



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
LICENCIATURA EN SECRETARIADO GERENCIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del título de:
LICENCIADA EN SECRETARIADO GERENCIAL

TEMA:

**“MODELO DE MEJORA DE LA CALIDAD PARA EL SERVICIO AL
CLIENTE DE LA “EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL PARA LA
GESTIÓN INTEGRAL DE LOS DESECHOS SÓLIDOS DEL CANTÓN
AMBATO” (EPM-GIDSA) EN LA CIUDAD DE AMBATO
PROVINCIA DE TUNGURAHUA”.**

AUTORAS:

AURELIA CAROLINA ESTRELLA VIERA
LEONOR DE LOURDES ROJAS ALARCÓN

Ambato – Ecuador

2016

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por las Sras. AURELIA CAROLINA ESTRELLA VIERA y LEONOR DE LOURDES ROJAS ALARCÓN, quienes han cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Dr. Rodrigo Gabriel Abarca Carrasco

DIRECTOR DE TRIBUNAL

Ing. Javier Alonso Viñán Carrera

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Estrella Viera Aurelia Carolina y Rojas Alarcón Leonor de Lourdes, declaramos que el presente trabajo de titulación es de nuestra autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como Autoras, asumimos la responsabilidad legal de los contenidos de este trabajo de titulación.

Ambato, 19 de enero de 2016

Estrella Viera Aurelia Carolina
C.I. 180141564-5

Rojas Alarcón Leonor de Lourdes
C.I. 0602961187

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a mi Dios quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mi familia quienes por ellos soy lo que soy.

Carolina Estrella

A Dios, por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida. Por los triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado a valorar cada día más, A mi madre por ser la persona que me ha acompañado durante todo mi trayecto estudiantil y de vida. A mi padre quien con sus consejos ha sabido guiarme para culminar mi carrera profesional.

Leonor Rojas

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por protegernos durante todo nuestro camino y darnos fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda nuestra vida.

A nuestros padres, que con su demostración de padres ejemplares nos han enseñado a no desfallecer ni rendirnos ante nada y siempre perseverar a través de sus sabios consejos.

A nuestra familia por el apoyo incondicional que nos han brindado en todo el transcurso de nuestra carrera

Al Dr. Rodrigo Abarca Carrasco e Ing. Javier Viñán Carrera, director de tesis y miembro del tribunal por su valiosa guía y asesoramiento a la realización de la misma.

A la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO, por darnos la oportunidad de estudiar y ahora ser profesionales.

Carolina y Leonor

ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada	i
Certificación del Tribunal	ii
Declaración de Autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de Contenido	vi
Índice de Tablas	ix
Índice de Gráficos.....	x
Índice de Anexos	xi
Resumen Ejecutivo	xii
Summary.....	xiii
Introducción	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	2
1.1. TEMA	2
1.2. PROBLEMA.....	2
1.2.1. Planteamiento del problema.....	2
1.2.2. Formulación del problema	3
1.2.3. Delimitación del problema.....	3
1.3. JUSTIFICACIÓN:	3
1.4. OBJETIVOS	4
1.4.1. Objetivo general.....	4
1.4.2. Objetivos específicos	4
CAPÍTULO II: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	5
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	5
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	7
2.3. MARCO TEÓRICO	9
2.3.1. Gestión de la calidad.....	9
2.3.2. Calidad Total.....	10
2.3.3. Modelo de la Calidad.....	11
2.3.4. Administración Pública.....	14
2.3.5. Organización	15

2.3.6. Servicio al Cliente.....	15
2.4. NORMATIVA TÉCNICA.....	22
2.4.1. Ley Orgánica del Servicio Público	22
2.4.2. ISO 9001-2008 Sistemas de Gestión de Calidad	23
2.4.3. Reglamento para la prestación del Servicio Público de Gestión Integral de Desechos Sólidos en el cantón Ambato 2011	23
2.5. HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER	23
2.5.1. Hipótesis general.....	23
2.5.2. Hipótesis específicas.....	24
2.5.3. Variables	24
CAPÍTULO III: MARCO METOLÓGICO	25
3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	25
3.1.1. Investigación de campo	25
3.1.2. Investigación bibliográfica	25
3.2. NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN.....	25
3.3. MÉTODOS TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	26
3.3.1. Método.....	26
3.3.2. Técnicas	26
3.4. CUESTIONARIO	27
3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	27
3.5.1. Población	27
3.5.2. Muestra	28
3.6 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	28
3.6.1. Interpretación de datos.....	29
3.7. VERIFICACIÓN DE HIPOTESIS	39
3.7.1 Preguntas extraídas de la encuesta para la comprobación de la hipótesis general	39
3.7.2 Hipótesis	40
3.7.3. Planteamiento de hipótesis.....	40
3.7.4. Estimador estadístico	41
3.7.5. Modelo matemático	41
3.7.6. Determinación de significación.	41

3.8. CÁLCULO MATEMÁTICO	42
3.8.1. Tabla de frecuencias observadas.....	42
3.8.2. Tabla de frecuencias esperadas	42
3.8.3. Cálculo del chi-cuadrado	43
3.8.4. Decisión	43
CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....	44
4.1. DATOS INFORMATIVOS	44
4.1.1. Título.....	44
4.1.2. Institución ejecutora.....	44
4.1.4. Beneficiarios	45
4.1.5. Ubicación.....	45
4.1.6. Equipo técnico responsable	46
4.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	46
4.3. JUSTIFICACIÓN	48
4.4. OBJETIVOS	49
4.4.1. Objetivo general.....	49
4.4.2. Objetivos específicos	49
4.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD	49
4.5.1. Factibilidad económica	49
4.5.2. Factibilidad organizacional.....	49
4.5.3. Factibilidad socio – cultural.....	50
4.5.4. Factibilidad del talento humano.....	50
4.6. MODELO OPERATIVO.....	51
4.6.1. Fase I.....	52
4.6.2. Fase II	54
4.6.3. Fase III	64
4.7. PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN DEL MODELO	81
CONCLUSIONES	82
RECOMENDACIONES.....	83
BIBLIOGRAFÍA	84
ANEXOS	87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población	27
Tabla 2. Muestra	28
Tabla 3. Atención por Ventanillas	29
Tabla 4. Actitud del Personal.....	30
Tabla 5. Orientación en base a sus requerimientos.....	31
Tabla 6. Desempeño del Personal.....	32
Tabla 7. Satisfacción con el Servicio.....	33
Tabla 8. Respuestas a las inquietudes.....	34
Tabla 9. Los reclamos son solucionados	35
Tabla 10. Atención por el tele-operador	36
Tabla 11. Servicio mediante llamada telefónica.....	37
Tabla 12. Los servicios son de calidad	38
Tabla 13. Servicio Adquirido.....	39
Tabla 14. Servicios con los que cuenta – Servicio satisfactorio y de calidad.....	39
Tabla 15. De frecuencias observadas.....	42
Tabla 16. De frecuencias esperadas.....	42
Tabla 17. Cálculo de Chi - Cuadrado	43
Tabla 18. Modelo Operativo.....	51
Tabla 19. Análisis PCI.....	57
Tabla 20. Análisis POAM.....	59
Tabla 21. Buzón de sugerencias	69
Tabla 22. Previsión de la evaluación	81

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Atención por Ventanillas	29
Gráfico 2. Actitud del Personal.....	30
Gráfico 3. Orientación en base a sus requerimientos.....	31
Gráfico 4. Desempeño del Personal.....	32
Gráfico 5. Satisfacción con el Servicio.....	33
Gráfico 6. Respuestas a las inquietudes	34
Gráfico 7. Los reclamos son solucionados	35
Gráfico 8. Atención por el tele-operador	36
Gráfico 9. Servicio mediante llamada telefónica.....	37
Gráfico 10. Los servicios son de calidad	38
Gráfico 11. Servicio Adquirido	39
Gráfico 12. Servicios con los que cuenta – Servicio satisfactorio y de calidad.....	40
Gráfico 13. Organigrama por Procesos.....	54
Gráfico 14. Buzón de Sugerencias.....	68
Gráfico 15. Página Web EPM-GIDSA	73
Gráfico 16. Página Social Facebook – EPM -GIDSA	74

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario	89
Anexo 2. Fotografías EPM-GIDSA.....	91

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación se encuentra enfocado al diseño de un “Modelo de mejora de la calidad para el servicio al cliente de la Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos del cantón Ambato (EPM-GIDSA) provincia de Tungurahua”

El trabajo realizado es de vital importancia, puesto que permitirá mejorar la calidad del servicio al cliente en dicha entidad con la finalidad de satisfacer las necesidades de los usuarios y lograr el objetivo propuesto.

En el presente trabajo se utilizó la investigación de campo con el propósito de recopilar información que permita obtener datos reales mediante la aplicación de encuestas, a su vez la investigación bibliográfica permitió sustentar el trabajo a través de datos bibliográficos que son emitidos por autores reconocidos. Finalmente la propuesta se encuentra orientada al Modelo de mejora de la calidad para el servicio al cliente, el mismo que tiene como propósito fundamental establecer procedimientos para brindar un servicio de calidad y proveer un valor agregado permitiendo que la entidad mejore sus actividades laborales.

Palabras claves: Modelo de mejora, Servicio al cliente, Calidad, Satisfacción al cliente, Cliente

SUMMARY

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación, se encuentra enfocado a un modelo, que permita mejorar la calidad del servicio al cliente de la Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos del Cantón Ambato (Epm-Gidsa) Provincia de Tungurahua y se encuentra dividida en cuatro capítulos que se detalla a continuación:

En el capítulo I, se define el problema, el tema investigativo, el planteamiento del problema, la formulación del problema, la delimitación del problema, la justificación, el objetivo general y los objetivos específicos.

En el capítulo II, encontramos la fundamentación teórica que sirve para sustentar el trabajo investigativo, además tenemos el antecedente investigativo, la fundamentación legal, el marco teórico, la hipótesis general y específica.

En el capítulo III, tenemos el marco metodológico, que está conformado por la modalidad de la investigación, el nivel de la investigación, métodos, técnicas e instrumentos, la población, la muestra, el análisis e interpretación de resultados, la verificación de hipótesis y el cálculo matemático.

En el capítulo IV, se define el marco propositivo con los siguientes aspectos, datos informativos, antecedentes de la propuesta, la justificación, los objetivos, el análisis de factibilidad, el modelo operativo y la previsión de la evaluación, conclusiones y recomendaciones, anexos del trabajo investigativo.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1. TEMA

“Modelo de mejora de la calidad para el servicio al cliente de la Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos del Cantón Ambato (EPM-GIDSA) en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua”.

1.2. PROBLEMA

1.2.1. Planteamiento del problema

Según el último Censo de Población y Vivienda realizado en el Ecuador en el año 2010 la población alcanzaba 14.483.499 millones de habitantes, en base a esto se determinó que el 77% de los hogares elimina la basura a través de carros recolectores, y el porcentaje restante, es decir el 23%, los elimina de diferentes formas.

En un nivel menor, desde una consideración geográfica, el 24% de los Gobiernos Autónomos Descentralizados han iniciado procesos de recuperación de materia orgánica incluido los GAD's de la provincia de Tungurahua. Cabe mencionar que la “ Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos del Cantón Ambato”, creada mediante Ordenanza emitida por el Concejo Municipal de la ciudad de Ambato el 16 de Agosto de 2011, inicia sus funciones el 01 de enero de 2012”; es decir al ser una empresa de reciente creación, no cuenta con un modelo que tienda a mejorar de manera continua la calidad del servicio que brinda al cliente, ya que no se ha definido un procedimiento que permita atender de manera oportuna las inquietudes, necesidades y quejas de los usuarios, tomando en consideración que los servicios que presta la EPM-GIDSA, son considerados básicos y de gran importancia para preservar la salud de los ciudadanos y la imagen de la ciudad.

Tomando en cuenta que en la actualidad la administración pública tiene una visión diferente, de lo que es eficiencia, en comparación con la administración de años atrás, la empresa actual debe satisfacer los requerimientos de los usuarios, ser autosustentable y acorde con el medio ambiente.

1.2.2. Formulación del problema

¿Cuál es la afectación de la implementación de un Modelo de mejora de la calidad para el servicio al cliente en la Empresa Pública Municipal para la gestión integral de los desechos sólidos del cantón Ambato?

1.2.3. Delimitación del problema

- **Campo:** Administración
- **Área:** Servicio al usuario
- **Delimitación Espacial:** Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos del Cantón Ambato (EPM-GIDSA) de la provincia de Tungurahua.
- **Delimitación Temporal:** Permanente

1.3. JUSTIFICACIÓN:

El interés de la presente investigación radica en buscar alternativas de solución con espíritu solidario y con formación científica, lo relacionado con la calidad del servicio al cliente de la Empresa Pública Municipal de Gestión Integral de Desechos Sólidos del cantón Ambato, ya que si no se logra cumplir con este objetivo, dicha entidad no brindará la ayuda necesaria que permita garantizar el derecho de los habitantes de la ciudad de contar con un entorno limpio que permita el desarrollo armónico.

En cuanto a los recursos, para la investigación se cuenta con la aprobación de la Empresa Pública Municipal de Gestión Integral de Desechos Sólidos del cantón Ambato, que

facilitará la información necesaria para el normal desenvolvimiento del proyecto; es decir es factible desarrollar el esquema exigido, además se dispone de recursos financieros, humanos y tecnológicos indispensables.

En el proceso cognitivo, las ideas planteadas en este trabajo pueden resultar productivas, ya que están guiadas por el espíritu propositivo que pretenden proporcionar a la empresa un modelo de mejora de la calidad del servicio, brindando protocolos y procedimientos que se implementarán en la empresa, redundando en beneficios para todos los involucrados.

El impacto social que tendrá esta investigación irá en beneficio directo de los habitantes del cantón Ambato que dependen de forma sustancial del adecuado desempeño y servicio de la EMP-GIDSA y los beneficiarios indirectos serán todos aquellos trabajadores de la empresa que verán de forma asertiva el aprecio y el respeto de la gente hacia su accionar.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo general

Diseñar un Modelo de mejora de la calidad para el servicio al cliente de la Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos del Cantón Ambato.

1.4.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual del servicio al cliente que brinda la EPM-GIDSA a sus usuarios.
- Identificar el grado de satisfacción de los clientes frente a los servicios recibidos de la EPM-GIDSA.
- Definir los procedimientos del modelo de mejora de la calidad para el servicio al cliente de la EPM-GIDSA.

CAPÍTULO II: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para la presente investigación se ha recabado información con respecto a trabajos similares dentro los repositorios de las distintas universidades, logrando encontrar conclusiones que pueden dar luz a la presente:

El autor Lascurain (2012), alude lo siguiente:

- Sin embargo considera que los objetivos fueron cumplidos de forma satisfactoria ya que a lo largo del desarrollo de la tesis pudo realizar una investigación que permitió conocer más a fondo los modelos y los trabajos que se están realizando actualmente para lograr la satisfacción de los clientes, y con esta información como base y la información particular de la empresa se pudo obtener un modelo que representa particularmente a la compañía de este estudio. También se pudo encontrar los factores que son importantes.
- Sugiero que para la realización de un trabajo similar a este tenga un entrevistador con experiencia o se practique lo suficiente hasta obtener seguridad en el desempeño de la entrevista, ya que este es el paso más importante que dará la información para hacer el resto de análisis.
- Finalmente cabe mencionar que aunque es claro que hay otros puntos sobre los que la empresa podría mejorar, los puntos son los más factibles a corto plazo y que representarán una mejora para la calidad del servicio de la empresa. La omisión de estas recomendaciones puede hacer que la empresa siga trabajando sin una estrategia que permita el crecimiento.

- La calidad en el servicio que se brinde es crucial, y con toda seguridad impactará en la rentabilidad de la empresa.

En la perspectiva del Autor Cisneros & Ruíz (2012), ostenta que:

- El mejoramiento continuo es aplicable a todos los procesos de un sistema de calidad implementando como el del laboratorio PROTAL, lo que demostró a través de la recolección de datos, medición y evaluación bajo la norma ISO 17025 e ISO 9001, que se aplicó tanto a indicadores establecidos como a registro de actividades sin medición, que dieron como resultado algunas falencias identificadas como oportunidades de mejora para el SGC, demostrando que la hipótesis planteada es verdadera.
- Para el desarrollo de una metodología de mejora continua es fundamental el claro compromiso y apoyo de la gerencia de la empresa para con el proceso proporcionando los recursos necesarios para mantener la motivación en el mismo.
- La capacitación en el proceso de mejora continua es necesaria para despertar en el personal la conciencia de la importancia de mejorar y para proporcionar las herramientas adecuadas de trabajo que les ayuden desarrollar ideas y ponerlas en marcha.

La revisión de los trabajos antes mencionados, permitió conocer los modelos de mejora de calidad que se aplican en otras instituciones, para satisfacer los requerimientos de sus clientes y por ende encontrar una guía para diseñar el modelo que represente particularmente a la empresa de estudio.

Referirse al mejoramiento continuo del servicio al cliente permitirá aplicar un modelo de mejora de la calidad enfocado directamente hacia los usuarios, es decir que se utilizará procesos que permitan identificar falencias existentes y poderlas corregir a tiempo, por otro lado es necesario despertar el interés de los colaboradores de la empresa para que esto pueda desarrollarse.

2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

El presente trabajo investigativo se respalda legalmente en base a:

Según El Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD) (2011), establece en el:

2.2.1. Capítulo III

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal

Sección Primera – Naturaleza Jurídica, Sede y Funciones.

- **Artículo 55.- Competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal:**

Literal d) Prestar los servicios públicos de agua potable, alcantarillado, depuración de aguas residuales, manejo de desechos sólidos, actividades de saneamiento ambiental y aquellos que establezcan de ley.

- **Artículo 136.- Ejercicio de las competencias de gestión ambiental.-** Los gobiernos autónomos descentralizados municipales establecerán, en forma progresiva, sistemas de gestión integral de desechos, a fin de eliminar los vertidos contaminantes en ríos, lagos, lagunas, quebradas, esteros o mar, aguas residuales provenientes de redes de alcantarillado, público o privado, así como eliminar el vertido en redes de alcantarillado.
- **Artículo 418.- Bienes afectados al servicio público.-** Son aquellos que se han adscrito administrativamente a un servicio público de competencia del gobierno autónomo descentralizado o que se han adquirido o construido para tal efecto.

Literal e) Los activos destinados a servicios públicos como el de recolección, procesamiento y disposición final de desechos sólidos.

2.2.2. Ordenanza de Creación de la Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos del Cantón Ambato (2011) que se define a continuación:

- **Art. 3.- Objetivo de la empresa.-** La empresa tendrá como objetivo la prestación de los siguientes servicios:
 - Barrido de vías y espacios públicos en coordinación con las instancias pertinentes y los Gobiernos Autónomos Parroquiales Rurales;
 - Recolección y transporte de desechos;
 - Disposición temporal de los desechos sólidos y disposición final de los residuos sólidos del Cantón Ambato;
 - Implementación de las plantas procesadoras de desechos orgánicos e inorgánicos;
 - Venta de los subproductos obtenidos en las plantas procesadoras municipales; y
 - Servicio de barrido en plazas y mercados

La presente investigación se sustenta legalmente en base al (Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización, 2011, pág. 24) que se define a continuación:

- **Art. 53.- Naturaleza Jurídica.-** Los gobiernos autónomos descentralizados municipales son personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera. Estarán integrados por las funciones de participación ciudadana, legislación y fiscalización; y, ejecutiva prevista en este Código, para el ejercicio de las funciones y competencias que le corresponde. La sede del gobierno autónomo descentralizado municipal será la cabecera cantonal prevista en la ley de creación del cantón.
- **Art. 54.- Funciones.-** Son funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal las siguientes:

k) Regular, prevenir y controlar la contaminación ambiental en el territorio cantonal de manera articulada con las políticas ambientales nacionales.

La presente investigación se respalda legalmente en base a la (Ley Orgànica de Defensa del Consumidor, 2010, pág. 32) que se detalla a continuación:

- **Art. 5.- Obligaciones del Consumidor.-** Son obligaciones de los consumidores:
 - Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;
 - Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan regular peligrosos en ese sentido.

2.3. MARCO TÉORICO

2.3.1. Gestión de la calidad

Es importante mencionar la definición que la British Quality Association (B.Q.A) aportó en 1989, respecto de la definición de Gestión de Calidad, que de manera resumida dice: La Gestión De Calidad es una filosofía de gestión empresarial que considera inseparables las necesidades del cliente y las metas de la empresa, asegura eficacia máxima dentro de la empresa y afianza el liderazgo, mediante la puesta en funcionamiento de procesos y sistemas que favorecen la excelencia al tiempo que impiden los errores y aseguran que todas las metas se logren

La idea principal que presenta el Autor Muñoz (2004), radica en que: El término calidad no tiene el mismo sentido para todo el mundo, unos lo utilizan para aludir a un grado de excelencia. Otros para hacer referencia a la existencia de una conformidad respecto a unas exigencias fijadas. La norma ISO 9000:2000 define la calidad como “la aptitud de un conjunto de características intrínsecas para satisfacer unas exigencias”, abarcando esta definición a productos y servicios, actividades, procesos, organismos y personas.

Del análisis de estos conceptos se puede establecer que la Gestión de Calidad se la puede denominar también como sistema de gestión de calidad, cuyos procesos están orientados a evitar errores y satisfacer las necesidades de los clientes.

2.3.1.1. Objetivos de la gestión de la calidad.

En el (2007) el estudio de los Autores Miranda et al. mostraron que:

- Tener presente la importancia que la calidad ha ido adquiriendo durante las últimas décadas.
- Distinguir entre los distintos significados que se le pueden atribuir al término calidad.
- Conocer el valor de la calidad como medios para diferenciar la oferta de la empresa de la de los competidores.
- Comprender la necesidad de que los sistemas de control de la empresa sean capaces de recoger tanto los costes de conformidad como los costes de no conformidad.

Los objetivos de la gestión de la calidad descritos, permiten comprender que el concepto de calidad no es estático sino que cambia constantemente y van ligados a las necesidades de los clientes.

2.3.2. Calidad Total

Para el autor Guilló (2000), subscribe que: Esta no es más que la evolución de los conceptos tradicionales sobre la calidad -que solo se ocupaban de la inspección del producto o servicio- hacia una visión que incluye, también, la prevención de fallas mediante el mejoramiento constante de la calidad global del funcionamiento y de la empresa.

En forma similar el Autor Persson (2007) , alude que: Para entender mejor al concepto, se podría derivar hacia la calidad de servicio que se le mide por la “aptitud para el uso”, entendida como grado en el que el servicio cumple con lo que precisa y espera el cliente, y le sorprende para bien. El consumidor es quien juzga; servir y atender los intereses de las personas es la misión social de las empresas enfocadas en ofrecer servicios, por ello la relación solo se considera constructiva si aquello que se oferta hace sentir especial al cliente, le sirve y no se excede en el tiempo de entrega y el precio esperado o acordado. Sobre la base de las características más apreciadas por los receptores del servicio se debe entonces planificar la calidad de diseño y de conformidad.

Tomando las conceptualizaciones antes citadas se entiende que Calidad Total es una estrategia que inicia conociendo las necesidades y expectativas de los clientes, para satisfacerlas y luego superarlas.

2.3.3. Modelo de la Calidad

Se hace énfasis en la aplicación de un modelo de mejora de la calidad, que permita básicamente aumentar la calidad del servicio al cliente, motivo por el cual se enuncia el concepto planteado por la Asociación Española para la Calidad:

Los Modelos de Calidad son referencias que las organizaciones utilizan para mejorar su gestión, los modelos a diferencia de las normas no contienen requisitos que deban cumplir los Sistemas de Gestión de Calidad, sino directrices para la mejora.

2.3.3.1. Objetivos de la Calidad

A fin de que la empresa pueda tener una meta y un objetivo claro para su desarrollo se establece objetivos de calidad ya que los mismos permiten satisfacer necesidades de los clientes, mejorar la eficacia y eficiencia de los procesos y por último permiten promover programas que fortalezcan las competencias de los funcionarios.

Acorde con Varo (2010), en general la calidad plantea objetivos a ser alcanzados los cuales son:

- Asegurar la calidad de los servicios o productos
- Mantener un alto nivel técnico y moral de los trabajadores, vía entrenamiento, la capacitación, la motivación y formación.
- Satisfacer al cliente mediante la indagación permanente de sus necesidades.

De lo descrito por el autor se desprende que los objetivos de la calidad permiten garantizar que las instituciones alcancen un alto nivel de desarrollo tanto de sus

empleados y como institución y sobre todo se alinean a satisfacer los requerimientos de sus clientes.

2.3.3.2. Herramientas de calidad

El Autor Kekutt (2014), señala que : Según las ISO (Organización Internacional para la Estandarización), la calidad es la capacitación de un conjunto de características inherentes al producto, sistema o proceso para cumplir los requerimientos de los clientes u otras partes interesadas. Esto quiere decir que la calidad hace referencia a la gestión de la empresa y de todos sus procesos de forma interrelacionada y a la consecución de su objetivo principal: “**Satisfacer al cliente**”

Tomando en cuenta que las herramientas de la calidad son procedimientos escritos y formalizados que ayudan a las empresas a medir y mejorar la calidad de sus servicios, para obtener mayor productividad y servicio al cliente.

Entre las herramientas más utilizadas están:

2.3.3.2.1. Benchmarking

Según el autor Spendolini (2011), sugiere que: El benchmarking es un proceso sistemático y continuo para evaluar los productos, servicios y procesos de trabajo de las organizaciones que son reconocidas como representantes de las mejores prácticas, con el propósito de realizar mejoras organizacionales.

Es decir Benchmarking es un proceso de mejora continua que permite comparar las prácticas internas de una empresa frente a otra que obtiene mejores resultados de sus procedimientos.

2.3.3.3. Círculo de Deming

Bajo la apreciación de Walton, M. (2010), el uso del Círculo de Deming es un medio para la mejora continua de la calidad, se le llama también PDCA por sus siglas en inglés y se describe a continuación:

- Plan (Planear): en esta fase el equipo analiza el problema y define el plan de acción
- Do (Hacer): Una vez que tienen el plan de acción este se ejecuta y se registra.
- Check (Verificar): Luego de cierto tiempo se analiza el resultado obtenido.
- Act (Actuar): Una vez que se tienen los resultados se decide si se requiere alguna modificación para mejorar.

Del análisis de lo expuesto por el autor podemos concluir que el mejoramiento continuo de la calidad es una búsqueda constante de los problemas y sus posibles soluciones, por lo que debemos considerar también el concepto fundamental del ciclo es que nunca termina, y se reinicia el ciclo nuevamente con la planificación, ejecución e introduciendo las mejoras de la experiencia anterior.

2.3.3.4. Modelo Operativo

Con respecto al tema el autor Manso (2003), insinúa que: El modelo operativo puede ser consecuencia del diálogo estratégico entre la estrategia formulada y los acontecimientos, lo que da lugar a las llamadas estrategias emergentes o las estrategias creativas, según la metáfora del alfarero de Mintzberg. Significa pasar de la formulación a la ejecución -del dicho al hecho-, lo que en la práctica se hace que estas dos fases –diferenciadas en el tiempo- se fundan en un proceso fluido de aprendizaje estratégico. Entenderlo de otra manera significaría no tener en cuenta la condición de flexibilidad de lo estratégico que incorpora los acontecimientos contingentes en el momento de la ejecución.

Del mismo modo el autor Molins (1998) indica que: El modelo operativo debe, por lo menos, responder de manera detallada a las siguientes cuestiones:

- ¿Cómo y con qué secuencia se logran los objetivos?
- ¿Cómo se llevarán a cabo las estrategias previstas?
- ¿Quiénes serán los responsables del control y cómo se realizará?

Las metas programas, subprogramas, actividades y proyectos, junto con la distribución espacial de estos. Se los darán al responder las preguntas antes mencionadas

El modelo operativo consiente en establecer objetivos los mismos que pueden ser resueltos en base a las actividades y responsables que se definan dentro de cada uno de los objetivos siempre y cuando estén focalizados a garantizar el desarrollo y el bienestar de la entidad.

2.3.4. Administración Pública

Para enfatizar la conceptualización el presente autor Encarnación (2009), indica que: La Administración Pública es un elemento básico del Estado. Está formada por un conjunto de organismos que actúan bajo las órdenes del Poder Ejecutivo. Estos organismos son los encargados de dictar y aplicar las disposiciones necesarias para que se cumplan las leyes, fomentar los intereses públicos y resolver las reclamaciones de los ciudadanos.

En forma similar el autor Guy (1999), hace referencia en que: La Administración Pública puede describirse como el proceso través del cual las reglas sociales generales se convierten en decisiones específicas para casos particulares apoyadas en las estructuras gubernamentales para realizar dicho proceso.

De acuerdo con las definiciones presentadas, es importante hacer énfasis en que un estado moderno no puede existir si no maneja una administración pública acorde a los requerimientos actuales del medio, ésta debe ser complementada y conducida por funcionarios públicos altamente capacitados y actualizados en las dos funciones primordiales de un Estado: Suministrar servicios y ejercer control de las personas y de la propiedad.

2.3.5. Organización

Las organizaciones son sinónimo de empresa, que de acuerdo a sus características tales como: Tamaño y recursos, sus integrantes ejecutan de manera coordinada su trabajo para alcanzar los objetivos propuestos.

En el estudio realizado por la autora Munch (2011), radica en que: Una organización de alto rendimiento es aquella que propicia la satisfacción de las expectativas de los clientes internos y externos, reduce los costos, crea valor agregado y genera competitividad y estabilidad en el mercado.

Siguiendo la cronología presentada la autora Muñoz (2013), hace énfasis en que: Las organizaciones son estructuras sociales creadas para lograr metas o leyes por medio de los organismos humanos o de la gestión del talento humano y de otro tipo. Están compuestas por sistemas de interrelación que cumplen funciones especializadas. Convenio sistemático entre personas para lograr algún propósito específico.

2.3.6. Servicio al Cliente

Para el autor Horovitz (2010) insinúa que: El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o del servicio básico, como consecuencia de la imagen y la reputación del mismo.

De la misma forma Martínez (2013), recalca que: El servicio al cliente es la prestación que proporciona una empresa para relacionarse con sus clientes. Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

Al tomar en cuenta estas conceptualizaciones se puede definir que el servicio al cliente es una herramienta que de ser utilizada correctamente puede ser muy eficaz a la hora de llegar al cliente. En definitiva la atención al cliente no es más que el conjunto de soportes que rodean al acto de adquirir un servicio o producto.

2.3.6.1. Importancia del Servicio al Cliente

En la actualidad, el servicio al cliente es un elemento poderoso dentro de una organización, crea valor y deja una huella permanente en el cliente. La importancia de proporcionar un servicio eficiente según Martín (2011) radica en:

- El cliente tiene mayor oportunidad de decidir en donde adquirir el producto o servicio es aquí donde el servicio al cliente debe ser perfeccionado y adecuando a las necesidades de los clientes.
- La competencia es cada vez mayor, por ende los productos ofertados aumentan notablemente y son más variados, por lo que se hace necesario ofrecer un valor agregado, y el servicio al cliente constituye un factor diferenciador muy importante.
- Los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido. Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que nos recomiende con otros consumidores.

Teniendo en cuenta estos conceptos, es primordial tomar en cuenta dichos aspectos, ya que si se logran entender adecuadamente cada uno de ellos y aplicarlos de la manera correcta se logrará atender de manera óptima los requerimientos de los clientes.

2.3.6.2. Características de atención al cliente

Pérez (2010), establece características de atención al cliente, sobre todo para aquellos que están en contacto directo con los clientes, las principales se detallan a continuación:

- Formalidad
- Iniciativa
- Autodominio
- Enfoque positivo
- Habilidad analítica

Por consiguiente una atención al cliente que observe estas características dentro de cada una de sus actividades permitirá responder satisfactoriamente a las necesidades del cliente.

2.3.6.3. Estrategias para mejorar el servicio

Para mejorar el servicio Pérez (2010) plantea estrategias que se acoplan a cualquier organización, desarrollando tres acciones:

- **Ampliar la definición de servicio** Lo cual implica considerar que es necesario dar al cliente todas las prestaciones que espera además del servicio básico, cuidando dos aspectos fundamentales; el trato y la información que se le proporciona.
- **Reconsiderar quienes son los clientes** Que implica desarrollar una actitud en el que se considere que el cliente es:
 - Es la persona más importante en cualquier negocio.
 - No depende de nosotros, nosotros dependemos de él.
 - No nos interrumpe, es nuestro objetivo de trabajo.
 - Nos hace un favor cuando llega y no nosotros se lo hacemos al atenderlo.
 - No es ningún extraño.
- **Desarrollar una actitud amistosa hacia el cliente** Una vez que se ha reconsiderado la definición de servicio y cliente se puede desarrollar una actitud amistosa hacia los clientes la cual consiste principalmente en:
 - Servir por el placer de servir.
 - No sustituir la conveniencia por el servicio.
 - Considerar cada reclamación como una solicitud de servicio.
 - Administrar los momentos de la verdad (cuando se atiende el cliente).
 - Atender a sus clientes e invitar a su jefe a que lo atienda a usted.

Considere que los jefes no son responsables del trabajo que hace la gente, sino de la gente que hace el trabajo.

- Considere que el placer de los negocios y del trabajo proviene de servir a la gente y no de venderles algo.
- Reconozca el buen servicio y permita ser servido.

Para alcanzar un adecuado servicio al cliente es necesario que las organizaciones desarrollen estrategias que permitan ofrecer servicios o productos acorde a las necesidades de los clientes, de manera que la atención sea eficiente, satisfactoria y agradable.

2.3.6.4. Cliente

El cliente es aquella persona que busca conseguir un producto o servicio para satisfacer sus necesidades, por lo que se considera importante citar los siguientes conceptos:

En un estudio realizado por la autora Escudero (2012), menciona que: Es la persona que accede a un producto o servicio a partir de un pago. Existen clientes que son constantes, que acceden a dicho bien de forma asidua, u ocasionales, aquellos que lo hacen en un determinado momento, por una necesidad puntual.

Siguiendo la cronología presentada por el autor Bustos (2013), revela que: Un cliente es tanto para los negocios y el marketing como para la informática, un individuo, sujeto o entidad que accede a recursos, productos o servicios brindados por otra.

2.3.6.4.1 Cliente Interno y Externo.

Según el Autor Equipo Vértice (2009), demuestra que:

- **Cliente Interno.-** Es aquel que forma parte de la empresa, ya sea como empleado o como proveedor, y que no por estar en ella, deja de requerir de la prestación del servicio por parte de los demás empleados.
- **Cliente Externo.-** Es aquella persona que no pertenece a la empresa, pero es a quien la empresa dirige su atención, ofreciéndole sus productos y/o servicios. Es el encargado de pagar las facturas emitidas por la empresa en cuestión.

Por otra parte para la autora (Sánchez Pilar, 2012), menciona que:

- **Cliente Interno:** Es la persona, sección, o departamento de la propia empresa que necesita y recibe un insumo o servicio procedente de la misma empresa (una pieza, un cheque, una factura, informe, etc.). Cada vez se concede más importancia al cliente interno, como parte de la cadena de servicio al cliente externo.
- **Cliente Externo.** En términos comerciales, es la persona que adquiere bienes o servicios. Al conjunto de todos los clientes de una empresa se le conoce como clientela.

Se puede concluir que el cliente interno es el miembro de la organización y/o empresa que recibe o entrega información para el correcto desarrollo de los procesos internos, por otro lado un cliente externo es aquella persona ajena a la organización es decir que requiere de los servicios o productos que oferta la empresa.

2.3.6.4.2. Tipos de clientes

Para conocer una empresa, también es importante hablar de los tipos de clientes que existen, o a los que nuestra empresa tendrá que satisfacer ya sea en necesidades productos o servicios, es decir que se debe tener en claro a quién o a quienes estará expuesta como empresa, y de los retos que conllevará cumplir las expectativas de los mismos clientes.

De acuerdo a Perrson (2007), existen los siguientes tipos de clientes:

- Cliente Enojado

- Cliente Infeliz
- Cliente Discutidor
- Cliente Conversador
- Cliente Quejoso
- Cliente grosero
- Cliente Indeciso
- Cliente Abusivo

Según los autores Maqueda et al. (2003), indican que: Existen dos tipos de clientes claramente diferenciados:

Los intermediarios o Distribuidores: Son organizaciones de negocios que se encuentran entre nuestra empresa y los clientes finales que utilizan o consumen un producto.

Los clientes finales: Son los clientes que utilizan o consumen productos. La empresa deberá tratar de obtener información sobre ellos para ofrecerles los productos y servicios que se adapten mejor a sus necesidades. Por esta razón, debemos saber quiénes son los compradores más importantes, quienes serán grandes compradores y quienes no compran nuestro producto y/o servicio.

2.3.6.5. Satisfacción del Servicio al Cliente

Según el Autor Aniorte (2013): La satisfacción del cliente es una reacción emocional del consumidor en respuesta a la experiencia con un producto o servicio.

Para el Autor Denton (2012), menciona que: Satisfacción al cliente es la respuesta del consumidor promovida por factores cognitivos y afectivos asociada posterior a la compra del producto o servicio consumido.

Se podría decir entonces que la satisfacción del servicio al cliente es un concepto que hace referencia a la reacción del cliente con relación al producto o servicio recibido.

2.3.6.5.1. Elementos de la satisfacción del cliente

Según Chacó (2010) la satisfacción del cliente tiene tres elementos principales que son:

- **El Rendimiento Percibido:** Se refiere al desempeño que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. El rendimiento percibido tiene las siguientes características:
 - ✓ Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa.
 - ✓ Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio.
 - ✓ Está basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad.
 - ✓ Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente. Depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos.

- **Las Expectativas:** Las expectativas son las "esperanzas" que los clientes tienen por conseguir algo. Las expectativas de los clientes se producen por el efecto de una o más de estas cuatro situaciones:
 - ✓ Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.
 - ✓ Experiencias de compras anteriores.
 - ✓ Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión
 - ✓ Promesas que ofrecen los competidores.

Ante esto se hace importante monitorear "regularmente" las "expectativas" de los clientes para determinar si están acorde a las posibilidades de la empresa.

- **Los Niveles de Satisfacción:** Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:
 - ✓ Insatisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.
 - ✓ Satisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.

- ✓ Complacencia: Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

2.3.6.5.2. Beneficios de lograr la satisfacción del cliente

Tomando en cuenta la apreciación de Pérez (2010) existen beneficios que las empresas pueden llegar a conseguir mediante una buena atención al cliente:

- Mayor lealtad de los consumidores, clientes y usuarios.
- Incremento de las ventas y la rentabilidad.
- Más ventas, ya que los clientes satisfechos se muestran más dispuestos a comprar los otros servicios o productos de la empresa.
- Menores gastos en actividades de marketing: las empresas que ofrecen baja calidad se ven obligadas a hacer mayores inversiones en marketing para “reponer” los clientes que pierden continuamente.
- Menos quejas y reclamaciones y, en consecuencia, menores gastos
- Mejor imagen y reputación de la empresa.
- Una clara diferenciación de la empresa respecto a sus competidores.
- Un mejor clima de trabajo interno
- Menor rotación del personal.
- Una mayor participación de mercado.

2.4. NORMATIVA TÉCNICA

Las normas resultan fundamentales para programar los procesos de producción y servicios; para el presente proyecto, se ha tomado como referencia los aspectos más relevantes, dichas normativas se detallan a continuación:

2.4.1. Ley Orgánica del Servicio Público

Artículo. 2.- El servicio público y la carrera administrativa tienen por objetivo propender al desarrollo profesional, técnico y personal de las y los servidores públicos, para lograr

el permanente mejoramiento, eficiencia, eficacia, calidad, productividad del Estado y de sus instituciones, mediante la conformación, el funcionamiento y desarrollo de un sistema de gestión del talento humano sustentado en la igualdad de derechos, oportunidades y la no discriminación.

2.4.2. ISO 9001-2008 Sistemas de Gestión de Calidad

- **Enfoque al cliente.-** La alta **dirección** debe asegurarse de que los requisitos del cliente se determinan y se cumplen con el propósito de aumentar la satisfacción del cliente.
- **Control de la producción y de la prestación del servicio.-** La organización debe planificar y llevar a cabo la producción y la prestación del servicio bajo condiciones controladas.
- **Satisfacción del cliente.-** Como una de las medidas del desempeño del sistema de gestión de la calidad, la organización debe realizar el seguimiento de la información relativa a la percepción del cliente con respecto al cumplimiento de sus requisitos por parte de la organización.

2.4.3. Reglamento para la prestación del Servicio Público de Gestión Integral de Desechos Sólidos en el cantón Ambato 2011

- TÍTULO III RECOLECCIÓN Y TRANSPORTE DE DESECHOS SÓLIDOS
- TÍTULO IV DISPOSICIÓN FINAL DE LOS DESECHOS SÓLIDOS
- Capítulo I Disposición Final de los Desechos Sólidos no Peligrosos

2.5. HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER

2.5.1. Hipótesis general

El diseño de un modelo de mejora de la calidad optimizará el servicio al cliente de la “Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos del Cantón Ambato” EPM-GIDSA.

2.5.2. Hipótesis específicas

- El diagnóstico de la situación actual permitirá conocer la calidad del servicio al cliente que brinda la EPM-GIDSA a sus usuarios.
- La identificación del grado de satisfacción de los clientes influye en servicios recibidos de la EPM-GIDSA.
- La definición de los procedimientos de mejora de la calidad afectarán considerablemente el servicio al cliente de la EPM-GIDSA.

2.5.3. Variables

- Variable independiente: Modelo de Mejora de la Calidad
- Variable dependiente: Servicio al Cliente

CAPÍTULO III: MARCO METOLÓGICO

3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1. Investigación de campo

El presente trabajo se fundamentará en la investigación de campo para describir el comportamiento de las variables; modelo de mejora de la calidad y servicio al cliente, estableciendo la interacción entre las variables ya mencionadas y la realidad en la cual se originan, proporcionado así un análisis sistemático para poder ser descrito, interpretado y entendido desde su naturaleza.

3.1.2. Investigación bibliográfica

Teniendo en cuenta la naturaleza de la investigación se determina que el estudio bibliográfico será utilizado como un medio para ampliar y profundizar diferentes, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores referentes a la Calidad y servicio al cliente.

3.2. NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN

De acuerdo con la naturaleza del estudio, este reúne las características de una investigación exploratoria, mediante el cual se sondeará, reconocerá, y se indagará el medio para tener una idea general del problema de investigación planteado mediante un estudio estructurado. Posteriormente se alcanzará el nivel descriptivo, mediante el cual se determinará la manera en que se manifiesta el problema. Finalmente se llegará a un nivel correlacional el cual permitirá analizar la variación del comportamiento de una variable en función de otra para determinar tendencias, es decir un modelo de comportamiento predominante.

3.3. MÉTODOS TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.3.1. Método

En base a las características de la presente investigación, el método a aplicarse es el dialéctico histórico, el cual se fundamenta en que: En la naturaleza nada está aislado y un fenómeno depende de otro. Así mismo se sujeta a que la realidad está en constante transformación por lo que la calidad para el servicio al cliente cumple con estas características mencionadas.

3.3.2. Técnicas

3.3.2.1. Observación

La presente investigación se valdrá de esta técnica para recoger datos y analizarlos. La observación será directa, estructurada y de campo, debido a que en primera instancia existirá una relación personal con el objeto de estudio, en este caso se observará la manera en la que los empleados que laboran en la EPM-GIDSA prestan el servicio al cliente, este proceso será debidamente planificado, estudiará los hechos en el ambiente en el que se desarrolla el problema.

3.3.2.2. Encuesta

Mediante la técnica de la encuesta, en este caso particular se utiliza la encuesta descriptiva, pues se busca reflejar la situación actual del servicio al cliente de la EPM-GIDSA, se pretende obtener información sistemática y cuantitativa referente al servicio al cliente y la necesidad de un modelo de mejora de la calidad del servicio que apoye este proceso, permitiendo así la sustentación o complementación de la información presentada en el presente proyecto investigativo.

3.4. CUESTIONARIO

Instrumento de importancia, es el complemento instrumental de la encuesta, mediante el cual se busca obtener a través de preguntas coherentes, y organizadas, secuenciadas y estructuradas, respuestas que puedan ofrecer toda la información precisa y directa necesaria para el desarrollo y fundamentación del estudio del servicio al cliente que brinda la EPM-GIDSA.

3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.5.1. Población

Para el desarrollo de la presente investigación se tomará en cuenta dos categorías es decir la población que genera desechos sólidos comunes y la población que genera desechos sólidos infecciosos de la ciudad de Ambato como los principales actores del proceso investigativo, al ser usuarios directos del servicio que ofrece la “Empresa Pública Municipal de Gestión Integral de Desechos Sólidos Ambato”. El presente estudio está encaminado a obtener datos de los usuarios que reciben los servicios de la empresa, para posteriormente identificar las falencias del servicio.

Al tener en cuenta estos parámetros se ha establecido que la población objeto de estudio estará conformada por:

Tabla 1. Población

Categorías	Usuarios del Servicio
Población que genera desechos sólidos comunes	111.950
Población que genera desechos sólidos infecciosos	556
Total	112.512

Fuente: Información-EPM-GIDSA

3.5.2. Muestra

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

La muestra total está comprendida por 112.512 usuarios, los cuales se encuentran distribuidas según el tipo de desechos que generan. Cabe mencionar que la muestra fue obtenida en función de proporcionar datos válidos que aporten a la investigación el fundamento y sustentación adecuada.

Tabla 2. Muestra

Z nivel de confiabilidad	0.95	0.475	Z= 1,96
P probabilidad de ocurrencia	0.50		Z²= 3,8416
Q probabilidad de no ocurrencia	0.50		
N Población	112512		
e error de muestreo	0.05		
n Muestra	383		

3.6 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La presente investigación se realiza con el fin de proponer un modelo de mejora de la calidad para el servicio al cliente de la EPM-GIDSA, realizando el respectivo análisis e interpretación de la información obtenida.

El objeto de estudio como se detalla anteriormente será la muestra de 383 usuarios, para la cual se aplicará una encuesta conformada por 10 preguntas, una vez aplicado el instrumento de investigación, se procede a la tabulación de datos, representación gráfica, análisis e interpretación de resultados.

3.6.1. Interpretación de datos

Las encuestas realizadas están conformadas por 10 preguntas cada una dirigida a una muestra de 383 usuarios. Los resultados obtenidos por las encuestas aplicadas servirán para comprender e interpretar detalladamente lo cual se muestra a continuación.

CUESTIONARIO

1. ¿Cuánto tiempo tuvo que esperar para ser atendido por las ventanillas de servicio de la EPM-GIDSA?

Tabla 3. Atención por Ventanillas

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Me atendieron de forma inmediata	42	11%
Unos tres minutos aproximadamente	57	15%
Entre tres y cinco minutos	72	19%
Más de cinco minutos	212	55%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella

Gráfico 1 Atención por Ventanillas



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella

Análisis e interpretación

El 55% de las personas encuestadas indican que le atendieron después de más de cinco minutos, el 19% espero entre tres y cinco minutos, el 15% esperaron unos tres minutos aproximadamente, finalmente el 11% indicaron que lo atendieron de forma inmediata

La mayoría de las personas encuestadas esperaron más de cinco minutos para ser atendidos por la ventanilla de servicio de la EPM-GIDSA, ocasionando en las personas malestar por el tiempo perdido y no obtener atención oportuna, por lo tanto es necesario disminuir el tiempo de atención por usuario.

2. ¿La actitud del personal de ventanilla de la EPM-GIDSA, hacia usted en el momento atendido como la calificaría?

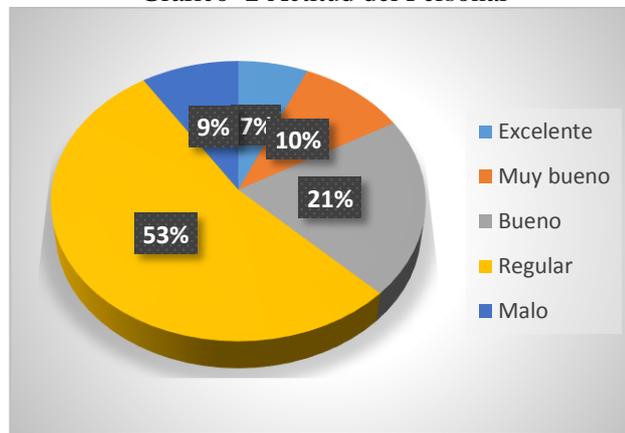
Tabla 4. Actitud del Personal

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	25	7%
Muy bueno	39	10%
Bueno	79	21%
Regular	205	53%
Malo	35	9%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella

Gráfico 2 Actitud del Personal



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella

Análisis e interpretación

El 53% respondió que la actitud del personal es regular, el 21% indicó que es bueno, el 10% informó que es muy bueno, el 9% indicó que es malo y por último el 7% de las encuestas indican que es excelente.

La mayor parte de las personas encuestadas indicaron que la actitud del personal de ventanilla es regular, por lo que los usuarios sienten decepción frente al comportamiento de los empleados, por tal razón se cree conveniente mejorar la actitud del personal mediante capacitaciones con temas referentes a la atención y servicio al cliente.

3. ¿Ha recibido orientación por parte del personal de recepción de la EPM-GIDSA en base a sus requerimientos?

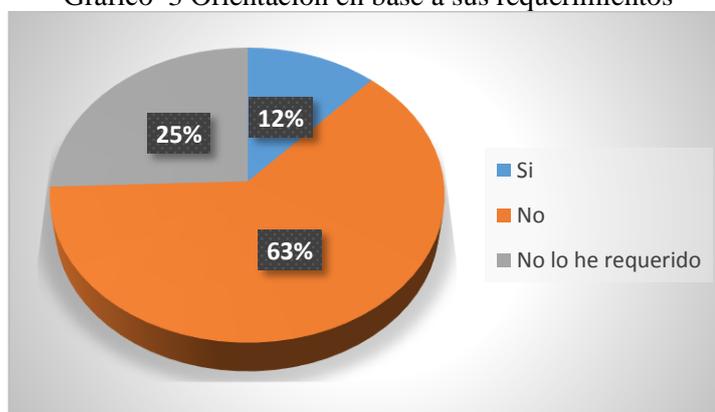
Tabla 5. Orientación en base a sus requerimientos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	45	12%
No	240	63%
No lo he requerido	98	25%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella

Gráfico 3 Orientación en base a sus requerimientos



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella

Análisis e interpretación

De las personas encuestadas el 63% informó que no han recibido ninguna orientación adecuada, el 25% dijo que no lo han requerido y por último el 12% respondió que si ha recibido una orientación adecuada por parte del personal de recepción en base a sus requerimientos.

La mayoría de las personas encuestadas manifestaron que no han recibido orientación adecuada por parte del personal de recepción en base a los requerimientos solicitados, debido a que el personal no tiene el conocimiento suficiente de las áreas y funcionamiento de la empresa.

4. ¿Qué calificación daría al desempeño del personal técnico de la EPM-GIDSA?

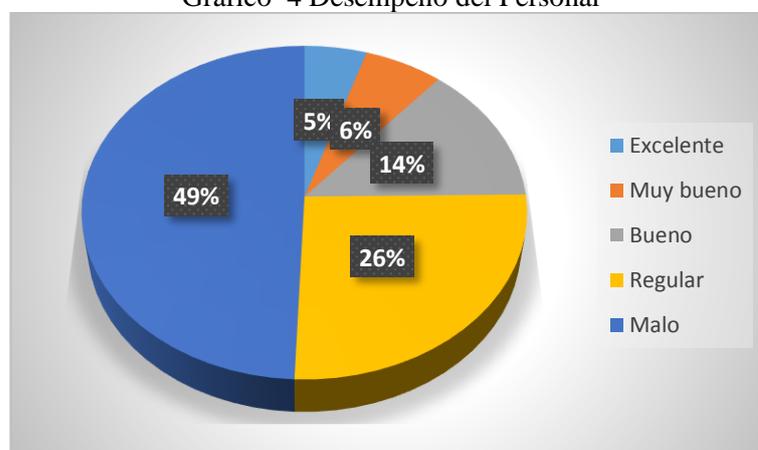
Tabla 6. Desempeño del Personal

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	19	5%
Muy bueno	24	6%
Bueno	52	14%
Regular	99	26%
Malo	189	49%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella

Gráfico 4 Desempeño del Personal



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella

Análisis e interpretación

El 49% informa que el desempeño del personal técnico es malo, el 26% indicó que es regular, el 14% respondió que es bueno, el 6% dijo que es muy bueno 5% informa que es excelente.

La mayoría de las personas encuestadas respondieron que el desempeño del personal técnico es malo, lo que genera un usuario insatisfecho, por tal razón es importante que implementar un mecanismo que pueda mejorar el desempeño del personal.

5. ¿Se siente satisfecho con el servicio brindado por la EPM-GIDSA?

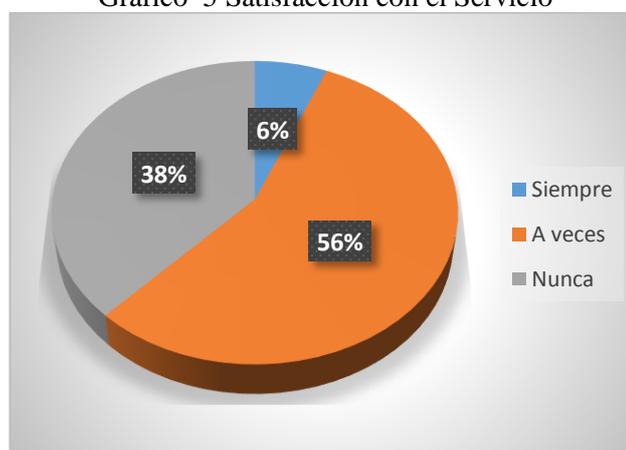
Tabla 7. Satisfacción con el Servicio

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	24	6%
A veces	214	56%
Nunca	145	38%
Malo	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella

Gráfico 5 Satisfacción con el Servicio



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella

Análisis e interpretación

El 56% de las personas encuestadas informaron que a veces se sienten satisfecho con el servicio que presta la EPM-GIDSA, el 38% informo que nunca se sienten satisfechos y el 6% siempre se siente satisfechos.

La mayoría de las personas encuestadas respondieron que a veces están satisfechos con el servicio recibido por parte de la EPM-GIDSA, se cree conveniente identificar los problemas utilizando un buzón de sugerencias y por ende aplicar medidas correctivas.

6. ¿Ha obtenido respuesta alguna a las inquietudes que usted necesita conocer por parte de la EPM-GIDSA?

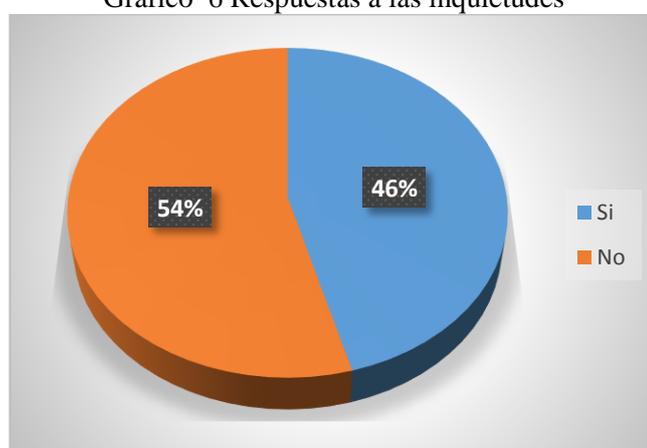
Tabla 8. Respuestas a las inquietudes

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	175	46%
No	208	54%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella

Gráfico 6 Respuestas a las inquietudes



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella

Análisis e Interpretación:

El 54% de las personas encuestadas indican que no se ha obtenido respuesta a las inquietudes que usted necesita conocer, a su vez un 46% mencionan que sí.

La mayoría de personas encuestadas manifiestan que no se ha obtenido respuesta a sus inquietudes, debido a que el personal que atiende estos requerimientos no es una persona capacitada en relación a su área, lo que genera que el usuarios perciban desconocimiento e inseguridad, se recomienda al personal elaborar un informe como medida preventiva en caso de que el usuario acuda al director de su área.

7. ¿Los reclamos realizados por usted o su empresa son solucionados en el menor tiempo?

Tabla 9. Los reclamos son solucionados

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	188	49%
No	195	51%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella

Gráfico 7 Los reclamos son solucionados



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella

Análisis e Interpretación:

De las personas encuestadas el 51% de las mismas, indican que los reclamos no son solucionados en un tiempo adecuado, por el contrario un 49% manifiestan que sí.

La mayoría de personas encuestadas según el análisis realizado anteriormente mencionan que los reclamos realizados por los usuarios o empresa no son solucionados en un tiempo aceptable.

8. ¿La atención prestada por el tele-operador (a) fue: ?

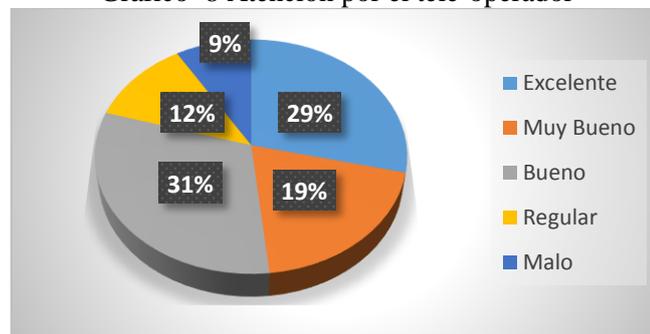
Tabla 10. Atención por el tele-operador

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	110	29%
Muy Bueno	75	20%
Bueno	120	31%
Regular	45	12%
Malo	33	9%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella

Gráfico 8 Atención por el tele-operador



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella

Análisis e Interpretación:

El 31% de los encuestados manifiestan que la atención prestada por el tele-operador (a) es buena, por otro lado un 29%, citan que es excelente, a su vez un 20%, mencionan que es Muy Bueno, posteriormente un 12% analizan que es regular, finalmente un 9% indican que es malo.

La mayoría de los encuestados manifiestan que la atención prestada por el tele-operador (a) es buena, por lo que se recomienda establecer un calificador mediante llamada telefónica, para conocer el servicio prestado por cada tele-operador (a).

9. ¿Cuál es su opinión sobre el servicio recibido mediante llamada telefónica?

Tabla 11. Servicio mediante llamada telefónica

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Servicio de Calidad	145	38%
No se ajusta a sus necesidades	238	62%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella

Gráfico 9 Servicio mediante llamada telefónica



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella

Análisis e Interpretación:

Mediante un análisis exhaustivo se estableció que un 62% mencionan que el servicio recibido mediante llamada telefónica no se ajusta a sus necesidades y, por el contrario un 38%, mencionan que fue un servicio de calidad.

Por otro lado cabe considerar que la mayoría de personas encuestadas indican que el servicio recibido mediante llamada telefónica no se ajusta a sus necesidades, motivo por el cual se recomienda facilitar y promocionar el acceso de los usuarios a redes sociales y página web de la institución.

10. ¿Los servicios con los que cuenta la EPM-GIDSA en la actualidad son satisfactorios y de calidad?

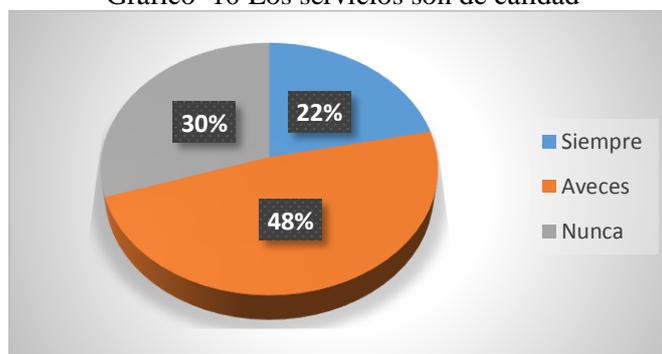
Tabla 12. Los servicios son de calidad

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	83	22%
A veces	185	48%
Nunca	115	30%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella

Gráfico 10 Los servicios son de calidad



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella

Análisis e Interpretación:

El 48% de las personas encuestadas indican que a veces los servicios con los que cuenta la empresa en la actualidad, le han proporcionado un servicio satisfactorio y de calidad, a su vez un 30% manifiestan que nunca, finalmente un 22% expresan que siempre.

Por la razón de que el mayor porcentaje de personas encuestadas manifiestan que a sólo veces los servicios con los que cuenta la empresa en la actualidad, le han proporcionado un servicio satisfactorio y de calidad, se recomienda implantar un modelo de mejora de la calidad del servicio que se presta al usuario.

3.7. VERIFICACIÓN DE HIPOTESIS

3.7.1 Preguntas extraídas de la encuesta para la comprobación de la hipótesis general

Pregunta N° 5 ¿Se siente satisfecho con el servicio adquirido por el personal de la Institución? (Variable Independiente)

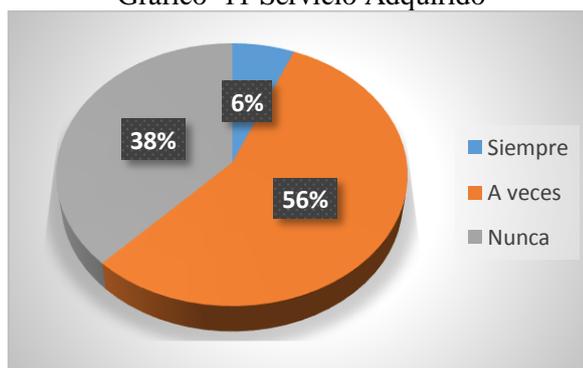
Tabla 13. Servicio Adquirido

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	24	6%
A veces	214	38%
Nunca	145	56%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella

Gráfico 11 Servicio Adquirido



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella

Pregunta N° 10 ¿Los servicios con los que cuenta la empresa en la actualidad, le han proporcionado un servicio satisfactorio y de calidad? (Variable Dependiente)

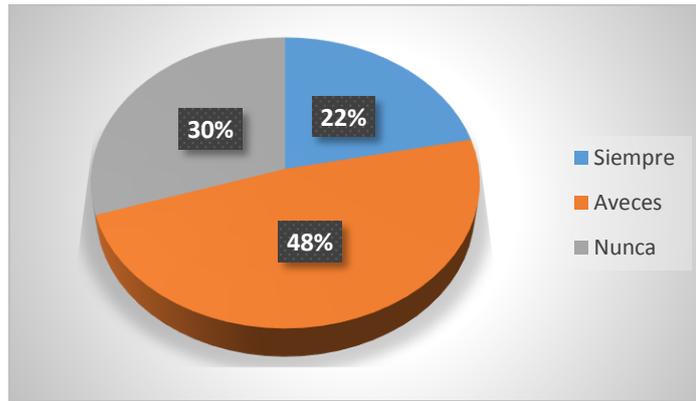
Tabla 14. Servicios con los que cuenta – Servicio satisfactorio y de calidad.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	83	22%
A veces	185	48%
Nunca	115	30%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella

Gráfico 12 Servicios con los que cuenta – Servicio satisfactorio y de calidad.



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella

3.7.2 Hipótesis

El diseño de un modelo de mejora de la calidad optimizará el servicio al cliente de la “Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos del Cantón Ambato” EPM-GIDSA.

- **Variable independiente:** Modelo de Mejora de la Calidad
- **Variable dependiente:** Servicio al Cliente

3.7.3. Planteamiento de hipótesis

H₀ = El diseño de un modelo de mejora de la calidad **NO** optimizará el servicio al cliente de la “Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos del Cantón Ambato” EPM-GIDSA.

H_a = El diseño de un modelo de mejora de la calidad **SI** optimizará el servicio al cliente de la “Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos del Cantón Ambato” EPM-GIDSA.

3.7.4. Estimador estadístico

Se dispone de información de la investigación realizada a la muestra que se calculó en el capítulo anterior, se aplicó la encuesta a 383 usuarios de la entidad.

Para la prueba de hipótesis en la que se tiene frecuencias, es recomendable utilizar la prueba de Chi-cuadrado(X^2) que permite determinar si el conjunto de frecuencias observadas $f(o)$, se ajusta a un conjunto de frecuencias esperadas $f(e)$ o teóricas y se aplica la fórmula:

$$\sum \frac{[F(o) - F(e)]^2}{F(e)} = X^2$$

3.7.5. Modelo matemático

H₀= Hipótesis Nula

H_a = Hipótesis Alternativa

X²= Chi Cuadrado

F(o)= Frecuencias Observadas

F(e)= Frecuencias Esperadas

Gl= Grados de Libertad

F= Filas

C= Columnas

3.7.6. Determinación de significación.

$\alpha = 0.05$ 5%

Distribución Muestral

GL = (f-1) (c-1)

En donde:

$$G1 = (3-1)(2-1)$$

$$G1 = (2)(1)$$

$$G1 = 2$$

3.8. CÁLCULO MATEMÁTICO

3.8.1. Tabla de frecuencias observadas

Tabla 15. De frecuencias observadas

ALTERNATIVAS	USUARIOS		TOTAL
	PREGUNTA 5	PREGUNTA 10	
A veces	214	185	399
Nunca	145	115	260
Siempre	24	83	107
TOTAL	383	383	766

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella

3.8.2. Tabla de frecuencias esperadas

Fórmula

$$F(e) = \frac{(\text{Total o marginal de renglón})(\text{Total o marginal de columna})}{N}$$

Tabla 16. De frecuencias esperadas

ALTERNATIVAS	USUARIOS		TOTAL
	PREGUNTA 9	PREGUNTA 10	
A veces	199,5	199,5	399,0
Nunca	130,0	130,0	260,0
Siempre	53,5	53,5	107,0
Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella			766,0

3.8.3. Cálculo del chi-cuadrado

Tabla 17. Cálculo de Chi - Cuadrado

	PREGUNTAS	F(o)	F(e)	F(o) – F(e)	[F(o) – F(e)] ²	[F(o) – F(e)] ²	
						F(e)	
E	PREGUNTA 5 / A veces	214	199,5	14,50	210,25	1,05	
E	PREGUNTA 5 / Nunca	145	130,0	15,00	225,00	1,73	
E	PREGUNTA 5 / Siempre	24	53,5	-29,50	870,25	16,27	
E	PREGUNTA 10 / A veces	185	199,5	-14,50	210,25	1,05	
E	PREGUNTA 10 / Nunca	115	130,0	-15,00	225,00	1,73	
E	PREGUNTA 10 / Siempre	83	53,5	29,50	870,25	16,27	
Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella						$X^2 =$	38,10

3.8.4. Decisión

Si la Hipótesis Alternativa (H_a) \geq la hipótesis nula (H_0) se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa

Entonces:

38,10 (H_a) \geq 5,991(H_0) por lo que se rechaza la Hipótesis nula (H_0) y se acepta la Hipótesis alternativa (H_a)

El diseño de un modelo de mejora de la calidad **SI** optimizará el servicio al cliente de la “Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos del Cantón Ambato” EPM-GIDSA

CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1. DATOS INFORMATIVOS

4.1.1. Título

“Modelo de mejora de la calidad para el servicio al cliente de la “Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos del Cantón Ambato” (EPM-GIDSA) en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua”

4.1.2. Institución ejecutora

Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos del Cantón Ambato (EPM-GIDSA) provincia de Tungurahua.

4.1.3. Reseña Histórica de la EPM-GIDSA

Para este tema es necesario realizar un recordatorio de lo que ha sido desde Agosto de 2000, fecha en la que inicia la administración como alcalde del cantón Ambato el Arq. Fernando Callejas Barona, hasta agosto del año 2011, fecha en la que por Ordenanza del cantón Ambato, se constituye la Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de Desechos Sólidos del cantón Ambato EPM-GIDSA, considerando la necesidad de contar con un nuevo modelo de gestión para la prestación de los servicios de barrido, recolección, transporte, disposición temporal y final de los desechos.

La naciente empresa debía continuar con la prestación de los servicios y mantener la cobertura de los mismos, además de iniciar todas las formalidades de ley para la búsqueda de socios estratégicos.

En una edificación arrendada ubicada en las afueras de la ciudad inicia su trabajo el 01 de enero de 2012, contando con un mínimo de personal administrativo y trabajadores comprometidos con la salud y bienestar de la población.

En la actualidad cuenta con instalaciones propias para el funcionamiento de las oficinas administrativas, taller de mantenimiento del parque automotor y bodega.

El servicio de barrido de calles y espacios públicos, el servicio de recolección y transporte de desechos son servicio que brinda la empresa los 365 días del año, son servicios dinámicos y planificados de acuerdo a la generación de basura por habitante y zona.

El proceso de operación de Relleno Sanitario se define como un método para la disposición final de los desechos sólidos en el suelo mediante la utilización de técnicas constructivas para la compactación es decir la reducción de su volumen y luego cubrir los desechos diariamente con una capa de tierra de espesor adecuado.

4.1.4. Beneficiarios

- ✓ Habitantes del cantón Ambato
- ✓ Empleados y trabajadores de la EPM-GIDSA

4.1.5. Ubicación

La Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos del Cantón Ambato (EPM-GIDSA) se encuentra ubicada en el Cantón Ambato, parroquia Izamba calle César Augusto Salazar y José Cobo.

4.1.6. Equipo técnico responsable

- ✓ **Investigadoras:** Sra. Leonor Rojas & Sra. Carolina Estrella
- ✓ **Gerente General de EPM-GIDSA:** Dr. Mauricio Carranza

4.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.

La presente investigación tiene como referencia las siguientes investigaciones realizadas por los siguientes autores.

Para el autor (Torres M, Vásquez C, & Luna M, 2012, pág. 55), en su tema de investigación *“Análisis Estratégico de la Evaluación de la Calidad del Servicio en el Sector Público”*, concluye lo siguiente:

- El diagnóstico estratégico de la evaluación de la calidad del servicio en el sector público refiere importantes oportunidades del entorno, así como la existencia de diversas fortalezas en la forma en que actualmente se evalúa la calidad del servicio, las cuales pueden contribuir en el desarrollo de indicadores que permitan mejorar el proceso de evaluación de servicios.
- Entre las principales fortalezas observadas en los casos revisados de evaluación de la calidad del servicio en el sector público, en su mayoría latinoamericanos, se encuentra el apoyo que se brinda a la certificación del servicio y al diseño de modelos de excelencia mediante información que facilita la definición de estándares.
- Entre las oportunidades observadas respecto al proceso de evaluación de la calidad del servicio público se tiene que su aplicación se perfila como un instrumento estratégico para la modernización y mejora de la gestión pública.

Es de vital importancia dar a conocer que toda entidad que se dedica a recolectar desechos sólidos, desea conocer e implantar mejoras en la calidad del servicio al cliente, por lo

que de esta manera ayudará al reconocimiento de errores al momento de prestar sus servicios errores que pueden ser corregidos a tiempo.

Para el autor (Mego Núñez O, 2013, pág. 1) en su tema de investigación “Propuesta de calidad total para mejorar el servicio en la Municipalidad de la provincia de Chiclayo, Perú” concluye que:

- La mayoría de los usuarios del centro de la ciudad, urbanizaciones, pueblos jóvenes y asentamientos humanos califican, en la escala de valoración utilizada, como regular la calidad del servicio que brinda la Municipalidad provincial de Chiclayo; muestran su disconformidad tanto en calidad como en cantidad.
- Los servicios más cuestionados por los usuarios fueron el servicio de organización del espacio físico y uso del suelo, el servicio de promoción del desarrollo económico local y el servicio de programas sociales, defensa y promoción de derechos.
- El servicio deficiente que presta la Municipalidad Provincial de Chiclayo es debido a su inadecuada infraestructura, desactualizada organización y funciones, falta de coordinación con los usuarios para conocer su percepción y satisfacer sus expectativas.

La aplicación de un modelo de mejora de la calidad del servicio al cliente ayudará a alcanzar un adecuado y correcto manejo del servicio al cliente de la EPM-GIDSA, ya que el presente trabajo tiene como objetivo solucionar con espíritu propositivo los problemas relacionados con la calidad del servicio al cliente, tomando en consideración que los servicios que brinda la EPM-GIDSA son básicos y que adicionalmente deben garantizar que el derecho de los habitantes de la ciudad de Ambato de contar con un entorno limpio que permita el desarrollo armónico se cumpla.

4.3. JUSTIFICACIÓN

El acelerado crecimiento urbano del cantón Ambato ha creado una brecha entre la posibilidad de un adecuado servicio, debido al incremento de la cantidad de desechos sólidos, surgiendo así la preocupación de las autoridades municipales y de la EPM-GIDSA en la búsqueda de alternativas concretas para la solución del problema.

En la actualidad para cualquier empresa grande o pequeña el servicio al cliente es una parte fundamental, para cumplir con las expectativas de los clientes, actualmente la EPM-GIDSA no dispone de un sistema para el manejo de inquietudes, reclamos, sugerencias de los usuarios, es decir el servicio al cliente no es el adecuado, situación que afecta directamente a los usuarios del servicio.

Este trabajo se lo realiza mediante un enfoque teórico-práctico ya que existe una gran cantidad de bibliografía adecuada al tema, por lo tanto será una fuente efectiva de información, sobre cómo mejorar la calidad en el servicio del cliente, de manera de enriquecer y fortalecer esta investigación

Los beneficiarios de la aplicación del modelo de mejora de la calidad de servicio al cliente son empleados y trabajadores de la Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos del Cantón Ambato (EPM-GIDSA) y los usuarios de los servicios que presta la empresa.

El impacto de esta propuesta se reflejará en la medida que la EPM-GIDSA se sienta comprometida con el usuario en brindarle un servicio de calidad y de cumplir con sus expectativas, alcanzando resultados que servirá para mejorar el servicio y la satisfacción a las necesidades del cliente, reduciendo demoras en el servicio y eliminando quejas, factores que coadyuven al logro de los objetivos propuestos por la institución.

4.4. OBJETIVOS

4.4.1. Objetivo general

Proponer un Modelo de mejora de la calidad del servicio al cliente de la Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos del Cantón Ambato.

4.4.2. Objetivos específicos

- ✓ Analizar la base filosófica empresarial de la EPM-GIDSA
- ✓ Examinar la situación actual de la estructura organizacional de la EPM-GIDSA
- ✓ Diseñar un Modelo de Mejora de la Calidad del Servicio al Cliente para la EMP-GIDSA

4.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

Con el propósito de conocer si la ejecución de la propuesta es factible se ha realizado el siguiente análisis:

4.5.1. Factibilidad económica

El desarrollo de la presente propuesta se desarrollará sin inconvenientes pues se cuenta con recursos económicos propios de las aspirantes al título de Secretariado Gerencial: Sra. Carolina Estrella y Sra. Leonor Rojas

4.5.2. Factibilidad organizacional

La Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos del Cantón Ambato (EPM-GIDSA), está dispuesta a congregar sus esfuerzos y a realizar cambios que signifique trabajar bajos esquemas planteados por la presente investigación, para mostrar un mejor desempeño y satisfacer las necesidades del usuario interno y externo.

4.5.3. Factibilidad socio – cultural

La presente propuesta será factible e importante a nivel socio-cultural, debido a que las deficiencias en el área de servicio al cliente detectadas, generan descontento a nivel social, es por esta razón que la EPM- GIDSA, tiene la posibilidad de poner en práctica el modelo que se propone y beneficiar a los habitantes del cantón Ambato

4.5.4. Factibilidad del talento humano

El contar con talento humano idóneo y el número adecuado para atender los requerimientos de los usuarios es de vital importancia, debido a que el personal que se encargará de poner en práctica la propuesta de mejoramiento de la Calidad para el Servicio al Cliente de la EPM-GIDSA, estará en relación directa con el usuario, y deberá cumplir con el perfil y capacitación requerida.

Motivo por el cual las autoridades de la EPM-GIDSA se comprometen a cumplir con este requerimiento para aumentar la eficiencia de la empresa y mejorar la relación directa con el usuario.

4.6. MODELO OPERATIVO

Fases	OBJETIVOS	ACTIVIDADES		RESPONSABLE
1	Analizar la base filosófica empresarial de la EPM-GIDSA	Recopilación de información	Misión	Gerente General de EPM-GIDSA. Investigadoras: Sra. Leonor Rojas Sra. Carolina Estrella
			Visión	
			Valores Corporativos	
			Objetivos Estratégicos	
2	Examinar la situación actual de la estructura organizacional de la EPM-GIDSA	Compilación de Información	Organigrama por Procesos	
			Análisis Interno y Externo	
		Análisis Estratégico		
			Análisis EXTERNO	
3	Diseñar el modelo de Mejora de la Calidad del Servicio al Cliente para la EPM-GIDSA.	Determinar puntos para:	Perfil idóneo del personal de atención al cliente	
			Principios y Valores del Servicio al usuario	
			Políticas de Servicio	
			Sistema de Medición de la Satisfacción al Usuario	
			Guía de Atención al cliente	

Tabla 18. Modelo Operativo.

4.6.1. Fase I

4.6.1.1. ANÁLISIS DE LA BASE FILOSÓFICA EMPRESARIAL DE LA EPM-GIDSA

A. RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN:

A continuación se cita la misión y visión existentes actualmente en la empresa.

A.1. MISIÓN EMPRESARIAL:

La EPM- GIDSA presta servicios de calidad en la gestión integral de desechos sólidos del Cantón Ambato que contribuyen a mantener la salud, bienestar de los habitantes y la protección del ambiente, con la participación activa de la ciudadanía y utilizando efectivamente el talento humano y los recursos.

A.2. VISIÓN EMPRESARIAL:

La EPM - GIDSA hasta el 2020 será una empresa sustentable, innovadora, tecnificada y referente como modelo en la gestión integral de desechos sólidos, siendo un ente facilitador de la reducción, reutilización y reciclaje, contribuyendo conjuntamente con la ciudadanía al equilibrio ecológico.

A.3. VALORES CORPORATIVOS:

- Actitud de servicio
- Honestidad.
- Respeto y cordialidad.
- Justicia y equidad.
- Organización y efectividad.
- Trabajo en equipo.
- Proactividad.
- Solidaridad.
- Responsabilidad social y ambiental.

A.4. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Reducir la cantidad de desechos sólidos para la disposición final en el relleno sanitario.

- Separar adecuadamente los desechos sólidos desde la fuente hasta su disposición final.
- Procesamiento y comercialización los desechos sólidos generados recolectados.
- Alianzas con el sector privado para la recolección, clasificación, procesamiento y comercialización de desechos.
- Optimizar la disposición final de los desechos sólidos no reciclables.

Asegurar la continuidad, sostenibilidad y crecimiento de cobertura de los servicios.

- Servicio de recolección
- Gestión del relleno sanitario.
- Gestión del mantenimiento.
- Gestión del barrido y limpieza

Acreditar a la empresa como modelo de gestión.

- Obtener la certificación ISO 9000 e ISO 14000
- Gestión del talento humano.
- Gestión administrativa/tecnológica

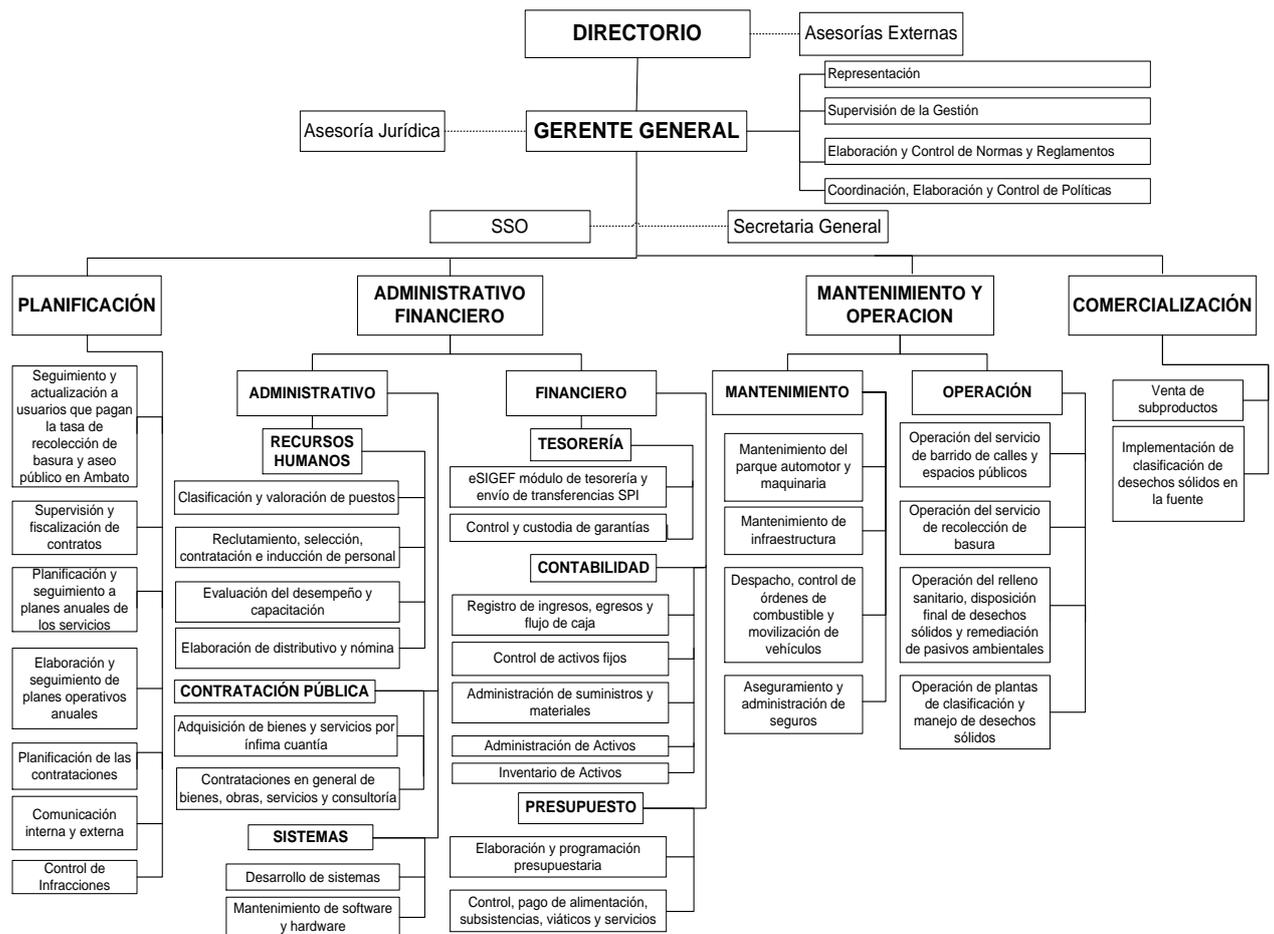
4.6.2. Fase II

4.6.2.1. EXAMINAR LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EPM-GIDSA

A. COMPILACIÓN DE INFORMACIÓN

A.1. ORGANIGRAMA POR PROCESOS

Gráfico 13 Organigrama por Procesos



Fuente: EPM-GIDSA

A.2. ANÁLISIS FODA

A.2.1. Fortalezas

- Disponibilidad de ecosistema digital
- Autonomía Administrativa y Financiera
- Infraestructura física propia
- Ubicación estratégica de la empresa
- Ordenanza Municipal que respalda a la empresa

A.2.2. Debilidades

- Inadecuado servicio al cliente
- Escasos procesos establecidos para la atención al cliente
- No se reconoce el desempeño Laboral
- Bajo autoestima de los empleados
- Deficiente comunicación interna y externa.

A.2.3. Oportunidades

- Implementar el servicio de consultas en línea
- Apoyo económico por parte del gobierno GAD. Municipalidad de Ambato
- Avances tecnológicos
- Utilizar mecanismos para receptar las sugerencias ciudadanas
- Contratar personal idóneo y con título de tercer nivel

A.2.4. Amenazas

- Inestabilidad política
- Alta informalidad y vulnerabilidad de los usuarios
- Educación y cambio de hábitos de la población
- Escasa cultura ambiental de la ciudadanía
- Competencia laboral

B. ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO

B.2. ENTORNO INTERNO

B.2.1 Análisis PCI (Perfil de Capacidad Interna)

B.2.1.1. Fortalezas

- Disponibilidad de ecosistema digital
- Autonomía administrativa y Financiera
- Infraestructura física propia
- Ubicación estratégica de la empresa
- Ordenanza Municipal que respalda a la empresa

B.2.1.2. Debilidades

- Inadecuado servicio al cliente
- Escasos procesos establecidos para la atención al cliente
- No se reconoce el desempeño Laboral
- Bajo autoestima de los empleados del departamento de servicio al cliente
- Deficiente comunicación interna y externa.

PCI (Perfil de Capacidad Interna)

Tabla 19. Análisis PCI

CLASIFICACIÓN	Fortalezas			Debilidades			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
FORTALEZAS									
Disponibilidad de ecosistema digital		X					X		
Autonomía administrativa y Financiera	X						X		
Infraestructura física propia	X						X		
Ubicación estratégica de la empresa	X						X		
Ordenanza Municipal que respalda a la empresa	X						X		
DEBILIDADES									
Inadecuado servicio al cliente				X			X		
Escasos procesos establecidos para la atención al cliente				X			X		
No se reconoce el desempeño laboral					X			X	
Bajo autoestima de los empleados				X			X		
Deficiente comunicación interna y externa				X			X		

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella

El análisis del Perfil de Capacidad Interna fue enfocado para evaluar las fortalezas y debilidades de la entidad, involucrando todos los factores que se encuentran afectando a la entidad, con relación a un grado, es decir valoradas con respecto a su impacto dentro de la entidad, en la escala de grados: Alto – Medio – Bajo, estableciendo así las áreas que necesitan atención.

B.3. ENTORNO EXTERNO

B.3.1. Análisis POAM (Perfil de Capacidad Externa)

B.3.1.1. Oportunidades

- Implementar el servicio de consultas en línea
- Apoyo por parte del gobierno GAD Municipalidad de Ambato
- Avances tecnológicos
- Utilizar mecanismos para receptar las sugerencias ciudadanas
- Contratar personal idóneo y con título de tercer nivel

B.3.1.2. Amenazas

- Inestabilidad política
- Alta informalidad y vulnerabilidad de los usuarios
- Educación y cambio de hábitos de la población
- Escasa cultura ambiental de la ciudadanía
- Competencia laboral

Análisis POAM (Perfil de Capacidad Externa)

Tabla 20. Análisis POAM

CLASIFICACIÓN	Oportunidades			Amenazas			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
OPORTUNIDADES									
Implementar el servicio de consultas en línea		X						X	
Apoyo económico por parte del gobierno GAD. Municipalidad de Ambato	X						X		
Avances tecnológicos	X						X		
Utilizar mecanismos para receptar las sugerencias ciudadanas	X						X		
Contratar personal idóneo y con título de tercer nivel	X						X		
AMENAZAS									
Inestabilidad política					X			X	
Alta informalidad y vulnerabilidad de los usuarios				X			X		
Educación y cambio de hábitos de la población				X			X		
Escasa cultura ambiental de la ciudadanía				X			X		
Competencia laboral					X			X	

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella

Al elaborar la matriz POAM, se identifica el perfil de capacidad externa que tiene la EPM-GIDSA, y a la vez permite determinar cual es la situación actual de la empresa y sus tendencias al desarrollo, reconociendo las oportunidades y amenazas, con relación al cuadro anterior es posible que los factores externos de la empresa sean sólidos,

permitiendo que las estrategias a elaborar permitan a la empresa competir en el entorno social.

C. ANÁLISIS ESTRATÉGICO

C.1. ANÁLISIS DOFA O ANÁLISIS ESTRATÉGICO

A partir del análisis del PCI y el POAM, se captan debilidades mayores en cada área evaluada y se proponen estrategias a partir de una matriz DOFA que no solo permitan superar las debilidades sino aprovechar sus fortalezas y oportunidades al igual que disminuir el impacto de las amenazas, siendo de gran ayuda para encontrar situaciones amenazantes, las mismas que permiten la expansión de logros positivos.

ANÁLISIS ESTRATÉGICO

FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FACTORES INTERNOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Brindar el servicio de consultorías en línea 2. Apoyo económico por parte del gobierno GAD. Municipalidad de Ambato 3. Avances tecnológicos 4. Utilizar mecanismos para receptar las sugerencias ciudadanas 5. Personal con título universitario 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inestabilidad política 2. Alta informalidad y vulnerabilidad 3. Educación y cambio de hábitos de la población 4. Escasa cultura ambiental de la ciudadanía 5. Competencia laboral
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Disponibilidad de ecosistema digital 2. Autonomía administrativa y Financiera 3. Infraestructura física propia 4. Ubicación estratégica de la empresa 5. Ordenanza Municipal que respalda a la empresa. 	<p>(F1- O1) Promocionar la página Web</p> <p>(F2 – O2) Implementar un modelo de mejora de calidad para el servicio al usuario.</p> <p>(F1 – O3) Mejorar la atención de call center.</p>	<p>(F2-A5) Capacitar al personal de servicio al cliente.</p> <p>(F2 – A4) Colocar afiches informativos y preventivos.</p> <p>(F5- A2) Reuniones con presidentes barriales.</p>
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Inadecuado servicio al cliente 2. Escasos procesos establecidos para la atención al cliente 3. No se reconoce el desempeño Laboral 4. Bajo autoestima de los empleados 5. Deficiente comunicación interna y externa. 	<p>(D1 – O4) Colocar buzón de sugerencias.</p> <p>(D5 – O3) Mejorar la comunicación interna y externa</p> <p>(D5- O2) Asignar personal para atención al cliente.</p>	<p>(D4 – A1) Incentivar al personal mediante capacitaciones dentro de las ciudades, para incentivar su ímpetu laboral.</p>

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella

Con el estudio de las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades (DOFA), lo que se logra es un diagnóstico de la empresa, esta herramienta además ayuda a comprender los problemas de la empresa y proponer estrategias, acciones que mejoren el desempeño de la EPM-GIDSA.

C.1.1. Sistematización de las estrategias

1. Es necesario promocionar la página web de la empresa, debido a que hoy en día es el principal medio de comunicación del mundo, a través de ello se mueve toda información reflejando así aspectos importantes, dentro del entorno económico, social y cultural.
2. Un modelo de mejora de calidad del servicio al usuario, aportará a la empresa para que cumpla todos sus objetivos institucionales y por ende satisfacer todas las necesidades y sugerencias de los usuarios enfocados siempre a brindar un servicio de calidad.
3. El mejorar la atención de call center de la empresa, implica que nuestros usuarios obtengan atención oportuna a sus requerimientos, sin necesidad de acercarse a las oficinas de la empresa, de manera que el usuario optimice su tiempo.
4. Un personal capacitado en el área de servicio al cliente, da como resultado clientes satisfechos, a la vez que se reduce el número de usuarios disgustados que en muchas ocasiones reaccionarían mal ante el personal.
5. Los afiches informativos y preventivos crean un impacto emotivo que revive e instala ideas, ayudando a crear un ambiente informativo por lo tanto es importante utilizarlos.
6. Las reuniones con presidentes barriales, son necesarios puesto que permite absorber todas las necesidades en relación a los servicios que ofrece la EPM-GIDSA, centrándose en puntos muy concretos solucionando los requerimientos solicitados.

7. La colocación del buzón de sugerencias es necesario, debido a que permite que los usuarios y empleados realicen observaciones, den a conocer quejas y sugerencias a los directivos de la entidad, permitiendo así medir los problemas a solucionar y tomar medidas correctivas, siendo uno de los factores centrales de la correcta gestión.
8. La comunicación interna y externa, es un factor importante en la empresa, permitiendo el movimiento de la información en las organizaciones para relacionar las necesidades e intereses con el personal y la sociedad. Para concluir se debe implantar mecanismos de comunicación debidamente estructurados obteniendo así una información de manera clara y oportuna. Al no tomar medidas que mejoren la comunicación la entidad sufrida de múltiples deslices.
9. Se debe asignar una persona para la atención al usuario, la misma que debe precisar con un personal en actitud positiva, con un gran sentido de responsabilidad y con formación suficiente para poder comunicar a los clientes todos servicios que ofrece la entidad, posteriormente.
10. Es importante incentivar al personal de la empresa, por tratarse de una empresa pública no se puede incentivar económicamente a sus empleados, por tal motivo se optará por los incentivos mediante capacitaciones, permitiendo desarrollar su intelecto profesional, lo cual se verá reflejado en su desempeño laboral.

4.6.3. Fase III

4.6.3.1. DISEÑAR UN MODELO DE MEJORA DE CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE

En la actualidad la EPM-GIDSA, mediante la Dirección de Operación y Mantenimiento brinda los servicios de barrido, recolección y disposición final de desechos sólidos no peligrosos del cantón Ambato, sin tener en cuenta que la atención a los usuarios es un factor importante para que la empresa realice labores con eficiencia y calidad, fortaleciendo el crecimiento y la confianza de los usuarios, para vincularse directamente con la sociedad.

En el desempeño de la empresa un factor muy importante es la satisfacción de los usuarios, es decir la capacidad que la EPM-GIDSA tenga resolviendo los problemas, dudas e inconvenientes de los usuarios del servicio de forma inmediata y profesional.

4.6.3.2. PERFIL DEL PERSONAL PARA ATENCIÓN AL CLIENTE

A. FACTORES

- **Educación formal**

Preferente con estudios universitarios concluidos o a fines.

- **Experiencia**

1 año de experiencia.

- **Capacitación**

Manejo avanzado de Microsoft Office (Excel, Word, power point).

- **Habilidades**

Comunicación verbal

Relacionarse con cualquier tipo de persona.

Orientación al servicio y sentido de urgencia

Predisposición y buen trato con las personas

B. ESFUERZO

- **Físico:** El trabajo en este puesto se realiza sentado (a)
- **Mente:** En la ejecución del trabajo se requiere esfuerzo visual y mental.
- **Auditivo:** Se requiere memoria auditiva y visual.
- **Responsabilidad:** Por documento e informaciones que se maneja en la empresa.
- **Equipo o proceso:** Utiliza computadora, celular, teléfono, fotocopiadora, fax, mail, paginas sociales y sitio web de la empresa.
- **Material o producto:** Equipos y materiales de oficina.
- **Confidencialidad:** conocimientos de documentos de carácter confidencial.
- **Condiciones de trabajo:** Normales del área de oficina
- **Riesgos o peligros inevitables:** Diferencias con los clientes y mal tratos de los mismos.
- **Tipo de trabajo:** Tareas de carácter operativo.

C. COMPETENCIAS PERSONALES

- **Características personales**
- **Memoria:** Auditiva y visual
- **Destreza manual:** Requiere de capacidad para manejar adecuadamente materiales de oficina.
- **Razonamiento concreto:** Capacidad para resolver situaciones concretas con resultados inmediatos.
- **Iniciativa:** Requiere de capacidad en actividades y tareas complejas.
- **Discreción:** Requiere de discreción en los contenidos de documentos.
- **Presentación personal:** Demanda de buena presencia porque existe contacto con usuarios internos y externos.
- **Trato con el público:** Cortés, respetuoso, amable y confiable.
- **Trabajo en equipo:** Capacidad para trabajar en equipo porque debe interactuar con todas las áreas de la empresa.
- **Expresión oral:** Requiere de capacidad para expresarse correctamente.

4.6.3.3. PRINCIPIOS DEL SERVICIO AL USUARIO

- **Accesibilidad:** Es donde los usuarios pueden transmitir quejas, reclamos y realizar trámites.
- **Orientación a la solución:** Tratar de satisfacer las necesidades de los usuarios.
- **Orientación al usuario:** Acompañar al usuario al departamento que requiera.
- **Tomar la iniciativa:** Satisfacer los requerimientos de los usuarios en el menor tiempo posible, la mejor manera de acercarse a los usuarios es por medio de las redes sociales, debido a que pueden quejarse y dar sugerencias para el mejoramiento de la Institución.

4.6.3.4. VALORES

- **Apoyo:** El usuario necesita escuchar y creer que tendrá solución al problema.
- **Empatía:** Demostrar un compromiso de entendimiento en sus necesidades.
- **Compromiso:** Cumplir con la satisfacción del cliente.
- **Responsabilidad:** En el compromiso en la atención al cliente.
- **Cumplimiento:** Cumplir las tareas y actividades de manera eficiente.
- **Comunicación:** Transmitir información

4.6.3.5. POLÍTICAS DE SEVICIO

- Es importante que los miembros de la EPM-GIDSA, brinden un servicio adecuado con respeto y esmero a los usuarios, para contribuir relaciones de largo plazo con la finalidad de que el servicio sea de calidad.
- Escuchar con atención los requerimientos del usuario para mantener una comunicación constante con el mismo.
- Atender al usuario es responsabilidad de todos los colaboradores de la EPM-GIDSA.
- Preservar el entorno laboral y social de la empresa.
- Formar un equipo de atención al cliente.

- Disponer de una línea gratuita para que el usuario realice trámites o quejas del servicio.

4.6.3.6. SISTEMA DE MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN AL CLIENTE

La utilización de mecanismos de medición de satisfacción al usuario permitirá conocer las falencias que existe en la atención y poder solucionar a tiempo.

A. MECANISMOS DE MEDICIÓN INDIRECTA

A.1 Buzón de sugerencias

El buzón de sugerencias puede ser una caja, un ánfora o bien, un medio a través del cual los empleados y usuarios formulan ideas y las explican.

Gráfico 14 Buzón de Sugerencias



Tabla 21. Buzón de sugerencias

Diseño, Lanzamiento y Evaluación.	Ubicación	Tipo de Sugerencias	Participantes	Responsables	Ventajas:
Como todo canal de comunicación interna requiere de un proceso de diseño.	En el lugar o en varios lugares; el lugar donde se ubique debe ser concurrido. (Muy Visible)	Este canal debe precisar el tipo de sugerencias que se atenderán, lo más común es aceptar quejas, sugerencias, felicitaciones, propuestas, mejoras del servicio, o de procesos.	Todo el personal Usuarios del servicio	Requiere de un área responsable de canalizar y garantizar la eficiencia de este medio. (Área de comunicación interna y externa)	Oportunidad para fomentar la expresión y participación del personal y usuarios. Fuente de Motivación. Generador de iniciativas. Fomenta la creatividad Promueve la innovación

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella

A.2. Reuniones con los presidentes barriales, organizando así las necesidades.

Pasos para organizar una reunión

A.2.1. Antes de la charla

- Establecer el objetivo de la reunión.
- Asegurar que el tema sea de interés.
- Determinar al público que se orienta.
- Preparar el plan de reunión.
- Definir el contenido, de manera clara y que sea fácil de entender.
- Tener los materiales necesarios.
- Hacer un cronograma de actividades en el cual se detalla cuando y en qué tiempo se debe realizar la reunión.

A.2.2. Durante la charla

- Saludar y presentarse ante los participantes.
- Hablar claro, a los participantes se debe llamar por el nombre.
- Tratar de mantener la atención para que se sientan en confianza.
- Hacer preguntas sobre el tema.
- Al final se debe llegar a una conclusión.

A.2.3. Después de la charla

- Registrar en las hojas los nombres de los participantes.
- Registro de requerimientos.

MODELO DE OFICIO DE INVITACIÓN



Estimados Sres.:

El próximo día.....de.....de....., tendrá lugar una conferencia impartida por Dr. /Ing.....que versará sobre.....

Nos complace invitarles a este acto, al considerar que los temas tratados en la conferencia pueden ser de su interés.

Confianto en poder saludarles personalmente, reciba un atento saludo.

(Firma)

“Nombre Completo”

“Cargo”

“Empresa”

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella.

B. MECANISMOS DE MEDICIÓN DIRECTA DE SATISFACCIÓN AL CLIENTE

B.1. Informe del personal en contacto con los usuarios.

Mediante un informe del personal que está en contacto con los usuarios, se informa de la atención al cliente y el asunto tratado, esto se lo realiza con la finalidad de tener constancia de la atención brindada al usuario.

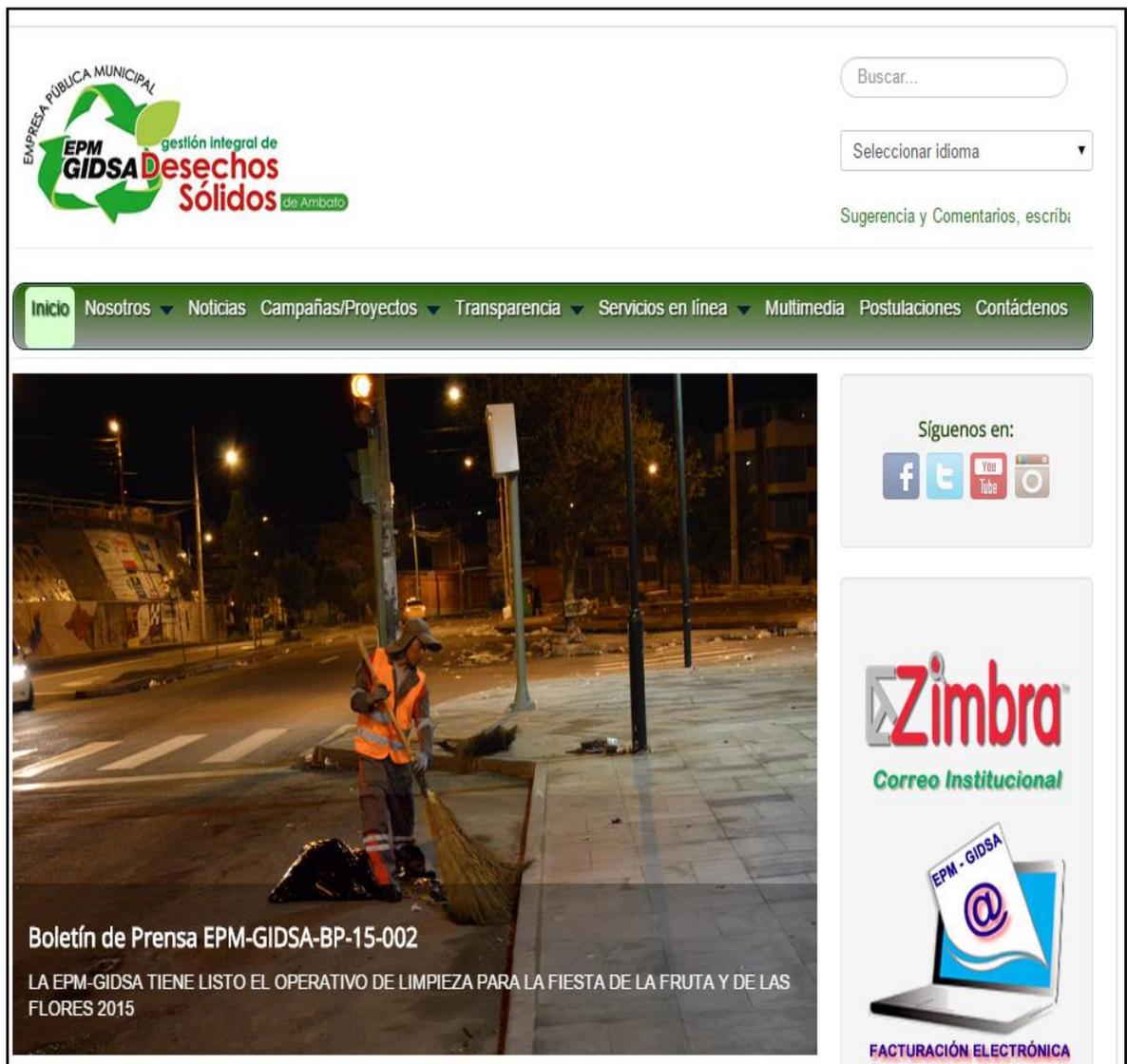
	INFORME DEL PERSONAL EN CONTACTO CON LOS USUARIOS	Inf. N° Hoja De.....
Fecha de Informe:		
Nombre del Usuario:		
Atendido por:		
Asunto Tratado:		
Resumen del Informe realizado.		

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella.

B.2. Página web y redes sociales

A través de la página web se puede dar a conocer y difundir los servicios que la entidad ofrece, de esta forma se promueve una comunicación directa entre los usuarios y el personal de la (EPM-GIDSA).

Gráfico 15 Página Web EPM-GIDSA



Es importante que los usuarios utilicen las diferentes redes sociales como: facebook, twitter, youtube e instagram de la (EPM-GIDSA), con el propósito de consultar sobre los servicios y a la vez realizar las quejas y sugerencias sobre los diferentes aspectos de la empresa.

Gráfico 16 Página Social Facebook – EPM -GIDSA



B.3. Encuestas

La encuesta se realiza para determinar el nivel de satisfacción del cliente, con la finalidad de conocer los comentarios, sugerencias y recomendaciones, para mejorar la atención al mismo.



**EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL
GESTIÓN INTEGRAL DE DESECHOS
SÓLIDOS DE AMBATO**

**Encuesta para los usuarios de la Empresa Pública Municipal para la Gestión
Integral de los Desechos Sólidos de Ambato**

Objetivo: Conocer el nivel de satisfacción de los usuarios de la (EPM-GIDSA).

Instrucciones:

- Lea detenidamente las preguntas
- Responda las preguntas de acuerdo a su criterio
- Contestar todas las preguntas

1. ¿Considera que el servicio al usuario de la EPM-GIDSA es adecuada?

- Si
- No

2. ¿La persona que atiende al usuario lo realiza de manera amable y cortés?

- Si
- No

3. ¿Se siente satisfecho con el servicio de la EPM-GIDSA?

- Si
- No

**4. ¿Ha obtenido una adecuada respuesta a las inquietudes que usted necesita
conocer?**

- Si
- No

5. ¿Considera que es necesario mejorar la atención al cliente en la EPM-GIDSA?

- Si
- No

¡Gracias por su colaboración!

C. GUÍA DE ATENCIÓN AL CLIENTE

C.1. Tipo de usuario

El usuario, es aquella persona o individuo que utiliza de manera frecuente un servicio, a continuación se define los tipos de usuarios existentes:

USUARIO INTROVERTIDO		
CARACTERÍSTICAS	SÍNTOMAS	¿CÓMO TRATARLO?
Reservado	Relación distante	Objetividad
Cauto	Analítico	Argumentos serios
Serio	No exterioriza sus pensamientos	Concretar
Calculador	Observador	No dar sensación de prisa
Callado	No opina	Rodearlo para que se decida
Distante	Desconfiado ante tratos	No decepcionarlo

USUARIO DURO		
CARACTERÍSTICAS	SÍNTOMAS	¿CÓMO TRATARLO?
Seguro	Puntualiza con detalles	Seguridad y profesionalidad
Tajante	Levantar la voz	Resalta los hechos más importantes
Firme	Contradicen y discuten	Usar buenos argumentos
Entendido	Usa mucho el "NO"	No llevar la contraria
Absoluto	Dan la sensación de no estar interesado	Puntualizar y concretar

USUARIO EXTROVERTIDO		
CARACTERÍSTICAS	SÍNTOMAS	¿CÓMO TRATARLO?
Amable	Muy humanos	Tratarlos igual
Cordial	Deseos de agradar	Contacto con la mirada
Amistoso	Se sienten siempre protagonistas	Hacerles protagonistas
Hablador	Son habladores y chistosos	Halagar su vanidad
Simpático	Dispuestos a criticar	Simpatía y corrección

USUARIO CONDICIONADO		
CARACTERÍSTICAS	SÍNTOMAS	¿CÓMO TRATARLO?
Tímido	Defectos físicos	Delicadeza
Indeciso	Desconfiados	Ofrecerles colaboración
Extranjero	Escépticos	No forzar su decisión
Minorizado	Indecisos e informados	Profesionalidad

USUARIO NERVIOSO		
CARACTERÍSTICAS	SÍNTOMAS	¿CÓMO TRATARLO?
Excitable	Agresividad	Paciencia
Agresivo	Raro	No contradecirle
Malhumorado	Maniático	No demostrar inferioridad
Impaciente	Se precipita en sus observaciones	Tranquilidad y atención
Grosero	Se equivoca con frecuencia	Exponer los errores con amabilidad

USUARIO INABORDABLE		
CARACTERÍSTICAS	SÍNTOMAS	¿CÓMO TRATARLO?
Inaccesible	Imposible contactar con el	Decisión y oportunismo
Evasivo y no da la cara	Conseguir que nos atienda	No ser pesados

C.2. Características del usuario

Las características del usuario son aquellas cualidades que permiten identificar, pueden tratarse de aspectos vinculados al temperamento de la personalidad o al aspecto físico de cada persona, a continuación se detalla las características del usuarios:

- El usuario es el motor principal de la empresa.
- No siempre sabe lo que quiere.
- Es exigente.
- Esta dispuesto a cambiar al mínimo fallo.
- Se considera único.
- Parecen fáciles pero no lo son.
- Les gusta que les trate bien.
- Cuando el usuario no está satisfecho, desprestigia a la empresa.
- Los usuarios son los consumidores de los servicios que la empresa ofrece.
- El usuario se dirige siempre al mejor postor.

C.3. NECESIDADES DEL USUARIO

La necesidad del usuario, es el estado en el que siente la carencia de algo, los tipos de necesidades del usuario corresponde a tres exigencias de calidad, que se detalla a continuación:

NECESIDADES DEL USUARIO	
EXIGENCIAS	DETALLE
Calidad requerida	Es lo que el usuario quiere y toma como indispensable.
Calidad esperada	Es lo que el usuario desea como complemento.
Calidad potencial	Es lo que el usuario querría si se le ofrece.

C.4. COMPONENTES BÁSICOS PARA EL BUEN SERVICIO AL USUARIO

A continuación se detalla los componentes básicos para el buen servicio al cliente:

- **Comunicación:** mediante este aspecto se debe mantener bien informado al usuario, utilizando términos claros y sencillos.
- **Comprensión al cliente:** se refiere a conservar una comunicación adecuada comunicación que permita saber que desea.
- **Accesibilidad:** los usuarios pueden realizar quejas, reclamos y sugerencias.
- **Capacidad de respuestas:** es la disposición de ayudar a los usuarios.
- **Fiabilidad:** se estable el servicio de forma fiable.

C.5. GUIONES DE SERVICIO AL USUARIO

A continuación se detalla los guiones de servicio al usuario:

- Respeto
- Cortesía
- Amable
- Comunicación adecuada

- Persona servil

C.6. ATENCIÓN AL USUARIO

La atención al usuario en el teléfono y en la oficina es importante, puesto que permite brindar un servicio de calidad.

C.6.1. Atención en el teléfono

Para la atención de las llamadas telefónicas, se debe:

- Realizar un modelo de saludo.
- Pronunciar adecuadamente las palabras.
- Utilizar una voz cálida.

Ejemplo:

Buenos días

(Nombre de la empresa)

(Nombre de la persona que atiende la llamada)

¿Con quién tengo el gusto?

¿En qué le puedo ayudar?

(Al finalizar la llamada consultarle)

¿Algo más que le pueda ayudar?

Que tenga usted un buen día ¡hasta luego!

C.6.2. Atención en la oficina

Al momento que el cliente llegue a las oficinas, se debe:

- Saludar cordialmente
- Darle la bienvenida y si es necesario estrecharle la mano.
- Se debe tener un contacto visual con el cliente.
- Presentar atención a los requerimientos del usuario.

- Si el cliente decide dirigirse a otra área de la empresa, se debe direccionarlo o acompañarlo hacia la persona que deberá atenderlo.
- Si el cliente debe esperar para que sea atendido es recomendable ofrecer algo de beber mientras espera.

C.7. REGLAS DE CORTESÍA

Actualmente se debe aplicar las reglas de cortesía que se detallan a continuación:

C.7.1. Saludo amable al usuario

Al momento de entrar en contacto con el usuario, se debe llevar la iniciativa del saludo, sonría y salude de acuerdo a la hora del día es decir (buenos días, buenas tardes o buenas noches).

C.7.2. Identifíquese

Después del saludo, informe su nombre con calidad.

C.7.3. Amabilidad

Use el nombre del usuario.

Deje que el cliente hable primero.

Evite los estados de ánimo y de ansiedad.

Escuchar con atención los requerimientos del cliente.

Tratar de dar solución inmediata a los problemas.

Evite hablar de sí mismo.

Use frase de cortesía.

Estar siempre atento a los requerimientos de los usuarios.

C.7.4. Despedida

Despídase cordialmente.

Utilice una frase que demuestre cortesía.

C.8. NORMAS DEL SERVICIO

Se debe aplicar adecuadamente las normas de servicio, con el propósito de brindar un servicio de calidad a los usuarios, a continuación se define las normas de servicios:

- Al usuario se debe tratar con amabilidad.
- Si está atendiendo a un cliente y se acerca otro, no se lo debe ignorar, es mejor invitar a sentarse, manifestándole que pronto le va a atender.
- Si está realizando una actividad interna o hablando por teléfono, es conveniente suspender de inmediato y atender inmediatamente al usuario.
- El proceso de atención al usuario debe ser de manera respetuosa, a través de la utilización de expresiones amables.
- Al atender al usuario se debe dirigir la mirada al rostro a las personas que nos habla.

4.7. PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN DEL MODELO

Tabla 22. Previsión de la evaluación

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿Que evaluar?	Los resultados de la implementación del Modelo de mejora
¿Por qué evaluar la propuesta?	Porque el futuro de la empresa es reflejado en su visión puede ser comprometido si la toma de decisiones no sufre unas mejoras significativas.
¿Para qué evaluar?	Para establecer si las metas se cumplen en forma satisfactoria y están mejorando los procesos de atención al cliente
¿Con qué evaluar?	Mediante el registro estadístico de los sistemas de medición de la satisfacción al cliente.
¿Cómo Evaluar?	Observación y análisis de los registros estadísticos.

Elaborado por: Leonor Rojas & Carolina Estrella

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Se determinó que la situación actual respecto del servicio al cliente que brinda la Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos del Cantón Ambato no es propicia.
- Los usuarios no se encuentran satisfechos con el servicio que brinda la Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos del Cantón Ambato, por el tiempo que deben esperar para ser atendidos.
- Se determina que la Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos del Cantón Ambato, no cuenta con un modelo de mejora de la calidad para el servicio al cliente.

RECOMENDACIONES

- Es necesario mejorar la calidad del servicio al cliente de la Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos del Cantón Ambato, a fin de cumplir con las expectativas de los usuarios.
- Se debe minimizar el tiempo que los usuarios deben esperar para que sus requerimientos sean atendidos por las ventanillas o por los funcionarios de la Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos del Cantón Ambato.
- Se recomienda que se aplique el modelo diseñado para la mejora de la calidad para el servicio al cliente de la EPM-GIDSA, de manera de que los requerimientos de los usuarios puedan ser atendidos de manera adecuada y oportuna.

BIBLIOGRAFÍA

- Aniorte Nestor. (2013). "Servicios de Calidad". México: "Camelar".
- Bustos Ana. (2013). "Fidelización del cliente". Madrid: Editorial Vigo.
- Chacó Erick. (2010). "Aseguramiento de Calidad". Valencia: Instituto Universitario de Tecnología de Valencia.
- Cisneros Brenda & Ruíz Wendy. (09 de Enero de 2012). "Propuesta de un Modelo de Mejora Continua de Procesos en el Laboratorio PROTAL-ESPOL, basado en la integración de un sistema ISO/IEC 17025:2005 con un sistema ISO 9001:2008 en el año 2011". Obtenido de Repositorio de la Universidad Politécnica Salesiana - Ecuador : <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1903/13/UPS-GT000260.pdf>
- Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización. (2011). Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad. Quito.
- Denton Keith. (2012). "Calidad en el Servicio de los Clientes". Madrid: Editorial Díaz de Santos.
- Encarnación María. (2009). "Administración Pública". España: Editorial Paraninfo.
- Equipo Vértice. (2009). "Atención eficaz de quejas y reclamaciones". España: Editorial Vértice.
- Escudero María José. (2012). "Comunicación y atención al cliente". Madrid: Paraninfo.
- Guilló Tarí Juan José. (2000). "Calidad total: fuente de ventaja competitiva". Murcia: Editorial Publicaciones Universidad de Alicante.
- Guy Peter. (1999). "La Política de la Burocracia". México.
- Horovitz Jaques. (2010). "Servicio al Cliente". España: Editorial McGraw-Hill.
- Javier, M. G., Antonio, C. M., & Rubio Lacoba Sergio. (2007). "Introducción a la gestión de la calidad". Madrid España: Editorial DELTA publicaciones.
- Kekutt Elisa Beatriz. (2014). "Turismo: Herramienta Social". Buenos Aires : Editorial Dunkey .
- Lascurain Gutiérrez Isabel. (2012). "Diagnóstico y propuesta de mejora de la calidad en el servicio de una empresa de unidades de energía eléctrica ininterrumpida". Obtenido de Repositorio de la Universidad Iberoamericana de México: <http://www.bib.uia.mx/tesis/pdf/015599/015599.pdf>

- Ley Orgànica de Defensa del Consumidor. (2010). Derecho y obligaciones de los consumidores. Quito.
- Manso Coronado Francisco. (2003). "Diccionario enciclopédico de estrategia empresarial". España: Editorial Diaz de Santos.
- Maqueda Javier & Olamendi Gabriel & Parra Francisca. (2003). "Tu propia empresa: un reto personal, manual útil para emprendedores". Madrid : Editorial ESIC.
- Martín William. (2011). "Servicios de Calidad al Cliente". México: Editorial Trillas.
- Martínez María. (2013). "Atención al Cliente". España: Editorial Paraninfo S.A.
- Mego Núñez O, O. (21 de Enero de 2013). Propuesta de calidad total para mejorar el servicio en la Municipalidad de la provincia de Chiclayo, Perú. Obtenido de <http://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/viewFile/345/324>
- Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados. (Febrero de 2011). "Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD)". Obtenido de http://www.ame.gob.ec/ame/pdf/cootad_2012.pdf
- Molins Pera Mario. (1998). "Teoría de la Planificación". Venezuela: Editorial Fondo Editorial Humanidades.
- Munch Lourdes. (2011). "Organización diseño de estructuras organizacionales". México: Editorial Trillas.
- Muñoz Rosa. (2013). "El desarrollo de las organizaciones del siglo XXI". Bilbao: Editorial Wolters Kluwer.
- Muñoz Santos Juan. (2004). "La Gestión Integrada: Calidad, Seguridad y Medio Ambiente". Editorial Serforem S,L.
- Ordenanza de Creación de la Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos del Cantòn Ambato. (2011). "De la Constitución, Domicilio, Denominación, Objetivo, Àmbito, Principios". Ambato.
- Pérez Víctor. (2010). "Calidad Total en la Atención al Cliente". España: Editorial Pragmatic.
- Persson Lory. (2007). "Sistemas de Gestión de La Calidad con Enfoque al Cliente". España: Editorial Universidad de Valladolid.
- Sánchez Pilar. (2012). "Comunicación y atención al cliente". Editorial Editex.

- Spendolini Michael. (2011). "Bechmarking". Bogotá: Editorial Norma.
- Torres M, M., Vásquez C, C., & Luna M, M. (07 de Marzo de 2012). Análisis Estratégico de la Evaluación de la Calidad del Servicio en el Sector Público. Obtenido de http://www.ucla.edu.ve/dac/compendium/Revista27/Compendium_27_2.pdf
- Varo Jaime. (2010). "Gestión Estratégica de la Calidad en los Servicios Sanitarios". Madrid: Editorial Edigrafos S.A.
- Walton Mary. (2010). "El Método de Deming". Bogotá: Editorial Norma.

ANEXOS



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CUESTIONARIO DE ENCUESTA

TESIS: “MODELO DE MEJORA DE LA CALIDAD PARA EL SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL PARA LA GESTIÓN INTEGRAL DE LOS DESECHOS SÓLIDOS DEL CANTÓN AMBATO (EPM-GIDSA) EN LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”.

Dirigido: A los usuarios de la Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos del Cantón Ambato.

Objetivo: Diseñar un Modelo de mejora de la calidad para el servicio al usuario de la Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos del Cantón Ambato.

Motivación: Saludos cordiales, le invitamos a contestar con la mayor seriedad el siguiente cuestionario con el fin de obtener información valiosa y confiable, que será de uso oficial y de máxima confidencialidad, con miras a implantar un modelo de mejora de la calidad para servicio al usuario de la “*EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL PARA LA GESTIÓN INTEGRAL DE LOS DESECHOS SÓLIDOS DEL CANTÓN AMBATO*” (EPM-GIDSA) EN LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”.

Instrucciones: Seleccione la respuesta adecuada a su modo de pensar o su opinión según el caso, procure ser más objetivo y verás.

Anexo 1. CUESTIONARIO

1. **¿Cuánto tiempo tuvo que esperar para ser atendido por las ventanillas de servicio de la EPM-GIDSA?**

ALTERNATIVAS	ESPUESTA
Me atendieron de forma inmediata	
Unos tres minutos aproximadamente	
Entre tres y cinco minutos	
Más de cinco minutos	

2. **¿La actitud del personal de la EPM-GIDSA, hacia usted en el momento atendido como la calificaría?**

ALTERNATIVAS	RESPUESTA
Excelente	
Muy bueno	
Bueno	
Regular	
Malo	

3. **¿Ha recibido orientación por parte del personal de la EPM-GIDSA en base a sus requerimientos?**

ALTERNATIVAS	ESPUESTA
Si	
No	
No lo he requerido	

4. **Qué calificación daría al desempeño del personal de la EPM-GIDSA?**

ALTERNATIVAS	RESPUESTA
Excelente	
Muy bueno	
Bueno	
Regular	
Malo	

5. ¿Se siente satisfecho con el servicio brindado por el personal de la EPM-GIDSA?

ALTERNATIVAS	RESPUESTA
Siempre	
A veces	
Nunca	
Malo	

6. ¿Ha obtenido respuesta alguna a las inquietudes que usted necesita conocer por parte de la EPM-GIDSA?

ALTERNATIVAS	RESPUESTA
Si	
No	

7. ¿Los reclamos realizados por usted o su empresa son solucionados en el menor tiempo?

ALTERNATIVAS	RESPUESTA
Si	
No	

8. ¿La atención prestada por el tele-operador (a) fue: ?

ALTERNATIVAS	RESPUESTA
Excelente	
Muy Bueno	
Bueno	
Regular	
Malo	

9. ¿Cuál es su opinión sobre el servicio recibido mediante llamada telefónica?

ALTERNATIVAS	RESPUESTA
Servicio de Calidad	
No se ajusta a sus necesidades	

10. ¿Los servicios con los que cuenta la empresa en la actualidad son de calidad?

ALTERNATIVAS	RESPUESTA
Siempre	
A veces	
Nunca	

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 2. Fotografías EPM-GIDSA

FOTOGRAFÍAS DE LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL PARA LA GESTIÓN INTEGRAL DE LOS DESECHOS SÓLIDOS DEL CANTÓN AMBATO (EPM-GIDSA) EN LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA.



EPM-GIDSA



EPM-GIDSA



GERENTE – EMP-GIDSA



GERENTE Y DIRECTORES -EPM-GIDSA



PARQUE AUTOMOTOR -EPM-GIDSA



SERVICIO DE BARRIDO - EPM-GIDSA



SERVICIO DE MANTENIMIENTO DE CONTENEDORES -EPM-GIDSA





RELLENO SANITARIO

