol de objetivos permite visualizar la jerarquía de las metas y su relación con el objetivo central, brindando una visión clara del camino a seguir para lograr una atención de calidad y una ciudadanía satisfecha.

4.1.2 Árbol de objetivos del GAD Montecristi



Fuente: Elaboración propia.

4.1.3 Objetivos

Objetivo general:

Mejorar la calidad de atención y la satisfacción del cliente en el GAD Montecristi, a través de la implementación de un plan integral que fortalezca las habilidades del personal, modernice los canales de comunicación y atención, y promueva una cultura organizacional orientada al ciudadano.

Objetivos específicos

- Capacitar al 100% del personal en técnicas de comunicación efectiva, empatía y resolución de conflictos, asegurando que cada interacción con los ciudadanos sea positiva y memorable.
- Adquirir e implementar una máquina expendedora de tickets para agilizar el proceso de atención presencial y reducir tiempos de espera.
- Implementar un programa de valores institucionales que enfatice la empatía, el respeto y la responsabilidad hacia los ciudadanos, alineando a todo el personal con la misión y visión del GAD Montecristi.

- Crear mecanismos eficaces para recolectar y analizar la retroalimentación de los usuarios sobre la calidad de los servicios, para realizar mejoras continuas.

4.1.4 Estrategias de Intervención

4.1.4.1 Objetivo específico 1

Implementación de técnicas de comunicación efectiva, empatía y resolución de conflictos

- **Análisis de Necesidades:** Identificar las necesidades específicas de capacitación del personal en materia de comunicación efectiva, empatía y resolución de conflictos.
- **Diseño de Módulos:** Desarrollar módulos de capacitación que aborden las necesidades identificadas, utilizando metodologías activas y participativas como talleres, simulaciones, juegos de roles y estudios de caso.
- **Selección de Facilitadores:** Contratar facilitadores expertos en las áreas de comunicación, empatía y resolución de conflictos, con experiencia en la capacitación de personal en el sector público.
- **Evaluación Post Capacitación:** Aplicar evaluaciones después de cada módulo de capacitación para medir el impacto del aprendizaje y la adquisición de nuevas habilidades.
- **Seguimiento y Retroalimentación:** Implementar un sistema de seguimiento para monitorear el desempeño del personal en la aplicación de las habilidades adquiridas en la capacitación.

4.1.4.2 Objetivo específico 2

Adquirir e implementar una máquina expendedora de tiques para agilizar el proceso de atención presencial y reducir tiempos de espera

Adquisición e Instalación:

- **Análisis de Tráfico:** Realizar un análisis del flujo de atención presencial para determinar la capacidad y ubicación ideal de la máquina expendedora de tiques.

- **Especificaciones Técnicas:** Definir las especificaciones técnicas de la máquina expendedora de tiques, considerando aspectos como la cantidad de módulos, la facilidad de uso, la conectividad y la seguridad.
- **Selección de Proveedor:** Solicitar cotizaciones en el portal de compras públicas a diferentes proveedores, evaluar las propuestas y seleccionar la opción que mejor se ajuste a las necesidades y presupuesto del GAD Montecristi.
- **Instalación y Configuración:** Instalar la máquina expendedora de tiques en la ubicación seleccionada y realizar la configuración necesaria para su correcto funcionamiento.

Capacitación y Soporte:

Brindar capacitación al personal sobre el uso y funcionamiento de la máquina expendedora de tiques, incluyendo aspectos como la emisión de tiques, la gestión de turnos y la resolución de problemas comunes.

Contratar un servicio de soporte técnico para brindar asistencia al personal en caso de que surjan problemas con la máquina expendedora de tiques.

A la vez se recomienda realizar un contrato mínimo de un año para el mantenimiento de la maquina TKSICOT el mismo que está valorado en \$1050 anual.

El contrato incluirá visitas trimestrales en las cuales se realizarán limpieza, revisión y actualización de software, además, soporte técnico 24/7 mediante teléfono, correo electrónico y en sitio, se incluirá repuestos como sensores, cables y componentes electrónicos menores. Adicional capacitación anual en manejo y operación de la máquina.

4.1.4.3 Objetivo Específico

Identificación de Valores: Realizar un proceso participativo con el personal para identificar los valores institucionales que reflejen la misión, y visión del GAD Montecristi

Implementación de Valores

Realizar talleres participativos con grupos representativos del personal de todos los niveles y departamentos.

Formalización de Valores:

Redactar una declaración de valores clara, concisa e inspiradora.

Comunicación y Sensibilización:

Implementar una campaña de comunicación interna para dar a conocer los valores a todo el personal.

Brindar capacitación obligatoria en valores a todo el personal utilizando metodologías activas.

Integrar los valores en todos los materiales de comunicación y espacios físicos.

Integración de Valores en la Cultura Organizacional

Reconocimiento y Recompensas:

- Implementar un programa de reconocimiento para premiar al personal que demuestre fortaleza en habilidades blandas, como la comunicación efectiva, el trabajo en equipo y la resolución de problemas
- Compartir historias de éxito que ejemplifican la aplicación de los valores.
- Otorgar premios y/o incentivos al personal por su destacado compromiso con los valores.

Liderazgo Ejemplificador:

- Los líderes deben encarnar visiblemente los valores en sus interacciones con el personal y los ciudadanos.
- Fomentar una comunicación transparente que permita al personal expresar sus inquietudes y sugerencias.
- Brindar retroalimentación constructiva sobre el desempeño del personal en relación con los valores.

4.1.4.4 Objetivo Especifico 4.

Crear mecanismos eficaces para recolectar y analizar la retroalimentación de los usuarios sobre la calidad de los servicios, para realizar mejoras continuas.

Implementación: realizar un sistema de encuestas de satisfacción, que permita a los ciudadanos evaluar diversos aspectos del servicio recibido, tales como la atención, la eficiencia y la calidad de la información proporcionada.

Instrumento: encuestas accesibles y fáciles de completar, asegurando que todos los usuarios tengan la oportunidad de expresar sus opiniones.

Es vital incluir preguntas abiertas que permitan a los ciudadanos brindar sugerencias y comentarios específicos sobre su experiencia.

Encuestas Digitales: Disponibles en plataformas en línea y aplicaciones móviles para aquellos usuarios con acceso a internet y dispositivos electrónicos.

Encuestas Impresas: Distribuidas en oficinas del GAD, centros comunitarios y otros puntos de acceso para usuarios que no tienen medios electrónicos o que pertenecen a la tercera edad, garantizando así la inclusión de todos los sectores de la población.

Para asegurar una retroalimentación constante y actualizada de los usuarios sobre la calidad de los servicios, las encuestas de satisfacción se realizarán cada 6 meses. Esto permitirá recoger datos frecuentes y realizar ajustes rápidos según la retroalimentación recibida. Además, se implementará un sistema de encuestas continuas disponibles en el sitio web y aplicaciones móviles, permitiendo a los usuarios proporcionar retroalimentación en cualquier momento.

Transformar la retroalimentación.

Herramientas de análisis de datos para identificar tendencias, puntos débiles y áreas de oportunidad.

Proceso sistemático para aplicar las mejoras necesarias.

Esto implica la elaboración de informes periódicos que resuman los hallazgos y recomendaciones, los cuales deben ser presentados a la alta dirección del GAD Montecristi.

Con base en estos informes, se pueden desarrollar planes de acción específicos para abordar las áreas problemáticas.

4.2 Plan de Integración

La población primaria de esta estrategia de intervención incluye a todos los usuarios de los servicios del GAD de Montecristi, que abarcan tanto a los residentes del cantón como a aquellos que interactúan con la administración por motivos administrativos, culturales, turísticos y sociales.

Objetivos de Comunicación:

- Informar a los ciudadanos de Montecristi sobre el Plan de Mejora de Calidad de Atención y Satisfacción del Cliente del GAD Montecristi.
- Hay que asegurar que el personal del GAD esté completamente al tanto de los nuevos procedimientos, capacitaciones y herramientas disponibles.
- Motivar a los usuarios de los servicios del GAD a utilizar las plataformas digitales y a participar en encuestas de satisfacción.
- Fomentar la participación del personal en los programas de capacitación y en la implementación de mejoras en los procesos de atención.

- Construir una percepción positiva del GAD Montecristi entre los ciudadanos mediante la transparencia y la rendición de cuentas.
- Generar confianza en que el GAD está comprometido con la mejora continua de sus servicios y con la atención al ciudadano.

Medios y/o Espacios:

Se llevarán a cabo sesiones educativas presenciales en la sala de capacitación del GAD Montecristi, dirigidas a todo el personal administrativo y de atención al cliente. Estas capacitaciones serán facilitadas por profesionales capacitados, como expertos en atención al cliente, gestores administrativos y especialistas en tecnología digital. Se utilizarán materiales visuales y educativos, como folletos, carteles y presentaciones interactivas, para transmitir la información de manera clara y accesible. Además, se establecerán equipos de trabajo entre el personal para fomentar la participación y el intercambio de ideas. La capacitación se llevará a cabo en horarios y días específicos, para garantizar la participación del mayor número posible de empleados, y se realizarán sesiones de seguimiento para evaluar el progreso y abordar cualquier pregunta o inquietud que surja. Asimismo, se plantea vincular a estudiantes de los últimos años de la carrera administrativa de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM) por medio de un convenio de vinculación entre el GAD y la ULEAM. Este convenio permitirá que los estudiantes participen en las capacitaciones y aporten con sus conocimientos frescos y perspectivas innovadoras, además de adquirir experiencia práctica en un entorno real de administración pública.

Responsables:

Los responsables de las capacitaciones en el GAD Montecristi será un equipo designado específicamente para este propósito, liderado por un coordinador de capacitación. Este coordinador será el encargado directo de planificar, organizar y

ejecutar las sesiones educativas dirigidas al personal administrativo y de atención al cliente. Además, el coordinador supervisará la implementación de los contenidos educativos, asegurando que se utilicen materiales visuales y herramientas interactivas adecuadas para transmitir la información de manera efectiva.

El equipo de capacitación estará compuesto por profesionales capacitados en diversas áreas relevantes, como expertos en atención al cliente, gestión administrativa y tecnología digital. Cada uno de ellos aportará su experiencia y conocimientos para enriquecer las sesiones y garantizar un aprendizaje integral.

Además del equipo interno del GAD Montecristi, se establecerá una colaboración con la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM), involucrando a estudiantes de los últimos años de la carrera administrativa mediante un convenio de vinculación. Esta iniciativa permitirá que los estudiantes participen activamente en las capacitaciones, bajo la supervisión y coordinación del equipo del GAD Montecristi y la investigadora designada

4.3 Procedimientos para la Satisfacción y Atención a Usuarios Del Gad Montecristi

Estos procedimientos están diseñados para guiar al personal del GAD Montecristi en la implementación del Protocolo de Empatía y Fiabilidad.

Implementación de técnicas de comunicación efectiva, empatía y resolución de conflictos

Análisis de Necesidades: El primer paso es realizar un análisis exhaustivo para identificar las necesidades específicas de capacitación del personal en comunicación efectiva, empatía y resolución de conflictos. Esto implica utilizar métodos como encuestas, entrevistas y evaluaciones de desempeño para entender las áreas de mejora y

los desafíos actuales en la comunicación y gestión de conflictos dentro de la organización.

Proceso de Implementación:

- Distribuye la encuesta de manera electrónica o en formato impreso, asegurando que todos los empleados tengan acceso y puedan responder de manera confidencial.
- Establece un plazo claro para la recopilación de respuestas y asegúrate de recordar a los empleados la importancia de participar en el proceso de análisis de necesidades.
- Analiza los resultados de la encuesta para identificar patrones, áreas de preocupación comunes y temas prioritarios que deben ser abordados en el programa de capacitación.

Diseño de Módulos: Con base en los resultados del análisis de necesidades, se diseñan módulos de capacitación estructurados y adaptados a las áreas identificadas.

Cada módulo debe incluir objetivos claros, contenidos relevantes y metodologías activas como talleres prácticos, simulaciones, juegos de roles y estudios de caso. Estas metodologías permiten a los participantes practicar y aplicar las habilidades aprendidas en situaciones simuladas que reflejen el entorno laboral real.

Temas de capacitaciones para el personal del GAD Montecristi

1. Habilidades de Atención al Cliente

Técnicas de comunicación efectiva.

Resolución de conflictos y manejo de quejas.

Empatía y servicio orientado al cliente.

Posibles Resultados:

- Mejora en la satisfacción del cliente.

- Reducción de quejas y conflictos.
- Aumento en la percepción positiva del GAD.

2. Manejo Eficiente de Trámites Administrativos

- Optimización de procesos administrativos.
- Uso de sistemas y herramientas digitales para la gestión de trámites.
- Principios de gestión del tiempo y organización.

Posibles Resultados:

- Reducción de tiempos de procesamiento de trámites.
- Mayor eficiencia en la administración de servicios.
- Mejor uso de recursos tecnológicos.

3. Uso de Plataformas Digitales

- Introducción a las nuevas plataformas digitales implementadas por el GAD.
- Instrucciones detalladas sobre cómo acceder y usar las plataformas para diversos servicios.
- Resolución de problemas comunes y soporte técnico básico.

Posibles Resultados:

- Mayor adopción de las plataformas digitales por parte del personal.
- Reducción de consultas y problemas técnicos reportados.
- Incremento en la eficiencia de los servicios digitales.

4. Desarrollo de una Cultura Organizacional Orientada al Ciudadano

- Valores y principios del servicio público.
- Estrategias para fomentar una cultura de empatía y eficiencia.
- Casos de estudio y mejores prácticas en atención al ciudadano.

Posibles Resultados:

- Mayor alineación del personal con la misión y visión del GAD.

- Mejora en la cohesión y el ambiente laboral.
- Aumento en la satisfacción tanto del personal como de los ciudadanos.

Selección de Facilitadores: Es fundamental contratar facilitadores expertos en comunicación, empatía y resolución de conflictos, con experiencia demostrada en la capacitación de personal, preferiblemente en el sector público. Los facilitadores deben poseer habilidades pedagógicas sólidas para motivar y guiar a los participantes a través del proceso de aprendizaje, facilitando discusiones constructivas y retroalimentación efectiva.

PRESUPUESTO

Consideraciones Generales:	
<i>Duración de la Capacitación:</i>	1 día por capacitación (con un receso para almuerzo).
<i>Frecuencia:</i>	Dos veces al año.
<i>Plataforma de Videoconferencia:</i>	Zoom o Microsoft Teams.

Presupuesto para Capacitaciones Virtuales	
(Dos veces al año)	
Costos Estimados por Capacitación:	
Honorarios del Capacitador	Para cada tema, se requerirá un experto en el área. Honorarios por capacitador: USD 300 por día (incluyendo preparación).

Abordaje de 4 Temas	
Abordaje de 4 Temas	4 temas 300 USD = 1200 USD/capacitación
Infraestructura y Logística Virtual:	
Plataforma de Videoconferencia	Gratuita si el GAD ya tiene acceso a la plataforma.
Material Didáctico:	
Distribución digital de manuales y materiales	USD 2 por participante para cubrir costos de preparación y envío digital.
Total, material didáctico por capacitación	(30 participantes /times 2 USD = 60 USD)
Apoyo Técnico	
Soporte Técnico Durante la Capacitación:	Pago a un técnico para asistencia durante el evento virtual: USD 50 por día.
Total	
Estimado por Capacitación:	1200 USD (honorarios capacitadores) + 60 USD (material didáctico) + 50 USD (soporte técnico) = 1310 USD
Presupuesto Anual:	1310 USD (por capacitación) times 2 (capacitaciones al año) = 2620 USD

Evaluación y Seguimiento: Se implementa un sistema de evaluación integral que incluya evaluaciones antes y después de cada módulo de capacitación. Esto permite medir el progreso individual y colectivo de los participantes, así como la efectividad del programa en general. Además, se establece un sistema de seguimiento continuo para monitorear la

aplicación de las habilidades adquiridas en el trabajo diario y proporcionar retroalimentación para ajustes y mejoras continuas.

Cronograma:

HORARIO	CAPACITADOR	TEMA A TRATAR
08:30 - 09:00	Nombre del Capacitador	Bienvenida e introducción a la capacitación.
09:00 - 10:30	Nombre del Capacitador	Habilidades de Atención al Cliente:
		- Técnicas de comunicación efectiva.
		- Resolución de conflictos y manejo de quejas
		- Empatía y servicio orientado al cliente.
10:30 - 10:45		Receso
10:45 - 12:15	Nombre del Capacitador	Manejo eficiente de trámites administrativos:
		- Optimización de procesos administrativos.
		- Uso de sistemas y herramientas digitales para la gestión de trámites.
		- Principios de gestión del tiempo y organización.
12:15 - 13:00		Almuerzo
13:00 - 14:30	Nombre del Capacitador	Uso de Plataformas Digitales:
		-Introducción a las nuevas plataformas digitales implementadas por el GAD.

		- Instrucciones detalladas sobre cómo acceder y usar las plataformas para diversos servicios.
		- Resolución de problemas comunes y soporte técnico básico.
14:30 - 14:45		Receso
14:45 - 16:15	Nombre del Capacitador	Desarrollo de una Cultura Organizacional Orientada al Ciudadano:
		- Valores y principios del servicio público.
		- Estrategias para fomentar una cultura de empatía y eficiencia.
		- Casos de estudio y mejores prácticas en atención al ciudadano.
16:15 - 16:30	Nombre del Capacitador	Evaluación y cierre de la capacitación.

Consideraciones adicionales

Seguimiento: Incluir una evaluación post-capasitacion y sesiones de retroalimentación para asegurar la efectividad.

Grabaciones: Grabar las sesiones para referencia futuras y permitir la revisión por parte de los participantes.

Planificación e Implementación: Se desarrolla un cronograma detallado que incluya fechas específicas para cada fase del programa de capacitación, asegurando la disponibilidad de recursos necesarios como materiales didácticos, espacios adecuados y tecnología. Se comunica claramente a todo el personal sobre los objetivos del programa, los beneficios esperados y las expectativas de participación para asegurar el compromiso y la colaboración de todos los involucrados.

Monitoreo y Mejora Continua: Finalmente, se establece un proceso estructurado de monitoreo y evaluación continua para revisar periódicamente la efectividad del programa y realizar ajustes según sea necesario. Se fomenta la retroalimentación constante de los participantes y se busca innovar en las metodologías de capacitación para mantener el programa relevante y efectivo a lo largo del tiempo.

Este enfoque sistemático asegura que el programa de capacitación en comunicación efectiva, empatía y resolución de conflictos no solo sea integral y efectivo, sino también adaptable a las necesidades cambiantes de la organización y las dinámicas del entorno laboral.

Implementar una máquina expendedora de tiques con el fin de agilizar el proceso de atención presencial y reducir los tiempos de espera en el GAD Montecristi

Se debe seguir un proceso meticuloso que abarca desde la adquisición hasta el soporte continuo.

Adquisición e Instalación:

El primer paso consiste en realizar un análisis exhaustivo del flujo de atención presencial actual para identificar las áreas con mayor congestión y determinar la ubicación óptima para la máquina expendedora de tiques. Este análisis garantiza que la implementación de la máquina sea estratégica y efectiva para mejorar la eficiencia operativa del servicio.

Posteriormente, es crucial definir las especificaciones técnicas de la máquina, considerando factores como la cantidad de módulos necesarios para manejar el volumen esperado de usuarios, la facilidad de uso para todos los usuarios, la conectividad necesaria para integrarse con otros sistemas de gestión, y los estándares de seguridad requeridos para proteger la información del usuario.

Luego, se procede con la solicitud de cotizaciones a varios proveedores de máquinas expendedora de tiques, evaluando detenidamente cada propuesta para seleccionar la opción que mejor se adapte a las necesidades operativas y al presupuesto disponible del GAD Montecristi.

Una vez seleccionado el proveedor adecuado, se procede con la instalación de la máquina expendedora de tiques en la ubicación estratégica identificada durante el análisis inicial. Es crucial realizar una configuración meticulosa para asegurar el correcto funcionamiento desde el inicio, minimizando así cualquier interrupción en el servicio durante la transición.

TKSICOT: Sistema Automático de Turnos

El kiosco dispensador automático TKSICOT se presenta como una solución avanzada y elegante para gestionar eficientemente el proceso de atención al cliente. Equipado con una pantalla táctil de 18,5" y una impresora térmica que personaliza los tiques con el logotipo del cliente, este dispositivo combina funcionalidad con un diseño estilizado y compacto.

El software TKSICOT integra características innovadoras que optimizan la experiencia del usuario y la eficiencia operativa. Permite la gestión simultánea de múltiples servicios y ventanillas, adaptándose a las necesidades específicas de cada sector. Esto incluye la posibilidad de administrar preferencias de atención para grupos como personas de la tercera edad y discapacitados, asegurando una atención inclusiva y personalizada.

Una de sus funcionalidades destacadas es la transferencia y retención de turnos, permitiendo a los usuarios ajustar sus preferencias de servicio de manera dinámica. Además, el sistema facilita la impresión de requisitos o mensajes especiales directamente en los tiques, asegurando una comunicación clara y precisa desde el inicio del proceso de atención.

Para mejorar la experiencia del cliente, el TKSICOT incluye un sistema de aviso auditivo que guía al usuario hacia el módulo o ventanilla correspondiente, proporcionando una navegación intuitiva y sin contratiempos dentro del establecimiento.

Capacitación y Soporte:

Una vez instalada, se debe brindar capacitación integral al personal encargado de utilizar y administrar la máquina expendedora de tiques. Esto incluye la capacitación en la emisión de tiques, la gestión de turnos, y la resolución de problemas comunes que puedan surgir durante la operación diaria. La capacitación garantiza que el personal esté completamente familiarizado con la nueva tecnología y pueda aprovechar al máximo sus capacidades para mejorar la atención al usuario.

Además, es fundamental contratar un servicio de soporte técnico confiable y eficiente para proporcionar asistencia inmediata ante cualquier problema técnico que pueda surgir con la máquina expendedora de tiques. Este servicio asegura una respuesta rápida y efectiva, minimizando cualquier tiempo de inactividad y garantizando la continuidad del servicio de atención al usuario de manera óptima.

La implementación exitosa de una máquina expendedora de tiques en el GAD Montecristi no solo optimizará el proceso de atención presencial y reducirá los tiempos de espera, sino que también mejorará la experiencia del usuario y la eficiencia operativa del personal. Este enfoque estructurado garantiza que todos los aspectos, desde la adquisición hasta el soporte continuo, estén cuidadosamente gestionados para alcanzar los objetivos planteados de manera efectiva y sostenible.

Ventajas del sistema automático de turnos TKSICOT

El sistema automático de turnos TKSICOT no solo mejora significativamente la gestión de la atención al cliente, sino que también eleva los estándares de eficiencia y calidad en

el servicio, proporcionando una herramienta indispensable para cualquier organización que busque optimizar sus operaciones y mejorar la experiencia del usuario.

Además, ofrece información en tiempo real sobre el estado del sistema, incluyendo el número de turnos en espera y los turnos ya atendidos, lo cual permite una gestión proactiva del flujo de clientes.

El registro exacto de la hora en que se toma cada turno es fundamental para la generación de reportes y análisis estadísticos precisos. Esta funcionalidad proporciona datos detallados que son clave para optimizar los procesos internos y mejorar continuamente la eficiencia operativa del servicio al cliente.

Identificar, implementar e integrar valores institucionales que reflejen la misión y visión del GAD Montecristi.

Se ha diseñado un proceso integral que abarca desde la participación del personal hasta el liderazgo ejemplar y el reconocimiento por el compromiso con los valores organizacionales.

Identificación de Valores:

El proceso comienza con la realización de talleres participativos, involucrando a grupos representativos de todos los niveles y departamentos del GAD Montecristi. Estos talleres permiten una reflexión colectiva para identificar los valores fundamentales que guiarán las acciones y decisiones de la organización.

Formalización de Valores:

Con base en las contribuciones de los talleres participativos, se redacta una declaración de valores clara, concisa e inspiradora que capture los principios compartidos por toda la institución. Esta declaración servirá como guía ética y cultural para todos los integrantes del GAD Montecristi.

Objetivo:

Hay que asegurar que la atención brindada a los ciudadanos sea empática, fiable y eficiente.

Valores y Principios Fundamentales

Empatía La empatía es la capacidad de comprender y compartir los sentimientos de los demás, lo cual es fundamental en cualquier interacción humana, especialmente en el ámbito de los servicios públicos y la administración. Al ejercer la empatía, se logra una conexión más profunda con los ciudadanos, permitiendo entender sus necesidades, preocupaciones y expectativas. Este entendimiento no solo facilita la creación de políticas y servicios más efectivos, sino que también fortalece la confianza y el apoyo comunitario. En un entorno donde la empatía es practicada, los ciudadanos se sienten escuchados y valorados, lo que promueve una cultura de colaboración y respeto mutuo.

Respeto El respeto implica tratar a todas las personas con dignidad y consideración, independientemente de sus antecedentes, creencias o circunstancias. En el contexto de la interacción con ciudadanos, el respeto es crucial para construir relaciones positivas y constructivas. Cuando los individuos son tratados con respeto, se sienten valorados y reconocidos, lo que mejora su disposición a participar activamente en la comunidad y en los procesos democráticos. Además, el respeto fomenta un ambiente inclusivo y armonioso, donde las diferencias son celebradas y las opiniones diversas son bienvenidas.

Integridad La integridad se refiere a mantener altos estándares éticos y actuar con honestidad en todas las circunstancias. Para los profesionales y funcionarios públicos, la integridad es esencial para establecer y mantener la confianza de la ciudadanía. Actuar con integridad significa ser transparente, cumplir con las promesas y tomar decisiones basadas en principios morales sólidos. Esta conducta no solo asegura la justicia y la equidad en la prestación de servicios,

sino que también previene la corrupción y el abuso de poder, garantizando que el bienestar de los ciudadanos sea siempre la prioridad.

Profesionalismo El profesionalismo se manifiesta a través de la competencia y responsabilidad con la que se realizan todas las tareas. Este valor implica un compromiso constante con la mejora continua, el aprendizaje y la excelencia en el desempeño de las funciones. Para los servidores públicos, el profesionalismo es fundamental para asegurar que las necesidades de los ciudadanos se aborden de manera eficiente y efectiva. A través de una conducta profesional, se demuestra respeto hacia la comunidad y se valida la confianza depositada por los ciudadanos, contribuyendo a la credibilidad y legitimidad de las instituciones.

Protocolos Específicos de Atención en Ventanilla y Telefónica

Objetivo:

Proveer una atención al cliente que sea rápida, eficiente y empática.

Procedimientos

Saludo Inicial	Saludar al ciudadano con una sonrisa y una frase cordial es esencial para establecer un tono positivo desde el comienzo de la interacción.	Ejemplo: "Buenos días, ¿en qué puedo ayudarle hoy?"
	Responder al teléfono con un saludo profesional establece un estándar de excelencia y seriedad en la atención al ciudadano.	Ejemplo: "Buenos días, GAD Montecristi, ¿cómo puedo asistirle?"

Escucha Activa	La escucha activa implica prestar atención completa al ciudadano sin interrupciones, lo cual es fundamental para comprender plenamente sus necesidades o problemas. Este enfoque no solo muestra respeto hacia el ciudadano, sino que también garantiza que se obtenga toda la información necesaria para ofrecer una asistencia adecuada.	Prestar atención completa al ciudadano, sin interrupciones. - Hacer preguntas clarificadoras si es necesario para entender completamente la solicitud o problema del ciudadano.
Respuesta Empática	Mostrar comprensión y empatía hacia las necesidades y preocupaciones del ciudadano es crucial para crear una relación de confianza y apoyo. Esta actitud no solo tranquiliza al ciudadano, sino que también refuerza la percepción de que su problema es tomado en serio y que se está trabajando activamente en una solución.	Ejemplo: "Entiendo que esto es importante para usted y haremos todo lo posible para ayudarle."
Solución del Problema	Proveer información clara y precisa sobre los pasos a seguir o las soluciones disponibles es fundamental para resolver eficazmente los problemas de los ciudadanos. Si el problema no puede ser resuelto de inmediato, es importante explicar los siguientes pasos y proporcionar un plazo estimado para la resolución. Este enfoque no solo mantiene	Si no se puede resolver el problema de inmediato, explicar los siguientes pasos y un plazo estimado para la resolución.

informado al ciudadano, sino que también muestra transparencia y responsabilidad, ayudando a gestionar sus expectativas y a mantener la confianza en el proceso.

Agradecer al ciudadano por su visita o llamada es una manera fundamental de cerrar la interacción de manera positiva y profesional. Este gesto no solo muestra cortesía y aprecio, sino que también deja una impresión duradera de amabilidad y respeto, fortaleciendo la relación entre el ciudadano y la entidad.

Ejemplo: "Gracias por contactarnos, que tenga un buen día."

Comunicación y Sensibilización:

Se implementará una campaña de comunicación interna robusta para difundir los valores a todo el personal. Esta campaña incluirá sesiones informativas, material visual y mensajes recurrentes que refuercen la importancia de los valores en el día a día organizacional. Además, se brindará capacitación obligatoria en valores utilizando metodologías activas que fomenten la reflexión y la aplicación práctica.

Sesiones **Informativas:**

Organizar sesiones presenciales donde se explique detalladamente cada valor, como por ejemplo la transparencia y la colaboración. En estas sesiones se podría discutir cómo estos valores impactan en la calidad del servicio público y en la cohesión del equipo.

Material **Visual:**

Crear carteles coloridos y atractivos que muestren situaciones cotidianas donde se apliquen los valores, como la atención al ciudadano con respeto y empatía. Estos carteles podrían estar ubicados en áreas visibles como pasillos y salas de descanso.

□ Mensajes **Recurrentes:**

Enviar correos electrónicos periódicamente que destaquen historias de éxito relacionadas con los valores, como la resolución efectiva de un conflicto gracias a la comunicación abierta y el trabajo en equipo.

□ Capacitación **Obligatoria en Valores:**

Realizar talleres interactivos donde los empleados participen en juegos de roles simulando situaciones de servicio al cliente, donde se enfatice la importancia de valores como la responsabilidad y la ética en cada interacción.

Integración de Valores en la Cultura Organizacional:

Para asegurar una integración efectiva, los valores serán incorporados en todos los materiales de comunicación interna y en los espacios físicos del GAD Montecristi, reforzando constantemente su relevancia y aplicación práctica en el entorno laboral.

Reconocimiento y Recompensas:

Se implementará un programa de reconocimiento que premie al personal que demuestre consistentemente los valores en su desempeño diario. Este programa incluirá la celebración de historias de éxito que ejemplifiquen la aplicación de los valores en situaciones concretas, así como la entrega de premios e incentivos que reconozcan el compromiso excepcional con los valores institucionales.

Liderazgo Ejemplificador:

Es crucial que los líderes del GAD Montecristi ejemplifiquen activamente los valores en todas sus interacciones, tanto con el personal como con los ciudadanos. Esto se fomentará a través de una comunicación transparente que permita al personal expresar sus

inquietudes y sugerencias, así como mediante la entrega de retroalimentación constructiva sobre el desempeño en relación con los valores organizacionales.

Demostración Activa de Valores:

Los líderes deben ser ejemplos vivos de los valores organizacionales en todas sus interacciones, tanto dentro de la organización con el personal como en las interacciones externas con los ciudadanos y otras partes interesadas. Esto implica practicar y promover los valores como la transparencia, la colaboración, el respeto y la responsabilidad en sus acciones y decisiones diarias.

Comunicación Transparente:

Los líderes deben fomentar una comunicación abierta y transparente dentro de la organización. Esto incluye establecer canales efectivos para que el personal pueda expresar sus inquietudes, sugerencias y comentarios sobre cómo se están aplicando los valores en la práctica. Esta retroalimentación es crucial para ajustar y mejorar continuamente las prácticas organizacionales.

Entrega de Retroalimentación Constructiva:

Los líderes tienen la responsabilidad de proporcionar retroalimentación constructiva sobre el desempeño del personal en relación con los valores organizacionales. Esto no solo implica reconocer y celebrar los logros que reflejan los valores de la organización, sino también identificar oportunidades de mejora y proporcionar orientación para alinear el comportamiento y las decisiones individuales con los valores establecidos.

Mecanismos efectivos para recolectar y analizar la retroalimentación de los usuarios sobre la calidad de los servicios.

Con el fin de realizar mejoras continuas que beneficien a la comunidad.

Implementación del Sistema de Encuestas de Satisfacción:

Se establece un sistema estructurado de encuestas de satisfacción diseñado para que los ciudadanos evalúen diversos aspectos del servicio recibido del GAD Montecristi. Estas encuestas están diseñadas para ser accesibles y fáciles de completar, asegurando que todos los usuarios tengan la oportunidad de expresar sus opiniones de manera clara y sin complicaciones.

Instrumento de Encuestas:

Las encuestas incluyen preguntas específicas que permiten a los ciudadanos evaluar la atención recibida, la eficiencia de los servicios y la calidad de la información proporcionada. Además, se incorporan preguntas abiertas que invitan a los usuarios a brindar sugerencias y comentarios detallados sobre su experiencia, proporcionando así una retroalimentación completa y enriquecedora.

Transformación de la Retroalimentación:

Una vez recopilada la retroalimentación de los usuarios, se utilizan herramientas avanzadas de análisis de datos para identificar tendencias, puntos débiles y áreas de oportunidad dentro de los servicios ofrecidos. Este proceso garantiza una evaluación exhaustiva y objetiva de la experiencia del usuario, proporcionando insights valiosos para la mejora continua.

Proceso Sistemático de Mejora:

Basándose en los hallazgos de las encuestas y el análisis de datos, se establece un proceso sistemático para aplicar las mejoras necesarias en los servicios. Esto incluye la elaboración de informes periódicos que resuman los hallazgos clave y las recomendaciones derivadas del análisis.

Desarrollo de Planes de Acción:

Con base en los informes generados, se desarrollan planes de acción específicos dirigidos a abordar las áreas problemáticas identificadas. Estos planes son presentados a

la alta dirección del GAD Montecristi para su revisión y aprobación, asegurando así que las acciones correctivas sean implementadas de manera efectiva y oportuna.

Manejo de Quejas y Resolución de Conflictos

Objetivo:

Gestionar las quejas de manera eficiente y resolver los conflictos con profesionalismo y empatía es crucial para mantener la confianza y satisfacción de los ciudadanos.

El procedimiento comienza con la recepción de la queja, donde es fundamental escuchar sin interrupciones y con una actitud abierta, tomando nota de los detalles clave.

Luego, se debe expresar empatía y validar las preocupaciones del ciudadano, agradeciendo su comunicación y reconocer sus sentimientos.

La investigación y solución del problema implican analizar la situación para identificar la causa y proporcionar una solución clara, explicando los pasos a seguir.

Finalmente, es vital realizar un seguimiento para asegurar que la queja se haya resuelto satisfactoriamente, contactando al ciudadano para confirmar su satisfacción con la solución implementada.

Este enfoque integral asegura una gestión de quejas efectiva, fortaleciendo la relación entre la entidad y la comunidad.

Seguimiento y Retroalimentación al Ciudadano

Objetivo:

Mantener al ciudadano informado sobre el progreso de sus solicitudes y recoger retroalimentación para mejorar el servicio.

El manejo eficaz de solicitudes y quejas de los ciudadanos implica una serie de procedimientos claros y bien estructurados. Primero, se debe enviar una confirmación de recibo al ciudadano, indicando que su solicitud o queja ha sido recibida y que se está trabajando en ella. A continuación, es esencial proporcionar actualizaciones regulares

sobre el estado de la solicitud o queja, informando al ciudadano de cualquier retraso o cambio en el plazo estimado. Finalmente, una vez que el caso ha sido resuelto, se debe notificar al ciudadano, agradeciéndole por su paciencia y proporcionando información de contacto para cualquier futura necesidad.

Este enfoque asegura transparencia, mantiene al ciudadano informado y mejora la satisfacción general con el servicio recibido.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

La evaluación revela que un porcentaje significativo de los usuarios (32.5%) percibe la amabilidad, la comunicación efectiva, la capacidad de escucha y la empatía del personal del GAD Montecristi como muy insatisfactorias. Esto indica una necesidad crítica de mejorar estas áreas para aumentar la satisfacción del usuario. La insatisfacción podría estar contribuyendo a una percepción general negativa del servicio. No obstante, un 27.5% de los usuarios calificó estas interacciones como satisfactorias, lo cual sugiere que existen aspectos positivos que pueden ser potenciados.

La evaluación del ambiente físico muestra una mayoría de respuestas (43.8%) indicando satisfacción con la limpieza, el orden, el confort y la estética del ambiente en el GAD Montecristi. Sin embargo, el 13.8% de los usuarios percibe el ambiente físico como muy insatisfactorio. Esta diversidad en las respuestas sugiere que, aunque muchos usuarios están satisfechos, aún existen áreas que requieren atención para mejorar la percepción general del entorno físico.

El cumplimiento de expectativas y la efectividad del servicio recibieron una evaluación muy insatisfactoria del 41.3% de los usuarios, indicando una brecha

significativa entre lo esperado y lo recibido. Esta alta tasa de insatisfacción resalta la necesidad de mejorar la efectividad del servicio y la resolución de problemas para alinear mejor las expectativas de los usuarios con la realidad del servicio proporcionado.

La comunicación amigable, el entendimiento de las necesidades y el trato personalizado tienen una evaluación variada, con el 20% de las respuestas calificándolas como muy insatisfactorias. Esto subraya la importancia de mejorar la calidad de la comunicación y el trato personalizado para incrementar la satisfacción del usuario. A pesar de estas áreas problemáticas, el 28.8% de los usuarios calificó estas dimensiones como satisfactorias, sugiriendo que hay elementos positivos que podrían ser mejor aprovechados.

La evaluación del cumplimiento de promesas y la consistencia en el servicio mostró un 28.8% de respuestas muy insatisfactorias, indicando problemas significativos en estas áreas. Mejorar la fiabilidad del servicio, asegurando que las promesas se cumplan y reduciendo errores, es crucial para aumentar la satisfacción del usuario.

La protección de la información y la seguridad del entorno recibieron evaluaciones mixtas, con un 17.5% de los usuarios calificando estos aspectos como muy insatisfactorios. Sin embargo, un 37.5% de respuestas satisfactorias sugiere que, aunque hay preocupaciones significativas, una proporción considerable de usuarios se siente segura con respecto a la protección de sus datos personales.

El tiempo de respuesta, la accesibilidad y la resolución de problemas se calificaron como muy insatisfactorios por el 45% de los usuarios, indicando un área de gran insatisfacción. Mejorar la eficiencia y accesibilidad del servicio es esencial para aumentar la satisfacción del usuario.

Recomendaciones

Se recomienda implementar programas de formación continua que se enfoquen en habilidades de atención al cliente y comunicación interpersonal. Además, establecer un sistema de retroalimentación donde los usuarios puedan compartir sus experiencias y sugerencias en tiempo real permitirá identificar áreas específicas de mejora y reconocer a los empleados que brinden un servicio excepcional, fomentando una cultura de excelencia en el servicio al cliente.

Es fiable realizar auditorías periódicas del entorno físico y encuestas de satisfacción que se centren en identificar y corregir problemas específicos. Mejorar aspectos como la iluminación, la señalización y el mantenimiento de las instalaciones puede contribuir a una mejor percepción del entorno y, por ende, a una mayor satisfacción del usuario.

Se recomienda establecer indicadores de desempeño para monitorear la efectividad del servicio y realizar ajustes necesarios. Además, desarrollar un protocolo claro para la resolución de problemas y asegurar que los usuarios estén informados y comprendan los tiempos y procesos involucrados, ayudará a reducir la brecha entre expectativas y realidad.

Se recomienda implementar talleres de capacitación en inteligencia emocional y técnicas de comunicación efectiva. Además, personalizar la experiencia del usuario mediante la recopilación de información sobre sus preferencias y necesidades específicas permitirá ofrecer un servicio más adaptado y satisfactorio, incrementando así la percepción positiva del trato recibido.

Se recomienda establecer un sistema de gestión de calidad que incluya auditorías regulares y revisiones de los procesos para identificar y corregir errores rápidamente.

Además, comunicar de manera proactiva con los usuarios sobre cualquier cambio o problema que pueda afectar el servicio ayudará a mantener la confianza y satisfacción del cliente.

Se recomienda implementar y comunicar claramente las políticas de protección de datos y seguridad del entorno. Realizar evaluaciones regulares de seguridad y asegurar que todos los empleados estén formados en prácticas de manejo seguro de información contribuirá a aumentar la percepción de seguridad y protección entre los usuarios.

Se recomienda invertir en tecnologías que agilicen la atención al cliente, establecer canales de comunicación accesibles y eficientes, y garantizar que el personal esté adecuadamente capacitado para resolver problemas de manera rápida y efectiva, contribuirá significativamente a mejorar la satisfacción del usuario.

En el Capítulo 4, se propuso un Plan Integral de Mejora de la Calidad de Atención y Satisfacción del Cliente para el GAD Montecristi, con el objetivo de optimizar los servicios ofrecidos a la comunidad del cantón. La propuesta incluyó una capacitación integral del personal en habilidades de atención al cliente y gestión de trámites administrativos, así como la modernización de los canales de comunicación y la promoción de una cultura organizacional orientada al ciudadano. Se identificaron y analizaron los problemas actuales mediante el árbol de problemas y objetivos, estableciendo estrategias específicas como la implementación de encuestas de satisfacción y un sistema de reconocimiento para el personal. Se diseñaron mecanismos para recolectar y analizar la retroalimentación de los usuarios, y se implementaron procedimientos para la atención eficiente de quejas y conflictos. Finalmente, se

integraron valores organizacionales en la cultura del GAD y se propuso la instalación de una máquina expendedora de tiques para mejorar la atención presencial.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Águila, d., & Bardales. (2020). Mejora de los servicios públicos en el fortalecimiento de la gestión municipal. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinaria*, 4(2), 1241-1255.
- Benites, Díaz, & Fernández. (2020). Plan de mejora de atención al usuario interno para la satisfacción del usuario externo en Reque–Chiclayo 2019. *Tzhoecoen*, 12(4), 525-535.
- Calero, M. (2022). Plan de Mejora Continua en la Calidad del Servicio y Atención al Usuario en la Unidad de Matriculación y Revisión Vehicular del Gad Municipalidad de Ambato. *Master's thesis, Universidad Técnica de Ambato*.
- Calle, & Párraga. (2021). La Gestión por procesos: resultados para mejorar la atención en Instituciones de salud. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 6(12), 179-212.
- Canchumani, Q., & Leyva, S. (2023). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Instituto Superior Perulex Huancayo-2022.
- Cherres, C. (2021). La percepción de la calidad del servicio que reciben los usuarios del GAD de Ambato en el área de información general (Master's thesis, Universidad Técnica de Ambato. *Facultad de Ciencias Administrativas*.
- Cordero. (2019). La calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en el GAD municipal de Santa Elena, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2017. *Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena*.
- Crespo, Crespo, C., Andrade, & Valarezo. (2019). Gestión de la calidad en un GAD municipal: un modelo para su aplicación. *Revista Científica Ecociencia*, 6, 1-20.
- Cruz, T. D., & Sandoval, T. (2022). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Gad Municipal del cantón Salcedo . *Bachelor's thesis, Ecuador: Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC)*.

- Flores-Bautista, P. A., Jimenez-DeLucio, Rojo-Cisneros, & Sánchez-Ayala. (2023). Comprendiendo la fidelización de clientes: elementos clave, estadísticas y clasificaciones. *XIKUA Boletín Científico de la Escuela Superior de Tlahuelilpan*.
- Gavilánez, V. (2023). Indicadores de calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción de los usuarios externos del Departamento de Avalúos y Catastros del GAD Salcedo. *Universidad Técnica de Cotopaxi*.
- Hernández. (2020). La fidelización del cliente y retención del cliente: Tendencia que se exige hoy en día. *Gestión en el tercer milenio*, 23(45), 5-13.
- Ibarra, & Casas. (2015). Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio. *Contaduría y administración*, 60(1), 229-260.
- Mas, Labarca, & Álvarez. (2022). Gestión de la Calidad de Servicio en los centros de salud privados. *Revista Temario Científico*, 2(2), 25-38.
- Mejía, H. (2023). Gestión administrativa y la calidad del servicio en el GAD Municipal de Pangua en el periodo 2019-2023. *Master's thesis, Ecuador: Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC)*.
- Narváez, Reinoso, & Castro. (2020). Servicio al cliente: desde una perspectiva del modelo SERVQUAL. *Digital Publisher CEIT*, 5(3), 191-204.
- Pila, L. (2023). El talento humano como aspecto clave para mejorar la calidad del servicio público en el GAD Saquisilí. *Master's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Maestría en Administración Pública*.
- Pinto, R. (2020). Sistema de inventario para activos fijos.
- Prieto, & Tarazona. (2019). Percepción de la calidad de servicio del usuario interno en una institución pública. *Industrial data*, 22(1), 95-103.
- Reyes, S. (2023). Calidad de prestación del servicio en la satisfacción del usuario del departamento de anestesiología en un hospital de Lima, 2023.

- Rubio, & Pineda. (2023). Calidad de servicio: Una visión conceptual sobre diferentes modelos, principales aportes, características y conclusiones. *AULA VIRTUAL*, 4(10), 36-54.
- Sánchez, R. (2023). Prototipo de chatbot basado en inteligencia artificial para automatizar la gestión de requerimientos municipales de trámites ciudadanos del GAD San Miguel de Ibarra. *Bachelor's thesis*.
- Solin, A., & Curry, A. (2023). Calidad percibida: en busca de una definición. *El diario TQM*, 35 (3), 778-795.
- Tananta, & Bardales. (2020). Gestión por resultados para mejorar la calidad de atención en las entidades públicas. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 4(2), 1226-1240.
- Ubilla, Barreno, Freire, & Sánchez. (2019). Fundamentos de calidad de servicio, el modelo Servqual. *Revista empresarial*, 13(2), 1-15.
- Zambrano, & Santos. (2020). Interpretación de calidad del servicio en Gobiernos Autónomos Descentralizados. Un nuevo concepto en gestión pública. . *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 5(8), 618-633.

ANEXOS

Encuesta de Análisis de Necesidades:

Comunicación, Empatía y Resolución de Conflictos

Instrucciones:

Por favor, responde las siguientes preguntas con honestidad y considerando tu experiencia y percepción en el ambiente laboral actual.

1. Comunicación Efectiva:

¿Consideras que la comunicación entre los equipos de trabajo es clara y efectiva?

- Sí
- No
- A veces, pero podría mejorar

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentas al comunicarte con tus colegas o superiores?

2. Empatía:

¿Cómo describirías el nivel de empatía entre los miembros del equipo?

- Alto
- Medio
- Bajo

¿Qué acciones crees que podrían fomentar una mayor empatía en el equipo?

3. Resolución de Conflictos:

¿Con qué frecuencia surgen conflictos en tu área de trabajo?

- Regularmente
- Ocasionalmente
- Raramente

¿Cómo se manejan generalmente los conflictos en tu equipo? ¿Qué crees que podría mejorar en este aspecto?

4. Necesidades de Capacitación:

¿Consideras que recibirías beneficios de capacitación en habilidades de comunicación efectiva?

- Sí, definitivamente
- Quizás, depende del enfoque
- No estoy seguro/a

¿Qué temas específicos te gustaría aprender en un programa de capacitación sobre empatía y resolución de conflictos?

5. Información Adicional:

¿Hay algún otro comentario o sugerencia que te gustaría compartir sobre la comunicación, empatía o resolución de conflictos en nuestra organización?

Gracias.

DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO:

Mantenimiento anual mínimo para una máquina expendedora de tiques TKSICOT.

SERVICIOS INCLUIDOS:

1. **Revisión Trimestral:**
 - Limpieza general de la máquina.
 - Verificación y ajuste de sistemas de pago.
 - Revisión y actualización de software.
 - Verificación de sensores y mecanismos de dispensación.
 - Reporte detallado de cada revisión.
 2. **Soporte Técnico:**
 - Asistencia telefónica y por correo electrónico 24/7.
 - Servicio de soporte técnico en sitio en un plazo de 24 horas.
 - Reparaciones menores sin costo adicional.
 3. **Repuestos Incluidos:**
 - Sensores.
 - Cables y conectores.
 - Componentes electrónicos menores.
 4. **Capacitación:**
 - Capacitación anual para el personal del cliente sobre el manejo y operación de la máquina.
-

COSTOS:

1. **Revisión Trimestral (4 visitas anuales):**
 - Costo por visita: \$150
 - Total, anual: \$600
 2. **Soporte Técnico:**
 - Costo anual: \$200
 3. **Repuestos Incluidos:**
 - Costo anual estimado: \$150
 4. **Capacitación:**
 - Costo por sesión: \$100
 - Total, anual: \$100
-

Total, del Mantenimiento Anual:

\$600 (Revisión Trimestral) + \$200 (Soporte Técnico) + \$150 (Repuestos Incluidos) + \$100 (Capacitación)

Total: \$1050