



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:

**“PLAN DE ESTRATEGIAS DE SERVICIO AL CLIENTE DEL
COLEGIO FISCAL DIURNO CANTÓN ARCHIDONA,
PROVINCIA DE NAPO, DESDE ENERO A JUNIO DEL 2015”.**

AUTORA:

SILVANA MARICELA LLORI TAPUY

TENA – ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Licenciada en Secretariado Gerencial, ha sido desarrollado por la Srta. SILVANA MARICELA LLORI TAPUY, ha cumplido con las normas de Titulación y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

.....
Ing. Gladis Lucía Cazco Balseca
DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

.....
Ing. Cecilia Elizabeth Machado Cisneros
MIEMBRO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, SILVANA MARICELA LLORI TAPUY, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi 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 autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 24 de marzo del 2016.

Srta. Silvana Maricela Llori Tapuy

150090947-6

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de titulación a Dios, a mis padres y hermanas/o:

A Dios porque ha estado conmigo en cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar.

A mis padres, Antonia y Gerardo, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo y ejemplo en todo momento, depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi capacidad intelectual.

A mis hermanas/o, Belty, Giana, Lizbeth y Leonel, para que vean en mí un ejemplo a seguir.

Es por ello que soy lo que soy ahora, los amo con mi vida.

Silvana Llori

AGRADECIMIENTO

A Dios por la vida y por haberme guiado día tras día, en mi estudio, a la ESPOCH Directivos, por haberme acogido, a mis Docentes por sus sabidurías enseñanzas y conocimientos impartidos en la Especialidad de Secretariado Gerencial, a mi Tribunal de Tesis, Ing. Gladis Cazco y Miembro Ing. Cecilia Machado, quienes a lo largo de este tiempo me han orientado y apoyado para la culminación del presente Trabajo de Titulación, al Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, quienes me brindaron su colaboración facilitándome la información y el apoyo incondicional para la realización de este proyecto de investigación.

Silvana Llori

ÍNDICE GENERAL

Portada	i
Certificación del tribunal	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice general.....	vi
Índice de cuadros	ix
Índice de gráficos.....	xi
Índice de anexos.....	xii
Resumen ejecutivo	xiii
Summary.....	xiv
Introducción	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	2
1.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	2
1.2. JUSTIFICACIÓN	3
1.3. OBJETIVOS	4
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	5
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	5
2.1.1. Antecedentes históricos	5
2.1.2. Misión	6
2.1.3. Visión.....	7
2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	7
2.2.1. ¿Quién es el cliente?	7
2.2.2. Características de los clientes	8
2.2.3. Estrategias de servicio al cliente	9
2.2.4. Estrategia	10
2.2.5. Servicio	11
2.2.6. Calidad	12
2.2.7. Componentes del servicio	13
2.2.8. Plan	14
2.2.9. La gestión por procesos	21

2.3.	HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER	22
2.3.1.	Hipótesis General.....	22
2.3.2.	Hipótesis específicas	22
2.4.	VARIABLES	23
2.4.1.	Variable independiente:	23
2.4.2.	Variable dependiente:	23
	CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	24
3.1.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	24
3.1.1.	De campo	24
3.1.2.	Bibliográfico – Documental.....	24
3.2.	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	24
3.2.1.	Exploratorio	24
3.2.2.	Descriptivo	24
3.3.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	25
3.3.1.	Muestra	25
3.4.	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	26
3.5.	RESULTADOS.....	26
3.5.1.	Resultados de la encuesta dirigida a los usuarios externos.....	26
3.5.2.	Resultados de la encuesta dirigida a las Secretarías	37
3.5.3.	Resultados de la encuesta dirigida a las Autoridades del plantel.....	47
3.6.	VERIFICACIÓN DE HIPOTESIS O IDEA A DEFENDER.....	57
3.6.1.	Verificación de la hipótesis o idea a defender	57
	CAPÍTULO IV: LA PROPUESTA.....	61
4.1	TÍTULO	61
4.2	CONTENIDO DE LA PROPUESTA	61
4.2.1	Antecedentes históricos	61
4.2.2	Diagnóstico de la situación actual del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona.....	62
4.2.3	Objetivos	63
4.2.4	Plan de estrategias de servicio al cliente.....	64
4.2.5	Presupuesto de Estrategias	65
4.2.6	Definición de indicadores	78
4.2.7	Plan de monitoreo y evaluación	79
	CONCLUSIONES	80

RECOMENDACIONES.....	81
BIBLIOGRAFIA	82
ANEXOS	83

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N°. 1: Definición de la población.....	25
Cuadro N°. 2: Resultados de los documentos requeridos y entregados de forma inmediata.....	27
Cuadro N°. 3: Resultados de la importancia al cliente.....	28
Cuadro N°. 4: Resultados del trato brindado al cliente.....	29
Cuadro N°. 5: Resultados del respeto en el trato del personal de la Institución	30
Cuadro N°. 6: Resultados de la comunicación de los objetivos ante una situación ocasional	31
Cuadro N°. 7: Resultados no atención oportuna a una solicitud.....	32
Cuadro N°. 8: Resultados de horarios de atención al cliente	33
Cuadro N°. 9: Resultados de si existe capacitación en las personas que atienden al cliente.....	34
Cuadro N°. 10: Resultados de las condiciones de las instalaciones para atención al cliente.....	35
Cuadro N°. 11: Resultados, si cuenta con las herramientas tecnológicas para la atención al cliente.....	36
Cuadro N°. 12: Resultados del concepto de empatía	37
Cuadro N°. 13: Resultados de conocimientos de trato al cliente	38
Cuadro N°. 14: Resultados del orden en los documentos que facilitan atención al cliente	39
Cuadro N°. 15: Resultados de si respeta ideas y criterios de los clientes	40
Cuadro N°. 16: Resultados del respeto a etnia, creencia religiosa y credo político.....	41
Cuadro N°. 17: Resultados de la prioridad a las personas de tercera edad y discapacitados	42
Cuadro N°. 18: Resultados de atención con cortesía y amabilidad.....	43
Cuadro N°. 19: Resultados de si conoce las necesidades de los clientes	44
Cuadro N°. 20: Resultados del asesoramiento a los clientes	45
Cuadro N°. 21: Resultados de la capacitación en el servicio al cliente	46
Cuadro N°. 22: Resultados de capacitación al equipo de trabajo de atención al cliente.	47

Cuadro N°. 23: Resultados de si el equipo de trabajo sabe sus roles y competencias de atención al cliente	48
Cuadro N°. 24: Resultados del cumplimiento de horarios de atención al cliente	49
Cuadro N°. 25: Resultados del sistema de archivo para atención a los clientes	50
Cuadro N°. 26: Resultado de protocolo de atención al cliente	51
Cuadro N°. 27: Resultados de vinculación de Visión y Misión con respecto al servicio al cliente	52
Cuadro N°. 28: Resultados de los valores que mejore la satisfacción del cliente.....	53
Cuadro N°. 29: Resultados de los perfiles profesionales de las personas	54
Cuadro N°. 30: Resultados de la existencia de un buzón de sugerencias	55
Cuadro N°. 31: Resultados de la excelencia de servicio a través de tiempos	56
Cuadro N°. 32: Resumen encuestas	59
Cuadro N°. 33: Presupuesto de Estrategias.....	65
Cuadro N°. 34: Definición de indicadores	78
Cuadro N°. 35: Plan de monitoreo y evaluación.....	79

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Representación gráfica de documentos requeridos y entregados de forma inmediata.....	27
Gráfico N° 2: Representación gráfica de la importancia al cliente	28
Gráfico N° 3: Representación gráfica del trato brindado al cliente	29
Gráfico N° 4: Representación gráfica del trato que recibe del personal de la Institución	30
Gráfico N° 5: Representación gráfica de comunicación de objetivos frente a situación ocasional.	31
Gráfico N° 6: Representación gráfica de no atención oportuna a una solicitud	32
Gráfico N° 7: Representación gráfica de horarios para atención al cliente	33
Gráfico N° 8: Representación gráfica de la capacitación de personas que atienden al cliente.....	34
Gráfico N° 9: Representación gráfica de las condiciones de las instalaciones para atención al cliente	35
Gráfico N° 10: Representación gráfica si cuenta con las herramientas tecnológicas para la atención al cliente.	36
Gráfico N° 11: Representación gráfica del concepto de empatía	37
Gráfico N° 12: Representación gráfica de conocimientos de trato al cliente	38
Gráfico N° 13: Representación gráfica del orden en los documentos que facilitan atención al cliente.	39
Gráfico N° 14: Representación gráfica de si respeta ideas y criterios de los clientes ...	40
Gráfico N° 15: Representación gráfica del respeto a etnia, creencia religiosa y credo político	41
Gráfico N° 16: Representación gráfica de la prioridad a las personas de tercera edad y discapacitados	42
Gráfico N° 17: Representación gráfica de atención con cortesía y amabilidad.....	43
Gráfico N° 18: Representación gráfica de si conoce las necesidades de los clientes	44
Gráfico N° 19: Representación gráfica del asesoramiento a los clientes.....	45
Gráfico N° 20: Representación gráfica de la capacitación en el servicio al cliente.....	46
Gráfico N° 21: Representación gráfica de capacitación al equipo de trabajo de atención al cliente.....	47

Gráfico N° 22: Representación gráfica de si el equipo de trabajo sabe sus roles y competencias de atención al cliente.....	48
Gráfico N° 23: Representación gráfica del cumplimiento de horarios de atención al cliente.....	49
Gráfico N° 24: Representación gráfica del sistema de archivo para atención a los clientes	50
Gráfico N° 25: Representación gráfica de protocolo de atención al cliente	51
Gráfico N° 26: Representación gráfica de vinculación de Visión y Misión con respecto al servicio al cliente.	52
Gráfico N° 27: Representación gráfica de los valores que mejore la satisfacción del cliente.....	53
Gráfico N° 28: Representación gráfica de los perfiles profesionales de las personas ...	54
Gráfico N° 29: Representación gráfica de la existencia de un buzón de sugerencias....	55
Gráfico N° 30: Representación gráfica de la excelencia de servicio a través de tiempos	56

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo No. 1: Cuestionario dirigido a clientes externos	83
Anexo No. 2: Cuestionario dirigido a empleados de la secretaría del colegio fiscal de Archidona.....	85
Anexo No. 3: Cuestionario dirigido a las autoridades del colegio fiscal de Archidona.....	87

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de titulación es un: “Plan de Estrategias de Servicio al Cliente del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Provincia de Napo, desde Enero a Junio del 2015” el objetivo principal es determinar la situación actual del servicio al cliente en la Institución educativa, esto mediante la observación preliminar; complementada con la técnica de las encuestas con preguntas cerradas dirigidas tanto a clientes externos e interno, la investigación fue de tipo cualitativo –cuantitativo. Los resultados determinaron que existen falencias en el servicio al usuario en la Institución Educativa, por lo que se propone el Plan de estrategias de servicio al cliente con la siguiente propuesta que contiene: manejo comunicacional mediante canales de comunicación, mejorar la imagen Corporativa, utilizar técnicas de sistematización de archivo, estandarizar el servicio y atención al cliente, estructurar un programa de capacitación continua y definir indicadores de gestión para dar seguimiento a la atención al cliente, con esta aplicación se podrá brindar una atención de calidad y calidez en la institución educativa.

Palabras claves: Institución Educativa, Plan de Estrategias, Servicio al Cliente, mejora continua.

.....
Ing. Gladis Lucía Cazco Balseca

DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

SUMMARY

This research work is intended to develop a “Service Strategies Plan for the Public Diurnal High School: Archidona” from Archidona in Napo province, during the January-June 2015 academic term”, this research aims to determine the current status of the customer service in the educational institution, it was carried out through preliminary analysis supplemented by survey techniques with closed questions which are addressed to internal and external clients, this survey was qualitative- quantitative. The results determined that there are flaws in customer service in the educational institution, it was therefore proposed a Customer Service Strategies Plan with the following proposal: manage communications through communication channels, enhance the corporate image, use techniques of systematization of file, standardize the service and customer service, structuring a program of steady training and define performance indicators to monitor the customer, as well as, this application provides the quality of educational institution service in regarding effectiveness and kindness.

KEY WORDS: Educational Institution, Strategies Plan, Customer Service, Steady Improvement.

INTRODUCCIÓN

El Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, es una Institución Educativa, que se ha modernizado en los aspectos educativos y pedagógicos, pero no en lo que es la atención al cliente, a diario se presentan quejas de la atención que se da en las ventanillas de servicios y muchos padres y madres de familia han decidido cambiar de Institución Educativa a sus hijos.

En este tipo de Instituciones en donde el Ministerio de Educación hace control y seguimiento a lo que son los aspectos educativos e infraestructura, el componente de atención al cliente queda en un segundo plano, ya que a los estudiantes y padres de familia se les considera como parte de la Institución y por lo tanto no se trabaja para mejorar la atención, razón que motivó la realización de este trabajo de titulación, el mismo que se espera aportar con estrategias adecuadas de servicio al cliente en el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona.

El trabajo de titulación está compuesto por cuatro capítulos, cada uno de ellos contiene lo siguiente:

Capítulo I: El problema, planteamiento del problema, formulación del problema, delimitación del problema, justificación y objetivos.

El Capítulo II: Contiene el Marco Teórico con: Antecedentes investigativos, antecedentes históricos, fundamentación teórica, hipótesis o ideas a defender y variables.

El Capítulo III, contiene: Marco Metodológico que incluye: Modalidad de la investigación, Tipos de investigación, Población y muestra, métodos técnicas e instrumentos, resultados, verificación de la hipótesis o idea a defender.

Capitulo IV. Marco Propositivo, Título y contenido de la propuesta. Finalmente se completa con las conclusiones, recomendaciones y bibliografía consultada, además de los anexos.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

El Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, es una Institución Educativa, que posee 44 docentes, 800 estudiantes en la sección diurna y 120 en la sección nocturna, es el único colegio laico de la ciudad.

La planta administrativa, cuenta con cinco unidades, habiendo sido observada por el Ministerio de Educación, debido al deficiente servicio, por no contar con un adecuado sistema de información académica como: registros de matrículas, calificaciones, certificados de pases de año, y otros.

La situación económica de la Institución, es otro factor que afecta al normal funcionamiento administrativo. La falta de un reglamento Operativo es otra causa, que afecta al desenvolvimiento de las actividades. Otro de los graves problemas, es la infraestructura física de su edificación, que no cuenta con los adecuados servicios básicos, existiendo un verdadero caos en el momento de utilizar los mismos por parte de los estudiantes y docentes.

En lo referente al servicio al cliente, el personal que atiende no está capacitado para brindar un servicio adecuado, ellos tratan al cliente que en estos casos son los padres de familia y los estudiantes de una manera desagradable, sin ninguna norma de cortesía y consideraciones especiales.

Así mismo la Institución como la mayoría de las Instituciones Educativas, se preocupan más por lo que es la cuestión pedagógica, en lo que corresponde al servicio al cliente no tienen elaborado un protocolo y peor aún un plan de servicio al cliente, si se revisa el Plan Educativo Institucional, en este no se considera la atención al cliente, todo está concentrado en lo que es el cumplimiento de los aspectos educativos exigidos por el Ministerio de Educación, otros aspectos que son importantes para el desempeño y la categorización Institucional no son analizados.

1.1.1. Formulación del problema de investigación

¿Cómo impacta un Plan de Estrategias de Servicio al Cliente del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Provincia de Napo, desde enero a junio del 2015?

1.1.2. Delimitación del problema

Delimitación espacial.- El trabajo se realizará en el Cantón Archidona, Provincia de Napo; en el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona.

Delimitación temporal.- Para cumplir los objetivos de la investigación, se considerará el año lectivo 2014-2015.

1.2. JUSTIFICACIÓN

Para estructurar el **Aporte Teórico**, del trabajo de titulación, necesariamente se debe recurrir a fuentes de información primaria y secundaria, esta información más el diagnóstico preliminar en lo que corresponde al servicio al cliente en el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, se analiza la situación actual en las que la Institución brinda la atención al cliente; utilizando la metodología del árbol de problemas, se identifican las causas y los efectos, en este caso considerando como problema central la calidad de servicio al cliente, en esta forma se va estructurando el conocimiento teórico de la situación actual, que servirá como punto de partida para la toma de decisiones.

Cómo en la práctica no existe un modelo para el **Aporte Metodológico**, específico para cada caso de estudio, en este se ha generado un modelo que permitió cumplir los objetivos del trabajo de titulación, basado en algunas referencias escritas, especialmente en lo que tiene que ver a la metodología de investigación científica y sus aplicaciones a casos prácticos como estos, se hizo necesario recurrir a instrumentos para recolectar información de la fuente, realizar un análisis cuali-cuantitativa y emitir criterios haciendo deducciones de lo investigado y lo observado en el campo, situación que permite obtener resultados verdaderos y no sesgados y que esta metodología podrá servir para trabajos similares, referidos al servicio al cliente.

En lo que corresponde al **Aporte Práctico**; el plan que se presenta como resultado final del trabajo de titulación contiene estrategias de aplicación práctica en el día a día de la atención al cliente, cada una de estas toman en cuenta la situación actual como punto de partida y se hace la propuesta de mejora que se denomina, de aplicación práctica por parte de todas las personas en su relación cliente-cliente, o servicio-cliente; de manera que el trato sea recíproco, no se puede esperar solo que el servicio sea bueno y el cliente inadecuado en el trato, lo que se procura que exista reciprocidad en el trato entre las dos partes que es lo que dará un valor significativo a la Institución Educativa.

El **Aporte Académico**, está referido a la generación de nuevo conocimiento, partiendo de lo que se estudió en las aulas durante la formación profesional de la Universidad, esos conocimientos se consolidan cuando se hacen estos trabajos, además se generan nuevas ideas, nuevas teorías y paradigmas, que para otras personas generan interrogantes, que serán necesarias otras investigaciones o indagaciones para encontrar la respuesta, así es como se va construyendo nuevos conocimientos que se aplican en la situación académica del aprendizaje continuo y que será de utilidad en el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo general

Estructurar un Plan de Estrategias de Servicio al Cliente del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Provincia de Napo, en el año 2015.

1.3.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona.
- Aplicar estrategias para generar la calidad de servicio a los clientes internos y externos del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona.
- Desarrollar un plan para mejorar la atención al cliente en el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

2.1.1. Antecedentes históricos

En el año 1970 – 1971, un grupo de entusiasta educadores compuesta por los Señores Profesores Elena Armas, Edmundo Otero Tito Guerrero y Vicente Baquero, realizan el primer censo de aspirantes para una posible iniciación del Colegio Nocturno.

En el año 1979 se forma la Junta Cívica de Archidona, la cual dio inicio a la Cantonización de Archidona, siendo aprobado el 21 de Abril de 1980. En este mismo año los señores Vicente Baquero y Aníbal Yépez, plantean 14 puntos programáticos para impulsar la Educación Nocturna, dando como el primer paso con la Generosa oferta del Sr. Aníbal Yépez, donar una hectárea de terreno para implementación del colegio.

El 18 de septiembre de 1981, se firma el compromiso de donación de terreno entre el Señor Jefe Político de Cantón, y el Sr. Aníbal Yépez, sin embargo existe la negación del Ministro de Educación para la creación del Colegio Nocturno por el déficit de recursos económicos y la inexistencia de un patrocinio para crear el Colegio Diurno. Con el apoyo de la Junta Cívica y la Sociedad Pro- Adelanto deciden crear el Colegio Particular Nocturno el 5 de septiembre 1981, funcionando en las aulas de la escuela Rodríguez Fabregat. Este mismo año, se inscriben 43 alumnos aspirantes al 1er curso, y la recolección de 240 firmas respaldo de la ciudadanía para la elaboración de los primeros documentos del colegio y una cuota de buena voluntad por parte de los maestros para la creación del colegio.

Con la ayuda del Dr. Galo Vayas Salazar que fuese presidente de la comisión del Presupuesto del Congreso Nacional, se plasma la creación del Colegio Fiscal Laico Nocturno.

Nombre del Colegio.- Ante la creación del Cantón Archidona y haciendo honor a esta tierra se solicita que se lleve el nombre de Colegio Nacional Mixto Nocturno “Cantón Archidona”, con el acuerdo # 007724 del 30 de noviembre de 1981 por el Ministro de Educación y Cultura el Dr. Claudio Malo Gonzales Ministro, durante el período del Dr. Oswaldo Hurtado Larrea, Presidente de la República del Ecuador. El 09 de diciembre de 1981, el Director Provincial de Educación encarga el rectorado de la institución recién creada, al Lic. Hugo Mancheno y prosiguiendo la administración otros.

El Colegio se inaugura el 14 de diciembre de 1981, con 16 maestros de buena voluntad, decididos a impartir una educación de calidad dirigida a los jóvenes de nuestro querido Cantón. Desde el año 1981 – 1983 no se asignó recurso alguno por parte del Gobierno, sin embargo, la UNE de Napo, la Dirección Provincial de Educación, la Escuela “Enrique Rodríguez Fabregat”, pusieron a disposición los maestros y materiales disponibles para su funcionamiento, siendo su Directora la señora profesora Elena Armas de Páez.

2.1.2. Misión

“Somos el Colegio Fiscal Diurno “Cantón Archidona” con sección nocturna, situado en el Cantón Archidona, Provincia de Napo en la región Amazónica; formamos bachilleres técnicos en Comercio y Administración con las especialidades de: Contabilidad y Administración, Organización y Gestión de la Secretaria y Técnicos en Turismo especialidad Agencia de Viajes.

Competentes para atender los requisitos de servicios administrativos en instituciones públicas y privadas. Contamos con un personal docente especializado en cada una de las áreas, de conformidad con los TIC's, enmarcados en la normativa vigente, en la propuesta de la reforma del Bachillerato Técnico y la aplicación de alianzas estratégicas entre instituciones, el uso de tiempo y recursos a la implantación de estrategias de innovación permanente; así como el compromiso de mejorar las condiciones de vida y trabajo de los estudiantes. Entregando ciudadanos emprendedores, críticos, con poder de decisión y atendiendo los perfiles que exige el medio laboral tanto en el ámbito local, regional y nacional”.

2.1.3. Visión

“Educandos comprometidos con el bienestar social, que promuevan procesos productivos con respeto y sostenibilidad de la naturaleza, la diversidad étnica y cultural desde un pleno desarrollo personal, valorando su identidad y autoestima. Bachilleres competentes en procesos científicos y técnicos capaces de insertar en el mundo laboral de una sociedad globalizada conscientes de su propia realidad, demostrando actitudes de investigación y emprendimiento, con autonomía y libertad en la elección de la profesión u oficio”.

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1. ¿Quién es el cliente?

En términos generales, cliente es cualquier persona que tiene una necesidad o deseo por satisfacer y que tiende a solicitar y/o utilizar los servicios de un profesional o empresa. Para poder determinar las características de los clientes que estamos atendiendo, las empresas deben, de ser posible, realizar una investigación, lo que en muchos casos podría suponer una fuerte inversión de recursos económicos, personal y tiempo.

ABC conceptos (2014) expone:

En economía el concepto permite referirse a la persona que accede a un **producto o servicio** a partir de un pago. Existen clientes que constantes, que acceden a dicho bien de forma asidua, u ocasionales, aquellos que lo hacen en un determinado momento, por una necesidad puntual.

En esta cita se refiere a un cliente que recibe un producto o servicio por un pago y que tal en el caso de las Instituciones públicas en Ecuador en las mismas que es obligación de Servidor prestar atención adecuada al cliente sin ninguna remuneración, ya que esta persona esta pagado por el Gobierno. En base a eso también puede generarse otra idea que no necesariamente es referente a lo económico, sino también a lo que se denomina Responsabilidad Social.

También se puede decir que es cualquier persona que tiene una necesidad o deseo por satisfacer, y que tiende a solicitar y utilizar los servicios brindados por una empresa o persona que ofrece dichos servicios. (P. 17-18)

2.2.2. Características de los clientes

Los consumidores, clientes y usuarios (2010).

El punto de partida de las técnicas de marketing* y del plan de acción empresarial es el análisis de las características del cliente y la determinación de perfiles que permitan clasificar a los clientes en grupos, y adoptar medidas de atención específicas.

El estudio en profundidad (necesidades, expectativas, demandas, satisfacciones, etc.) del cliente posibilitará el establecimiento de pautas de actuación adecuadas para la consecución de un servicio de calidad. Este estudio o análisis debe ser periódico para conseguir una adaptación adecuada de las pautas de actuación y también de los posibles cambios surgidos en el sector farmacéutico y en las necesidades de los clientes. Los continuos cambios en el entorno, en el diseño de productos, etc., determinan los cambios en los gustos, necesidades, motivaciones y expectativas de los clientes. Esta adaptación de la actividad farmacéutica al entorno y a las necesidades de los clientes permitirá llegar a la satisfacción de los consumidores.

Esta cita hace notar la importancia de analizar al cliente, para definir un producto y sus características, en algunos casos los clientes no pertenecen a un estrato socio-económico específico, sino que como en el caso de la investigación pertenecen a varios estratos sin embargo todos tienen los mismos derechos y las mismas obligaciones. (p.24).

ABC conceptos (2014) explica.

Por otro lado, existen los **clientes satisfechos** o **clientes insatisfechos**, de acuerdo al tipo de resultado que haya tenido el intercambio comercial. Los clientes tiene necesidades que la **empresa** o el vendedor debe satisfacer. Estas necesidades generan en el individuo una serie de expectativas con respecto al producto o servicio. Si dichas expectativas son frustradas, es decir si las necesidades no son satisfechas, es muy

probable que el cliente deje de comprar en aquel sitio o, más específicamente, el producto en cuestión.

Este principio básico de la **mercadotecnia** dio lugar al famoso postulado que señala que “*el cliente siempre tiene razón*”. La empresa, por lo tanto, debe centrar sus esfuerzos en la satisfacción del cliente, ya que un cliente satisfecho seguirá comprando y gastando su dinero en la empresa.

Señala los dos tipos universales de clientes los satisfechos e insatisfechos, aunque también se pueden tener otras características de clientes, tomando en cuenta la constancia pueden ser: clientes ocasionales y clientes permanentes. También pueden existir buenos clientes y malos clientes en relación al cumplimiento de una obligación y comportamiento al solicitar la prestación de un servicio. (p. 56-57)

2.2.3. Estrategias de servicio al cliente

Centro para la Promoción y acción de la mujer (2013) dice:

Atención y servicio no son lo mismo, el cliente o la clienta se fija en todos los detalles y reacciona ante ellos. Debes conocer los cinco elementos básicos a valorar para mantener un eficiente control sobre los procesos de atención al cliente. Los elementos básicos a tener en cuenta son:

- Elementos tangibles: Como las instalaciones y los equipos de la empresa, la presentación del personal, los materiales de comunicación y la exhibición de los productos.
- Cumplimiento: Implica desarrollar el servicio prometido oportunamente, es decir, lo que el/la vendedor/a ofrece en palabras lo cumpla con la entrega del producto o servicio.
- Disposición: Es ayudar a los/as clientes/as a escoger el producto, proporcionándoles una asesoría para que se sienta satisfechos/as.
- Cualidades del personal: Los/as vendedores/as deben demostrar que son competentes en su trabajo y capaces de inspirar confianza.

- Empatía: Los/as vendedores/as deben conocer al cliente/la clienta, entender sus necesidades y mantener con él/ella una comunicación positiva y permanente. (p. 103)

Este autor cita cinco consideraciones que pueden convertirse en estrategias de atención al cliente, que son importantes de tomar en cuenta para la elaboración de cualquier plan de atención al cliente.

Según Cruz (2013).

La calidad en el servicio al cliente es uno de los puntos primordiales que se deben cumplir dentro de cada una de las empresas; sin importar el tamaño, estructura y naturaleza de sus operaciones, deben de demostrar la capacidad que tienen para desempeñarse en esta área, ya que al ser la primera imagen que se da a los clientes ayuda a mantenerse en la preferencia de los mismos, y si se llega a alterar pueden convertirse en una amenaza. Más sin embargo, en muchas ocasiones puede llegar a ser empleado por las organizaciones incorrectamente, afectando tanto al desarrollo y crecimiento de las mismas, por lo cual, principalmente se debe definir la importancia de dicho servicio al cliente, para poder estructurar adecuadamente la forma más óptima de llevarlo a cabo.

La imagen que se brinda a primera vista es lo que impacta en el cliente, por lo tanto entre las estrategias debe estar definir una adecuada imagen corporativa y de atención preferencial al cliente. (p. 37)

La imagen corporativa, es considerada importante en el desempeño de las organizaciones modernas, el Estado mismo promueve que el servicio al cliente en Instituciones Públicas, el trato al cliente sea exclusivo, inclusive existen buzones para quejas cuando han recibido un trato inadecuado en el servicio que presta.

2.2.4. Estrategia

Para Contreras (2013). Debido a que la estrategia se caracteriza por tener múltiples opciones, múltiples caminos y múltiples resultados, es más complejo su diseño y son

más difíciles de implementar que otras soluciones lineales. Tal como lo afirma el autor, hablar de estrategia se puede convertir en una torre de babel en la que muchos expresan ideas y quieren hacerlas valer, pero que nadie entiende a nadie. Esto ha hecho que muchas organizaciones hayan implementado estrategias que las han empantanado y las han llevado a cometer errores graves, cuyo efecto ha sido alejarlas de los verdaderos objetivos hacia los cuales querían llegar o encaminarse. (p. 87-88)

Porter (2011). “La estrategia competitiva consiste en ser diferente. Significa la selección deliberada de un conjunto de actividades distintas para entregar una mezcla única de valor. (p. 53)

Los dos autores coinciden con que la estrategia es una forma de hacer diferente las operaciones, es mejorar competitivamente en relación a un patrón común de Instituciones y Organizaciones, es buscar alternativas para ser mejores y desplazar a otros del camino de la rutina.

2.2.5. Servicio

Aguilar y Vargas (2010) exponen:

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.

- Servicio es en primer lugar un proceso. Mientras que los artículos son objetos, los servicios son realizaciones
- El servicio no es más que el conjunto de soportes que rodean al acto de comprar.
- Los servicios hacen referencia algunas veces a bienes intangibles y una de sus principales características es que en general coincide el momento de su producción con el momento de consumo.
- Los servicios afectan a la producción y al consumo de bienes, son intangibles y se caracterizan porque pueden consumirse al mismo tiempo que se producen. Las actividades de servicios suelen ser frecuentemente intensivas en la utilización de la fuerza de trabajo. (p. 12-13)

El servicio dice es una serie de prestaciones, es poner a consideración algo en bien de un conglomerado social, cuando el servicio está mal dado afecta a la producción o también a la reputación de la Institución, por lo que siempre es bueno brindar un buen servicio.

2.2.6. Calidad

Para Villafaña (2012).

La totalidad de particularidades y características de un producto o servicio que influye sobre su capacidad de satisfacción de determinadas necesidades.

La calidad es una variable precisa y medible, las diferencias en calidad reflejan diferencias en cantidad de algún atributo del producto.

La calidad es el resultado de las prácticas de ingeniería y manufactura (apego a las especificaciones).

Producto con calidad es aquél que es funcional a un precio aceptable (apego a normas a un costo aceptable).

Las particularidades de un bien o un servicio es lo que determina la calidad, esto según el autor genera impacto positivo o negativo en lo que se denomina satisfacción o desaprobación. (p. 34-35)

Según Tari (2011).

El reto de la empresa es adquirir una competitividad a través de productos de alta calidad a bajo coste. Aunque no resulta sencillo, un camino para conseguirlo es la implantación de programas de mejora de la calidad que pueden proporcionar respuestas válidas a las necesidades de los clientes, y por otro lado disminuir el tiempo empleado en corregir errores, permitiendo a la organización alcanzar una posición inmejorable para conseguir ventajas competitivas. En definitiva, muchas organizaciones grandes y pequeñas han llegado a la conclusión de que la efectividad de la dirección de la calidad

(TQM) puede reforzar su competitividad y proporcionar ventajas competitivas en el mercado.

El autor hace referencia a la competitividad, considerando que cada Institución u Organización se esfuerza por ser mejor cada día y esto lo consigue mejorando la calidad del servicio o del producto, para ello continuamente están innovando, revisando procesos, haciendo cambios, todo con la finalidad de satisfacer al cliente y mejorar sus beneficios, cuando la Institución es para lucro.

2.2.7. Componentes del servicio

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2010).

Para entender mejor el servicio que ofrecemos, y de esta manera, ofrecer un verdadero servicio de calidad, este debe ser entendido, englobando a todos los diferentes elementos que intervienen en su prestación. Los componentes en un servicio son: Para entender mejor el servicio que ofrecemos, y de esta manera, ofrecer un verdadero servicio de calidad, este debe ser entendido, englobando a todos los diferentes elementos que intervienen en su prestación. Los componentes en un servicio son:

El cliente: Es la razón de ser del servicio, por lo tanto, y en la medida de lo posible, el servicio debe ser hecho a su medida para ajustarse a sus deseos y satisfacer sus necesidades.

El soporte físico: Constituido por todos los elementos materiales necesarios para la prestación del servicio. Puede ser de dos tipos:

a. Instrumentos necesarios para prestar el servicio. Como por ejemplo muebles, enseres y máquinas.

b. Entorno: Todo lo que se encuentra alrededor, tal como localización, edificios, decorado, facilidades.

El personal de contacto: Son las personas encargadas del contacto directo con el cliente. Muchas veces son la cara del servicio por lo que tienen que ser debidamente capacitadas para poder satisfacer las necesidades de cada tipo de cliente.

El servicio: Es el resultado de la interacción entre el cliente, el soporte físico y el personal de contacto que, adicionalmente, es lo que hace distintiva a la empresa que lo presta, ya que producirá la satisfacción de una necesidad y el cumplimiento de una expectativa.

El sistema de organización interna: Es la base de la empresa y lo constituye todas las funciones organizativas clásicas tales como finanzas, contabilidad, personal y suministros entre otras. (p. 112-114)

Existen algunos componentes del servicio, entre estos el cliente y que se consideraría el más importante, también el soporte físico, el personal de contacto, el servicio que es otro componente importante y el sistema de Organización interna que es el problema central en el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona.

2.2.8. Plan

Centro de promoción y acción de la mujer (2013) explica:

Es el momento en que se determinan y se asignan las tareas, se definen los plazos de tiempo y se calcula el uso de los recursos. Un plan de acción es una presentación resumida de las tareas que deben realizarse por ciertas personas, en un plazo de tiempo específicos, utilizando un monto de recursos asignados con el fin de lograr un objetivo dado El plan de acción es un espacio para discutir qué, cómo, cuándo y con quien se realizaran las acciones.

Según ABC conceptos, (2014):

Un **plan** es una **intención** o un **proyecto**. Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una **acción**, con el objetivo de dirigirla y encauzarla. En este sentido, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra.

Un **plan económico** se encarga de la gestión de la actividad económica de una **empresa**, un sector o una región.

Un **plan de inversiones** establece el destino que se les dará a los recursos financieros de una empresa. (p. 123-124)

Según las contribuciones de los autores un plan es una acción, la misma que tiene un orden, definido, con sus elementos estructurados adecuadamente y si se trata de un plan de servicio al cliente, siempre se pensará en ellos y en sus gustos y preferencias, el plan es un instrumento que permite avanzar y cumplir los objetivos propuesto.

Toda empresa diseña planes para el logro de sus objetivos y metas planteadas, esto planes pueden ser a corto, mediano y largo plazo, según la amplitud y magnitud de la empresa. Es decir, su tamaño, ya que esto implica que cantidad de planes y actividades debe ejecutar cada unidad operativa, ya sea de niveles superiores o niveles inferiores.

Ha de destacarse que el presupuesto refleja el resultado obtenido de la aplicación de los planes es de considerarse que es fundamental conocer y ejecutar correctamente los objetivos para poder lograr las metas trazadas por las empresas.

Para Canela (2012):

También es importante señalar que la empresa debe precisar con exactitud y cuidado la misión que se va regir la empresa, la misión es fundamental, ya que esta representa las funciones operativas que va a ejecutar en el mercado y va a suministrar a los consumidores.

Primero, la planeación trata con el porvenir de las decisiones actuales. Esto significa que la planeación observa la cadena de consecuencias de causas y efectos durante un tiempo, relacionada con una decisión real o intencionada que tomará el director. La esencia de la planeación estratégica consiste en la identificación sistemática de las oportunidades y peligros que surgen en el futuro, los cuales combinados con otros datos importantes proporcionan la base para qué una empresa tome mejores

decisiones en el presente para explotar las oportunidades y evitar los peligros. Planear significa diseñar un futuro deseado e identificar las formas para lograrlo.

También debería entenderse como un proceso continuo, especialmente en cuanto a la formulación de estrategias, ya que los cambios en el ambiente del negocio son continuos. La idea no es que los planes deberían cambiarse a diario, sino que la planeación debe efectuarse en forma continua y ser apoyada por acciones apropiadas cuando sea necesario. (p. 38-39).

La planeación es una actitud, una forma de vida; requiere de dedicación para actuar con base en la observación del futuro, y una determinación para planear contante y sistemáticamente como una parte integral de la dirección. Además, representa un proceso mental, un ejercicio intelectual, más que una serie de procesos, procedimientos, estructuras o técnicas prescritos.

2.2.8.1. Análisis de Involucrados

Según Armijo, C. (2010):

Es muy importante estudiar a cualquier persona o grupo, institución o empresa susceptible de tener un vínculo con un proyecto dado. El análisis de involucrados permite optimizar los beneficios sociales e institucionales del proyecto y limitar los impactos negativos. Al analizar sus intereses y expectativas se puede aprovechar y potenciar el apoyo de aquellos con intereses coincidentes o complementarios al proyecto, disminuir la oposición de aquellos con intereses opuestos al proyecto y conseguir el apoyo de los indiferentes. El análisis de involucrados implica:

- Identificar todos aquellos que pudieran tener interés o que se pudieran beneficiar directa e indirectamente (pueden estar en varios niveles, por ejemplo, local, regional, nacional)
- Investigar sus roles, intereses, poder relativo y capacidad de participación.
- Identificar su posición, de cooperación o conflicto, frente al proyecto y entre ellos y diseñar estrategias con relación a dichos conflictos.

- Interpretar los resultados del análisis y definir cómo pueden ser incorporados en el diseño del proyecto.

2.2.8.2. Análisis del Problema

Al preparar un proyecto, es necesario identificar el problema que se desea intervenir, así como sus causas y sus efectos. El procedimiento contempla los siguientes pasos:

- Analizar e identificar lo que se considere como problemas principales de la situación a abordar.
- A partir de una primera “lluvia de ideas” establecer el problema central que afecta a la comunidad, aplicando criterios de prioridad y selectividad.
- Definir los efectos más importantes del problema en cuestión, de esta forma se analiza y verifica su importancia.
- Anotar las causas del problema central detectado. Esto significa buscar qué elementos están o podrían estar provocando el problema.
- Una vez que tanto el problema central, como las causas y los efectos están identificados, se construye el árbol de problemas. El árbol de problemas da una imagen completa de la situación negativa existente.

Revisar la validez e integridad del árbol dibujado, todas las veces que sea necesario. Esto es, asegurarse que las causas representen causas y los efectos representen efectos, que el problema central este correctamente definido y que las relaciones (causales) esté correctamente expresado.

El análisis resulta más valioso cuando se efectúa en forma de taller en el que participan las partes interesadas (que conocen la problemática) y animado por una persona que domina el método y la dinámica del grupo.

2.2.8.3. Análisis de Objetivos

El análisis de los objetivos permite describir la situación futura a la que se desea llegar una vez se han resuelto los problemas. Consiste en convertir los estados negativos del árbol de problemas en soluciones, expresadas en forma de estados positivos. De hecho, todos esos estados positivos son objetivos y se presentan en un diagrama de objetivos en

el que se observa la jerarquía de los medios y de los fines. Este diagrama permite tener una visión global y clara de la situación positiva que se desea.

Una vez que se ha construido el árbol de objetivos es necesario examinar las relaciones de medios y fines que se han establecido para garantizar la validez e integridad del esquema de análisis. Si al revelar el árbol de causas y efectos se determinan inconsistencias es necesario volver a revisarlo para detectar las fallas que se puedan haber producido. Si se estima necesario, y siempre teniendo presente que el método debe ser todo lo flexible que sea necesario, se deben modificar las formulaciones que no se consideren correctas, se deben agregar nuevos objetivos que se consideren relevantes y no estaban incluidos y se deben eliminar aquellos que no eran efectivos.

2.2.8.4. Análisis de Alternativas

Este análisis consiste en la selección de una alternativa que se aplicará para alcanzar los objetivos deseados. Durante el análisis de alternativas o estrategias, conviene determinar los objetivos DENTRO de la intervención y de los objetivos que quedarán FUERA de la intervención.

Este análisis requiere:

- La identificación de las distintas estrategias posibles para alcanzar los objetivos;
- Criterios precisos que permitan elegir las estrategias;
- La selección de la estrategia aplicable a la intervención.

En lo que corresponde a los criterios para elegir la alternativa más viable, se enumeran los siguientes:

- Factibilidad
- Costos.
- Tiempos
- Resultados de impacto en la mejora.
- Responsables.

Para seleccionar una alternativa se evalúan y comparan entre las identificadas como posibles soluciones del problema, para ello se realizan diferentes análisis como:

- Diagnóstico de la situación (área de estudio, áreas de influencia, población objetivo, demanda, oferta y déficit).
- Estudio técnico de cada alternativa (tamaño, localización, tecnología).
- Análisis los costos de las actividades que cada alternativa demanda.
- Análisis de los beneficios.
- Se hace una comparación a través de algunos criterios e indicadores y de esta comparación tomamos la que muestra los mejores resultados. (p. 20-21).

El propósito de las estrategias, entonces, es determinar y comunicar a través de un sistema de objetivos y políticas mayores, una descripción de lo que se desea que sea la empresa. Las estrategias muestran la dirección y el empleo general de recursos y de esfuerzos. No tratan de delinear exactamente cómo debe cumplir la empresa sus objetivos, puesto que ésta es la tarea de un número enorme de programas de sustentación mayores y menores.

En la práctica, la mayor parte de las estrategias tienen su origen en consultas que se hacen sobre casos específicos y especiales, que para su absolución suben a lo largo de la escala jerárquica.

La planeación, para que sea sumamente práctica y eficaz, deberá tomar en cuenta y adaptarse a las reacciones de las gentes a quienes afecta. Una decisión dada, que pudiera resultar óptima, será quizá poco conveniente y por lo tanto desechada cuando las acciones de quienes se opongan a ella no sean tomadas en consideración. Por lo tanto, es necesario establecer estrategias en la planeación.

La "estrategia" serán los cursos de acción que se implantan después de haber tomado en consideración contingencias imprevisibles respecto de las cuales se dispone de información fragmentada, y sobre todo la conducta de los demás.

La estrategia tiene una dimensión en el tiempo. Unas decisiones son irreversibles, mientras otras cambian cuando se presenta la oportunidad o necesidad de que así sea.

Cedeño y Aliminate (2013). Detallan los pasos en el proceso de planificación que nace con la percepción de una situación problemática y la motivación para solucionarla.

2.2.8.5. FODA

Armijo, C. (2010), explica:

La Matriz FODA: es una estructura conceptual para un análisis sistemático que facilita la adecuación de las amenazas y oportunidades externas con las fortalezas y debilidades internas de una organización.

Esta matriz es ideal para enfrentar los factores internos y externos, con el objetivo de generar diferentes opciones de estrategias.

(F) Fortaleza; (O) Oportunidades; (D) Debilidades; (A) Amenazas.

El enfrentamiento entre las oportunidades de la organización, con el propósito de formular las estrategias más convenientes, implica un proceso reflexivo con un alto componente de juicio subjetivo, pero fundamentado en una información objetiva. Se pueden utilizar las fortalezas internas para aprovechar las oportunidades externas y para atenuar las amenazas externas. Igualmente una organización podría desarrollar estrategias defensivas orientadas a contrarrestar debilidades y esquivar amenazas del entorno.

Las amenazas externas unidas a las debilidades internas pueden acarrear resultados desastrosos para cualquier organización. Una forma de disminuir las debilidades internas, es aprovechando las oportunidades externas.

La matriz FODA: Conduce al desarrollo de cuatro tipos de estrategias.

La estrategia FO. Es basa en el uso de fortalezas internas de la organización con el propósito de aprovechar las oportunidades externas. Este tipo de estrategia es el más recomendado. La organización podría partir de sus fortalezas y a través de la utilización

de sus capacidades positivas, aprovecharse del mercado para el ofrecimiento de sus bienes y servicios.

La estrategia FA. Trata de disminuir al mínimo el impacto de las amenazas del entorno, valiéndose de las fortalezas. Esto no implica que siempre se deba afrontar las amenazas del entorno de una forma tan directa, ya que a veces puede resultar más problemático para la institución.

La estrategia DA. Tiene como propósito disminuir las debilidades y neutralizar las amenazas, a través de acciones de carácter defensivo. Generalmente este tipo de estrategia se utiliza sólo cuando la organización se encuentra en una posición altamente amenazada y posee muchas debilidades, aquí la estrategia va dirigida a la sobrevivencia. En este caso, se puede llegar incluso al cierre de la institución o a un cambio estructural y de misión.

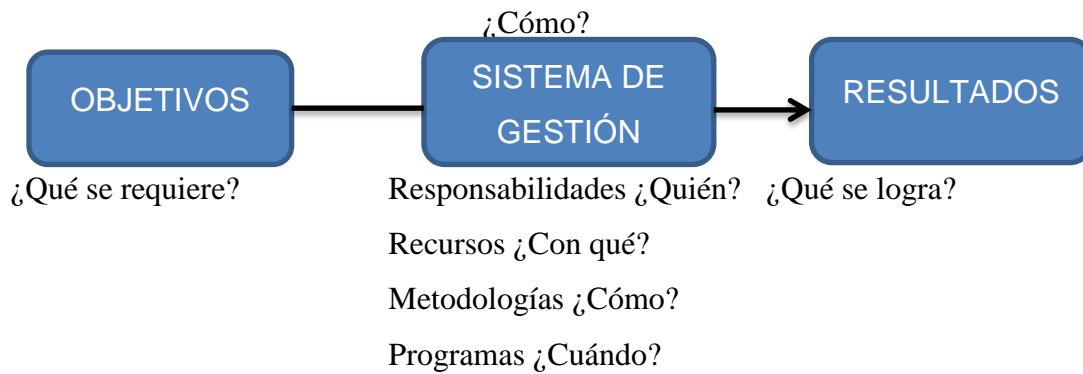
La estrategia DO. Tiene la finalidad mejorar las debilidades internas, aprovechando las oportunidades externas, una organización a la cual el entorno le brinda ciertas oportunidades, pero no las puede aprovechar por sus debilidades, podría decir invertir recursos para desarrollar el área deficiente y así poder aprovechar la oportunidad.

La matriz FODA, es una herramienta que permite identificar las fortalezas, las debilidades, las oportunidades y las amenazas que son externas a la Organización y que inciden en el desempeño, en este caso cuando se habla de la gestión de calidad, que es un servicio continuo al cliente, es necesario utilizar esta herramienta, con la finalidad de partir desde ahí como un diagnóstico para hacer la propuesta del plan de servicio al cliente.

2.2.9. La gestión por procesos

Según Beltrán, J. Carmona, M. y Carrasco, R. (2012):

Un sistema de gestión por procesos, ayuda a una Organización a establecer las metodologías, los recursos, las actividades, que le permitan una gestión orientada hacia buenos resultados, o lo que es lo mismo la obtención de objetivos propuestos.



Elaborado por: Silvana Llori

En el enfoque basado en procesos, está relacionado a la gestión de calidad que define, un enfoque al cliente, en la cual las organizaciones dependen de los clientes y por lo tanto deberían entender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer los requisitos de los clientes y esforzarse por exceder las expectativas de los clientes. (p.13)

Se hace referencia a la gestión por procesos, que tiene relación a la aplicación de las normas de gestión de calidad que muchas Instituciones y Empresas trabajan para ello, inclusive obtienen las denominadas ISO, que son Certificaciones Internacionales, relacionadas a la mejora de todos sus procesos, para el caso particular del trabajo, se relaciona con el servicio al cliente, considerado como un actor fundamental para la vida útil de la Organización o Institución, sin clientes esta desaparece por lo que es importante darle la mayor importancia en la gestión del servicio.

2.3. HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER

2.3.1. Hipótesis General

El Plan de Estrategias de Servicio al Cliente mejorará la calidad del servicio que se brinda en el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Provincia de Napo.

2.3.2. Hipótesis específicas

- A través de él se realizan un diagnóstico preliminar y será posible determinar la calidad de servicio al cliente en el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona.

- Con la propuesta de un plan de estrategias se mejorará, el servicio al cliente internos y externos del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona.

2.4. VARIABLES

2.4.1. Variable independiente:

Plan de estrategias

2.4.2. Variable dependiente:

Atención al cliente

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de titulación, se realizó en el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Provincia de Napo, es de tipo cualitativo – cualitativo, puesto que las cualidades se tabulan con números y gráficos para presentar los resultados.

3.1.1. De campo

La investigación se realizará en el sitio donde se produce los archivos en el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Provincia de Napo, trabajando sobre la atención al cliente en su comportamiento en el año lectivo 2013-2014.

3.1.2. Bibliográfico – Documental

Para reforzar los resultados del análisis con el marco teórico, se obtendrá información y referentes teóricos desde libros, manuales, revistas, e internet como fuentes de información primaria.

3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

3.2.1. Exploratorio

Se explorará las condiciones necesarias e información suficiente para la realización del trabajo de titulación con las diferentes unidades de observación, revisando y analizando la situación actual del servicio al cliente en el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona.

3.2.2. Descriptivo

Se utilizará la investigación descriptiva para el análisis y descripción de los procesos improvisados de lo que es la atención al cliente en las ventanillas del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, además fue necesario describir la reacción de los clientes

frente a una situación molesta que no satisface su expectativa cuando requiere el servicio en la Institución Educativa.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

Para esta investigación el universo constituyen todos los actores vinculados al Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona.

Cuadro N°. 1: Definición de la población

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Directivos	5	1%
Atención al cliente	4	1%
Padres de familia – clientes externos	750	98%
TOTAL	759	100%

Fuente: Colegio Fiscal Cantón Diurno Cantón Archidona, Agosto 2015

Elaborado por: Silvana Llori

3.3.1. Muestra

Se acudió a la fórmula estadística para obtener la muestra, para definir a cuántos padres de familia se debe investigar, considerando que aportan con mayor eficacia información a fin de tener un estudio bien concienzudo o para hacer lo mejor.

$$n = Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N / (E^2)(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q$$

n=250

En el caso de los Directivos y las personas que trabajan en la ventanilla de servicios, las encuestas con preguntas semi-estructuradas, se lanza a todos; para los padres de familia y otros clientes externos se tiene la muestra calculada que debe trabajarse.

3.4. METODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Para obtener la información de los actores primarios e indagar la situación actual a partir de la cual se lo deberá mejorar, se utilizaron las siguientes técnicas de investigación:

3.4.1.1. Observación

Con esta técnica de observación, se pretende recabar la información necesaria que permita a la investigadora revisar la documentación en forma sistémica, verificando la situación real de la atención al cliente tanto interno como externo, por parte de las personas que tienen estas competencias en el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona.

3.4.1.2. Encuesta

Se lanzarán encuestas con preguntas cerradas, para que facilite la tabulación y análisis, los ítems, se direccionarán a obtener respuestas la atención al cliente. (Ver Anexos).

3.5. RESULTADOS

3.5.1. Resultados de la encuesta dirigida a los usuarios externos

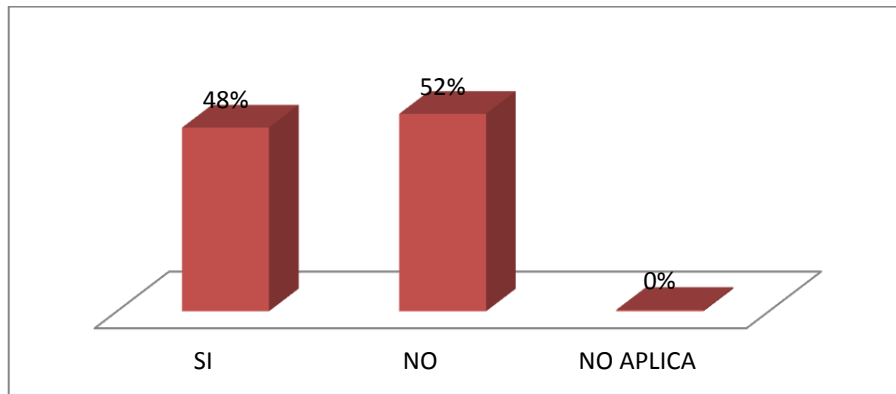
Los usuarios externos, se consideran los padres de familia, ex alumnos, personas particulares que se acercan a las oficinas de Secretaría, que esta direccionada para la atención al usuario en ocasiones por copias Certificadas de documentos, información de la situación de los alumnos u por averiguar la situación del establecimiento educativo.

1. ¿Los documentos requeridos son entregados de forma inmediata?

Cuadro N°. 2: Resultados de los documentos requeridos y entregados de forma inmediata

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	119	48%
NO	130	51,6%
NO APLICA	1	0,4%
TOTAL	250	100%

Gráfico N° 1: Representación gráfica de documentos requeridos y entregados de forma inmediata



Fuente: Encuestas a usuarios externos de Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Agosto 2015.

Elaborado por: Silvana Llori

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Los encuestados en su mayoría afirman que los documentos solicitados no son entregados de forma inmediata, lo que genera inconformidad en el servicio, demostrando poca eficiencia en los trámites para el análisis y entrega de los documentos solicitados, por los usuarios externos.

2. ¿Ha verificado usted que se da importancia al cliente?

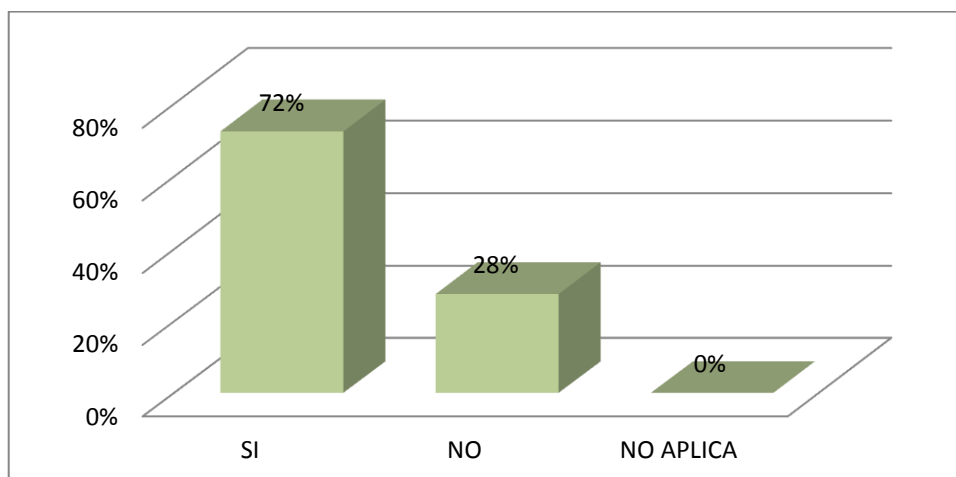
Cuadro N°. 3: Resultados de la importancia al cliente

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	181	72,4%
NO	69	27,6%
NO APLICA	0	0,0%
TOTAL	250	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvana Llori

Gráfico N° 2: Representación gráfica de la importancia al cliente



Fuente: Encuestas a usuarios externos de Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Agosto 2015.

Elaborado por: Silvana Llori

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

La mayoría de los encuestados afirman que se da importancia al cliente, en este caso usuario externo, es decir que en este aspecto si existe la predisposición de las personas que atienden a las personas a brindar respeto y atender con calidad, en lo que se denomina eficiencia del servicio.

3. ¿El trato brindado al cliente es el adecuado?

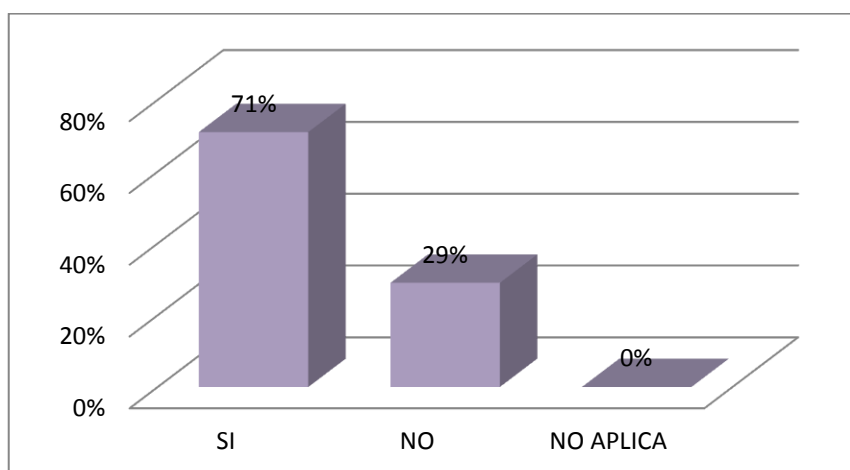
Cuadro N°. 4: Resultados del trato brindado al cliente

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	177	71%
NO	73	29%
NO APLICA	0	0,0%
TOTAL	250	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvana Llori

Gráfico N° 3: Representación gráfica del trato brindado al cliente



Fuente: Encuestas a usuarios externos de Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Agosto 2015.

Elaborado por: Silvana Llori

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

La mayoría de los usuarios o clientes, afirman que han recibido un trato adecuado, por parte de las personas encargadas de este servicio en el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, se verifica que en este aspecto se ha trabajado y el trato mejora en forma continua.

4. ¿Existe respeto en el trato que recibe del personal de la Institución?

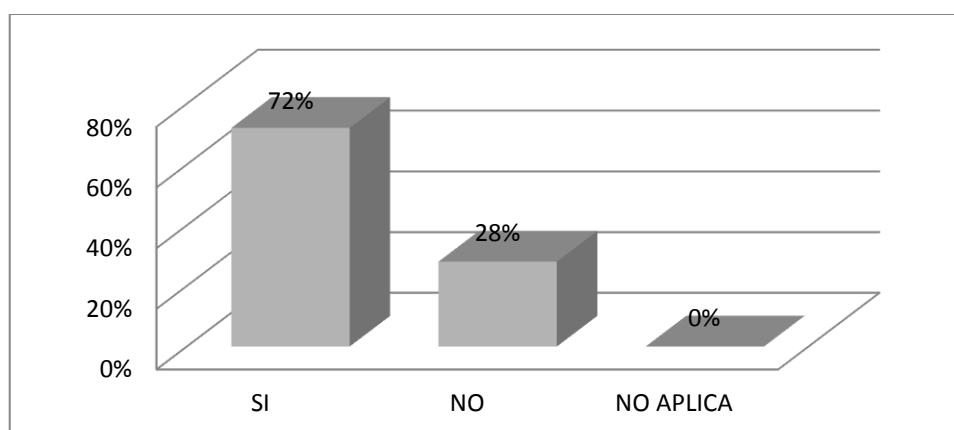
Cuadro N°. 5: Resultados del respeto en el trato del personal de la Institución

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	181	72%
NO	69	28%
NO APLICA	0	0,0%
TOTAL	250	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvana Llori

Gráfico N° 4: Representación gráfica del trato que recibe del personal de la Institución



Fuente: Encuestas a usuarios externos de Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Agosto 2015.

Elaborado por: Silvana Llori

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Un 72% que corresponden la mayoría afirman que reciben un trato adecuado de parte del personal de la Institución, aquí se incluyen no solo las personas de servicio al cliente, sino Docentes y también Autoridades, por lo que se infiere que en este aspecto existe satisfacción de los clientes.

5. ¿Se comunica adecuadamente los objetivos de una situación ocasional de atención al cliente?

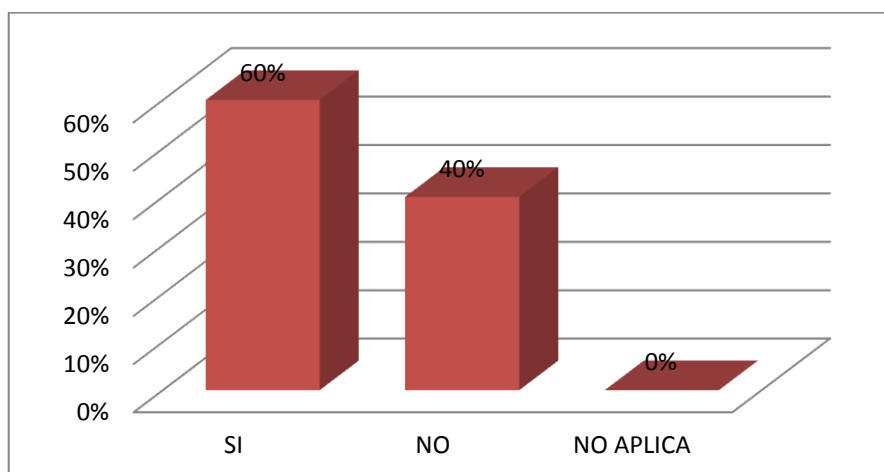
Cuadro N°. 6: Resultados de la comunicación de los objetivos ante una situación ocasional

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	149	60%
NO	101	40%
NO APLICA	0	0,0%
TOTAL	250	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvana Llori

Gráfico N° 5: Representación gráfica de comunicación de objetivos frente a situación ocasional.



Fuente: Encuestas a usuarios externos de Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Agosto 2015.

Elaborado por: Silvana Llori

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De las 250 personas encuestadas la mayoría esto es 60 & afirman que se comunican los objetivos de la Institución frente a una situación ocasional, siendo esta una fortaleza y no un nudo crítico, se debe trabajar para mantener o mejorar, ya que esto también aporta con la eficiencia al servicio al cliente.

6. ¿Se informa y se explica las razones de no atención oportuna a su solicitud?

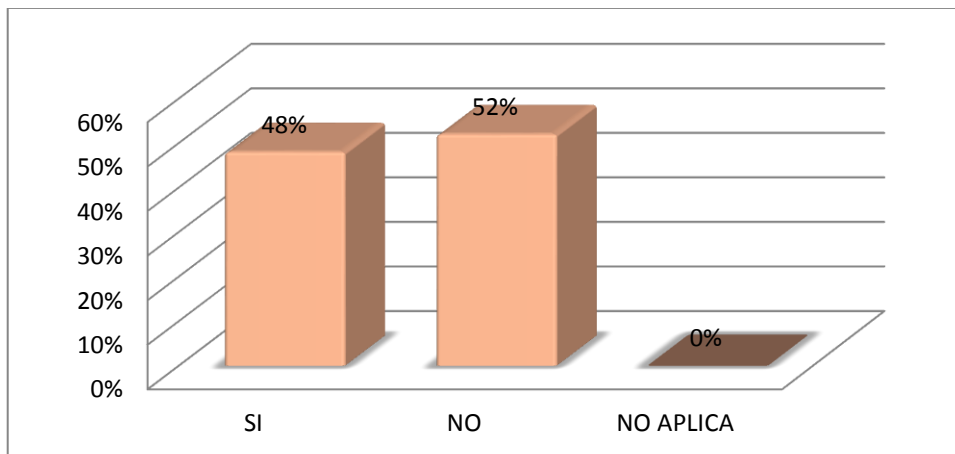
Cuadro N°. 7: Resultados no atención oportuna a una solicitud

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	121	48%
NO	129	52%
NO APLICA	0	0,0%
TOTAL	250	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvana Llori

Gráfico N° 6: Representación gráfica de no atención oportuna a una solicitud



Fuente: Encuestas a usuarios externos de Colegio Fiscal Diurna Cantón Archidona, Agosto 2015.

Elaborado por: Silvana Llori

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

La mayoría esto es un 52%, indican que no se explican las razones de la atención no oportuna a una solicitud, quiere decir que en este aspecto está fallando el Colegio, con sus responsables de atención al cliente y las Autoridades que son las que toman las decisiones, esta situación crea malestar en las personas y el prestigio Institucional no es el adecuado, hace falta analizar y tomar correctivos ante este nudo crítico.

7. ¿Se trabaja en horarios adecuados para atención al cliente?

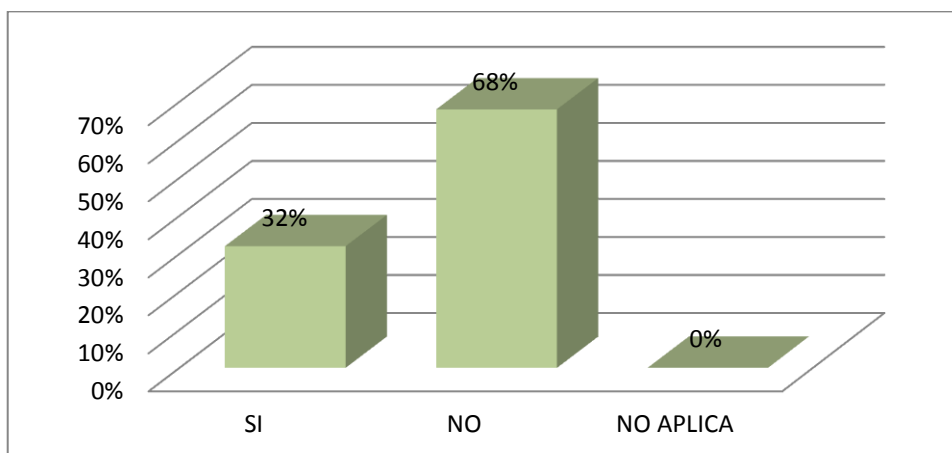
Cuadro N°. 8: Resultados de horarios de atención al cliente

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	79	32%
NO	171	68%
NO APLICA	0	0,0%
TOTAL	250	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvana Llori

Gráfico N° 7: Representación gráfica de horarios para atención al cliente



Fuente: Encuestas a usuarios externos de Colegio Fiscal Diurna Cantón Archidona, Agosto 2015.

Elaborado por: Silvana Llori

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De las personas encuestadas el 68% afirman que los horarios de atención al cliente, no son los más adecuados, no están comunicados y se genera malestar ya que las personas viene por un servicio y no encuentran atención, lo que genera poca eficiencia y trato inadecuado al cliente.

8. ¿Las personas que atienden al cliente están capacitadas adecuadamente?

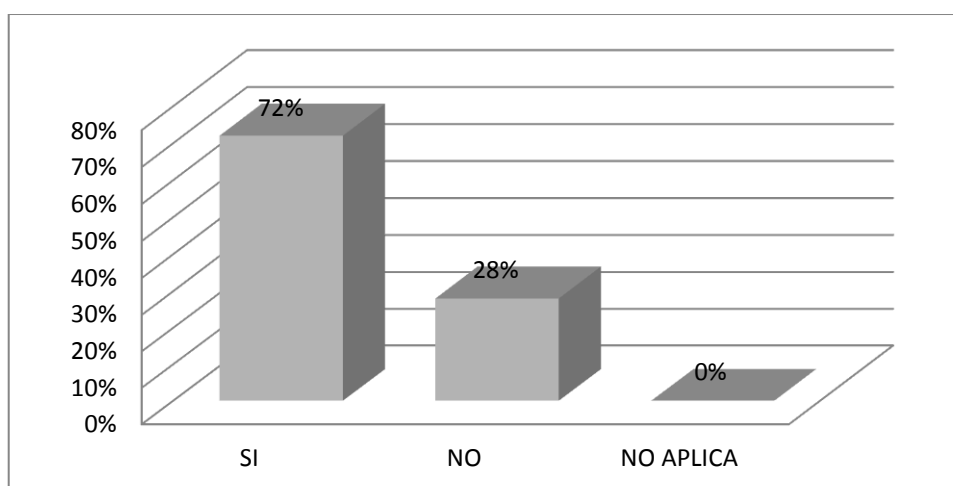
Cuadro N°. 9: Resultados de si existe capacitación en las personas que atienden al cliente

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	179	72%
NO	71	28%
NO APLICA	0	0,0%
TOTAL	250	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvana Llori

Gráfico N° 8: Representación gráfica de la capacitación de personas que atienden al cliente



Fuente: Encuestas a usuarios externos de Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Agosto 2015.

Elaborado por: Silvana Llori

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

La mayoría de personas encuestadas, creen que las personas que atienden al cliente si están capacitadas, en muchas ocasiones no ponen en práctica sus conocimientos, es obligación de la Institución mantener un plan de capacitación permanente.

9. ¿Las instalaciones y los servicios son adecuados para la atención al cliente?

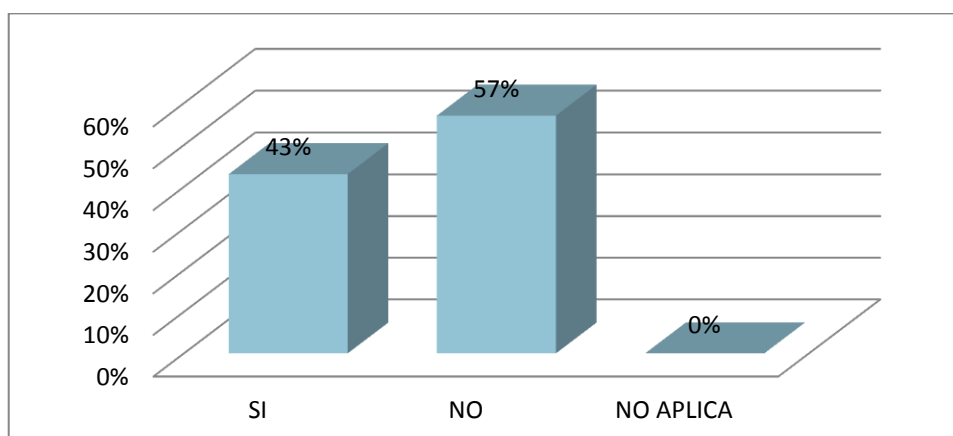
Cuadro N°. 10: Resultados de las condiciones de las instalaciones para atención al cliente

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	107	43%
NO	143	57%
NO APLICA	0	0,0%
TOTAL	250	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvana Llori

Gráfico N° 9: Representación gráfica de las condiciones de las instalaciones para atención al cliente



Fuente: Encuestas a usuarios externos de Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Agosto 2015.

Elaborado por: Silvana Llori

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De las 250 personas encuestadas un 57%, que constituyen la mayoría, consideran que las instalaciones para la atención al cliente no son las adecuadas, hace falta entonces realizar mejoras, para generar comodidad, que también es parte del trato adecuado al cliente y que bien se lo merece ya que es parte fundamental del prestigio Institucional.

10. ¿Se cuenta con las herramientas tecnológicas para facilitar la atención al cliente?

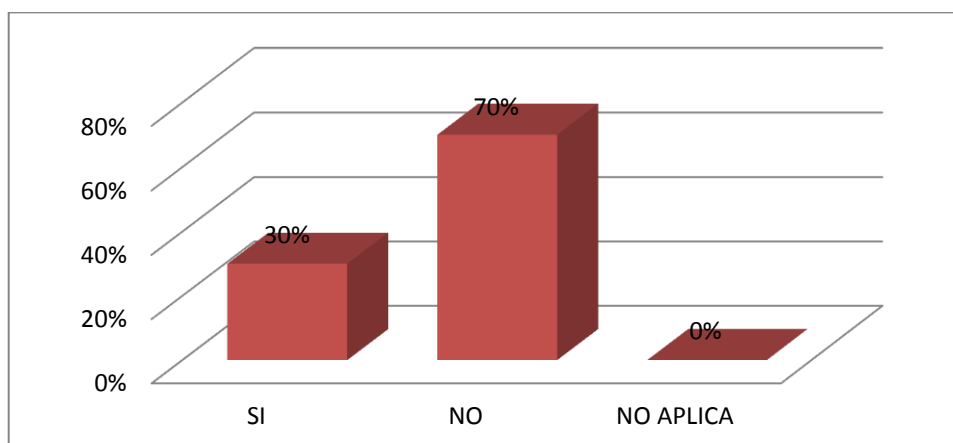
Cuadro N°. 11: Resultados, si cuenta con las herramientas tecnológicas para la atención al cliente.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	76	30%
NO	174	70%
NO APLICA	0	0,0%
TOTAL	250	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvana Llori

Gráfico N° 10: Representación gráfica si cuenta con las herramientas tecnológicas para la atención al cliente.



Fuente: Encuestas a usuarios externos de Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Agosto 2015.

Elaborado por: Silvana Llori

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

La mayoría de las personas encuestadas que corresponden a los clientes, no están conformes con la herramientas tecnológicas con que cuenta el Colegio para la atención al cliente, es importante resaltar que en la era de la tecnología, estas herramientas son fundamentales para dinamizar procesos, por lo que será necesario que se considere esta como una estrategia para mejorar la calidad del servicio al cliente.

3.5.2. Resultados de la encuesta dirigida a las Secretarias

1. ¿Sabe lo que es el termino empatía?

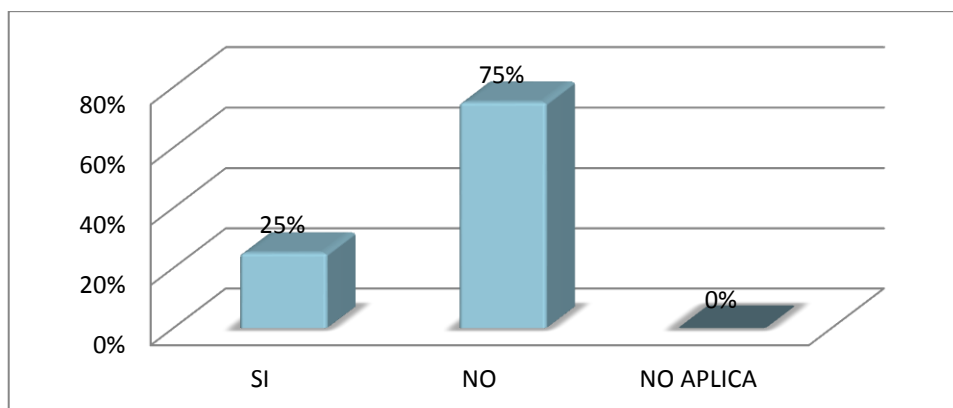
Cuadro N°. 12: Resultados del concepto de empatía

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	75%
NO	1	25%
NO APLICA	0	0,0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvana Llori

Gráfico N° 11: Representación gráfica del concepto de empatía



Fuente: Encuestas a Secretarias del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Agosto 2015.

Elaborado por: Silvana Llori

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

La mayoría de las secretarias y personas que atienden a los clientes, no saben lo que es el término empatía, concepto que se aplica en forma permanente cuando se trata con otra persona, en este caso lo que falta es capacitación en el Servicio al cliente, en este tipo de eventos se analiza a profundidad estos conceptos que son básicos e importantes.

2. ¿Sabe cómo tratar al cliente interno y externo?

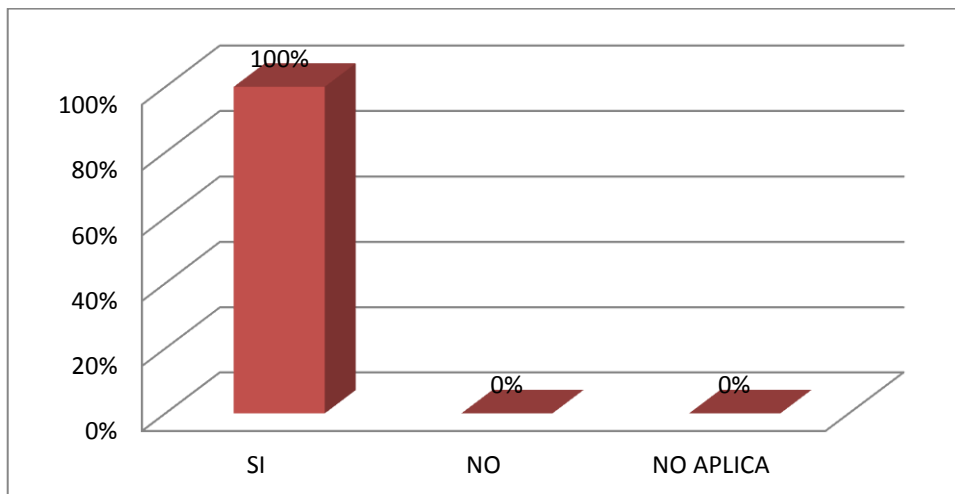
Cuadro N°. 13: Resultados de conocimientos de trato al cliente

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	100%
NO	0	00%
NO APLICA	0	0,0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvana Llori

Gráfico N° 12: Representación gráfica de conocimientos de trato al cliente



Fuente: Encuestas a Secretarías del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Agosto 2015.

Elaborado por: Silvana Llori

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 100% o todas las personas, saben lo que es el trato al cliente, esto es importante puesto que así se determina las necesidades de una persona que requiere de un servicio, además esto se vincula con lo que es educación y responsabilidad en el trato a otra persona, además se refleja en eficiencia del servicio prestado.

3. ¿Mantiene en orden los documentos para facilitar la atención al cliente?

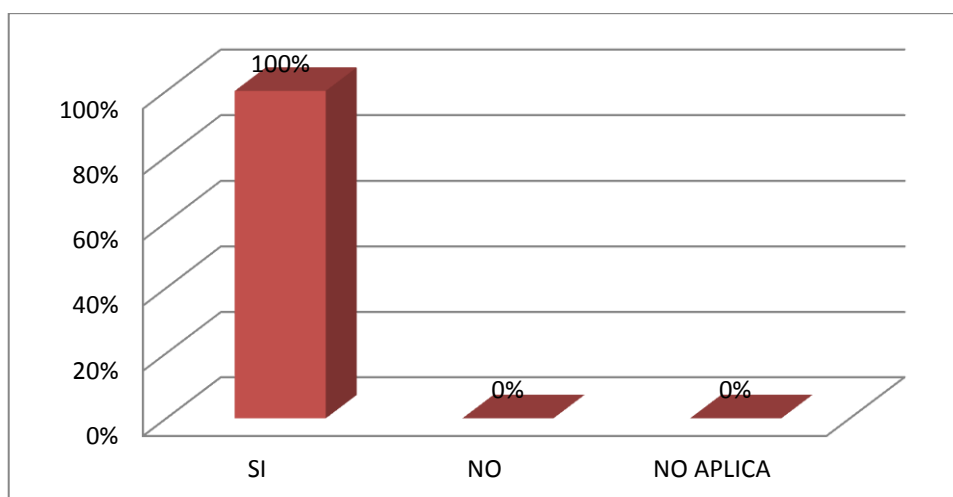
Cuadro N°. 14: Resultados del orden en los documentos que facilitan atención al cliente

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	100%
NO	0	00%
NO APLICA	0	0,0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvana Llori

Gráfico N° 13: Representación gráfica del orden en los documentos que facilitan atención al cliente.



Fuente: Encuestas a Secretarías del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Agosto 2015.

Elaborado por: Silvana Llori

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En su totalidad, se ratifica que se mantiene en orden los documentos que se vinculan con la atención al cliente, es importante validar las técnicas de archivo, que es necesario aplicar en una Institución para facilitar el servicio al cliente.

4. ¿Respetan las ideas y criterios de los clientes?

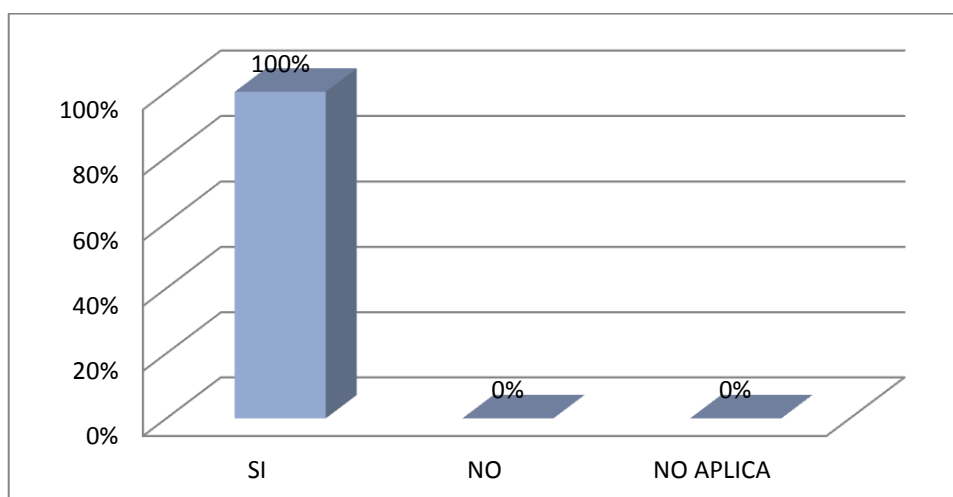
Cuadro N°. 15: Resultados de si respetan ideas y criterios de los clientes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	100%
NO	0	00%
NO APLICA	0	0,0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvana Llori

Gráfico N° 14: Representación gráfica de si respetan ideas y criterios de los clientes



Fuente: Encuestas a Secretarías del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Agosto 2015.

Elaborado por: Silvana Llori

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, se respetan las ideas y criterios de los clientes, lo que facilita un buen entendimiento y generar acuerdos en caso de discrepancias, es parte del buen servicio al cliente, procurando siempre respetar sus ideas ya que se tienen personas de diferente edad y condiciones culturales diferentes.

5. ¿Respeto etnia, creencia religiosa, credo político?

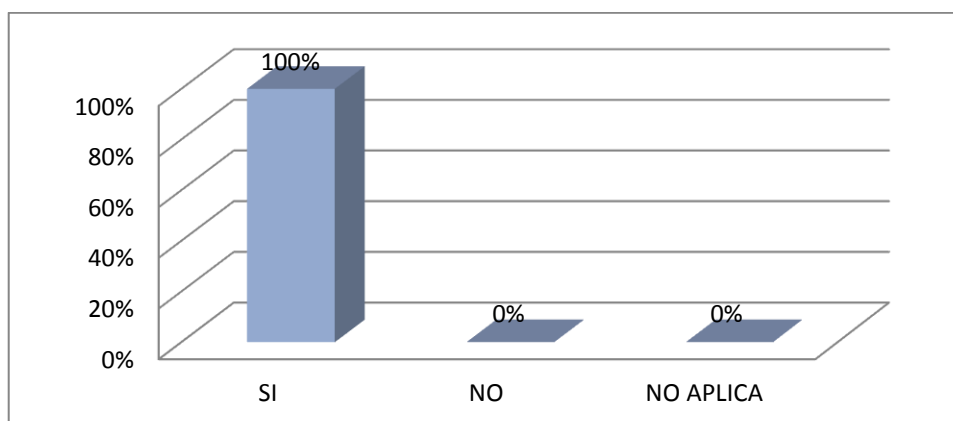
Cuadro N°. 16: Resultados del respeto a etnia, creencia religiosa y credo político

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	100%
NO	0	00%
NO APLICA	0	0,0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvana Llori

Gráfico N° 15: Representación gráfica del respeto a etnia, creencia religiosa y credo político



Fuente: Encuestas a Secretarías del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Agosto 2015.

Elaborado por: Silvana Llori

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

La mayoría es decir el 100%, consideran que debe respetar, las condiciones culturales, creencia religiosa y credo político, que no debe mezclarse con el adecuado servicio al cliente, que es parte integral de la Institución y que así se mantiene la eficiencia en el servicio además se gana confianza con el usuario externo.

6. ¿Da prioridad a las personas de la tercera edad y discapacitados?

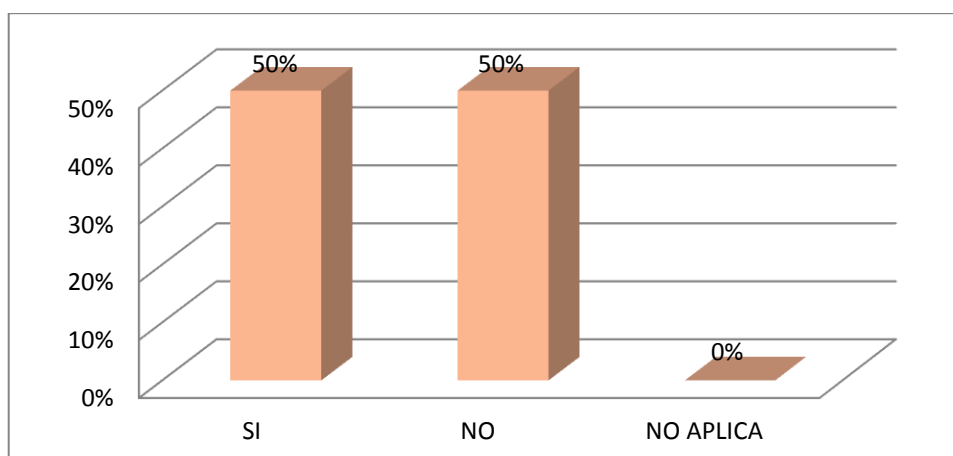
Cuadro N°. 17: Resultados de la prioridad a las personas de tercera edad y discapacitados

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	50%
NO	2	50%
NO APLICA	0	0,0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvana Llori

Gráfico N° 16: Representación gráfica de la prioridad a las personas de tercera edad y discapacitados



Fuente: Encuestas a Secretarías del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Agosto 2015.

Elaborado por: Silvana Llori

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Con los resultados obtenidos se verifica que las personas que atienden a los clientes en el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, en un 50% dan prioridad a las personas de tercera edad y discapacitados, los mismos que tienen derechos diferenciados que están en la Constitución y que debe respetarse; por lo que es necesario que se cumpla este principio en un 100%.

7. ¿Atiende con cortesía y amabilidad al cliente?

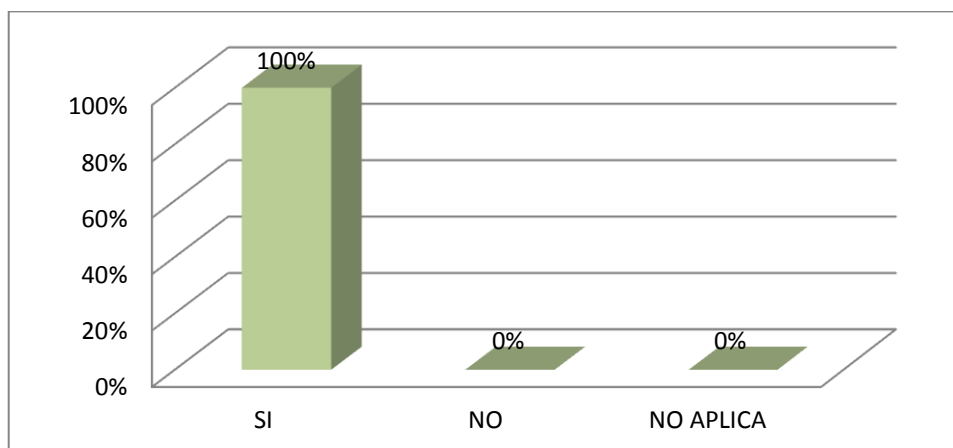
Cuadro N°. 18: Resultados de atención con cortesía y amabilidad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	100%
NO	0	00%
NO APLICA	0	0,0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvana Llori

Gráfico N° 17: Representación gráfica de atención con cortesía y amabilidad



Fuente: Encuestas a Secretarías del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Agosto 2015.

Elaborado por: Silvana Llori

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 100% de los encuestados afirman que brindan atención con cortesía y amabilidad; con los resultados obtenidos se verifica que las personas que atienden a los clientes en el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, si lo hacen con amabilidad y cortesía, sin embargo deben mejorar en función de las condiciones culturales de las personas y la evolución conductual de los seres humanos.

8. ¿Conoce las necesidades de los clientes?

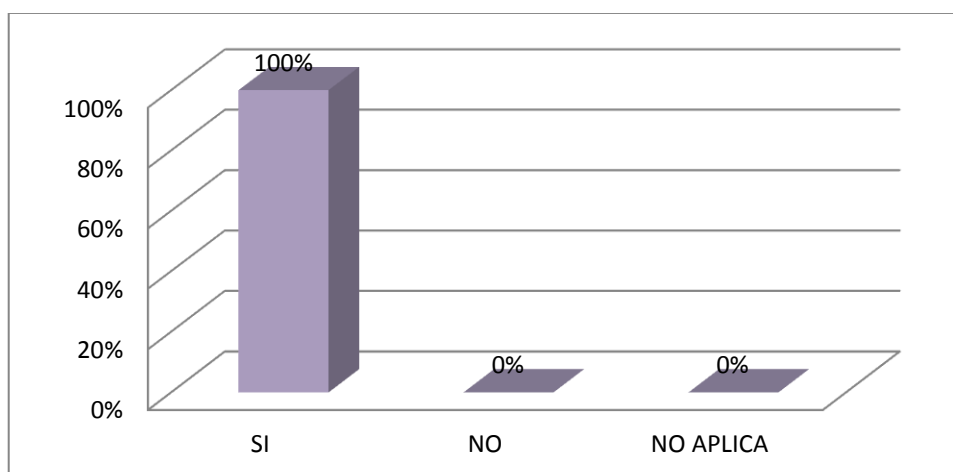
Cuadro N°. 19: Resultados de si conoce las necesidades de los clientes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	100%
NO	0	00%
NO APLICA	0	0,0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvana Llori

Gráfico N° 18: Representación gráfica de si conoce las necesidades de los clientes



Fuente: Encuestas a Secretarías del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Agosto 2015.

Elaborado por: Silvana Llori

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 100% de los encuestados, dicen conocer las necesidades de los clientes, se determina que las personas que atienden a los clientes en el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, si conocen las necesidades de los clientes, pero no lo ponen en práctica que es el complemento a un buen servicio, entonces debe trabajarse en estrategias para la aplicación de los valores existentes.

9. ¿Asesora adecuadamente a los clientes?

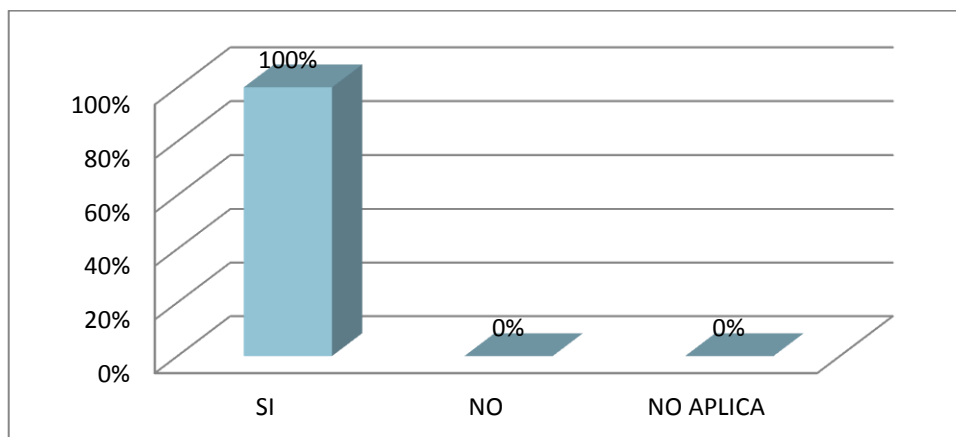
Cuadro N°. 20: Resultados del asesoramiento a los clientes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	100%
NO	0	00%
NO APLICA	0	0,0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvana Llori

Gráfico N° 19: Representación gráfica del asesoramiento a los clientes



Fuente: Encuestas a Secretarías del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Agosto 2015.

Elaborado por: Silvana Llori

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Con los resultados obtenidos en el que el 100%, afirma asesorar adecuadamente a los clientes; se verifica que las personas que atienden a los clientes en el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, si asesoran a los clientes en los trámites, el problema que según los clientes no genera satisfacción del servicio prestado.

10. ¿Se capacita frecuentemente para mejorar la atención al cliente?

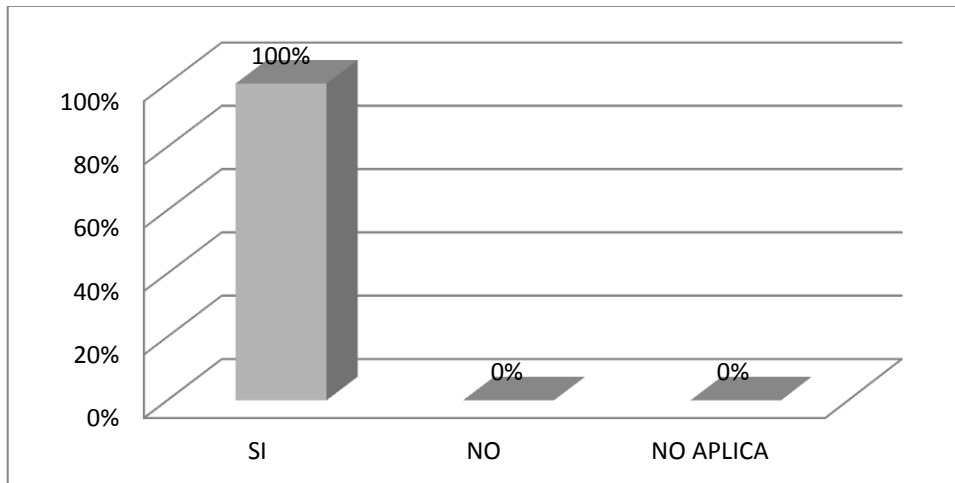
Cuadro N°. 21: Resultados de la capacitación en el servicio al cliente

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	100%
NO	0	00%
NO APLICA	0	0,0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvana Llori

Gráfico N° 20: Representación gráfica de la capacitación en el servicio al cliente



Fuente: Encuestas a Secretarías del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Agosto 2015.

Elaborado por: Silvana Llori

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

La totalidad de las personas aceptan que tienen capacitación en el servicio al cliente; se determina que las personas que atienden a los clientes en el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, si han sido capacitados en el servicio al cliente, pero no se evalúa el impacto de las capacitaciones ya que sigue existiendo insatisfacción del servicio prestado.

3.5.3. Resultados de la encuesta dirigida a las Autoridades del plantel.

1. ¿El equipo de trabajo de la Institución está capacitado en atención al cliente?

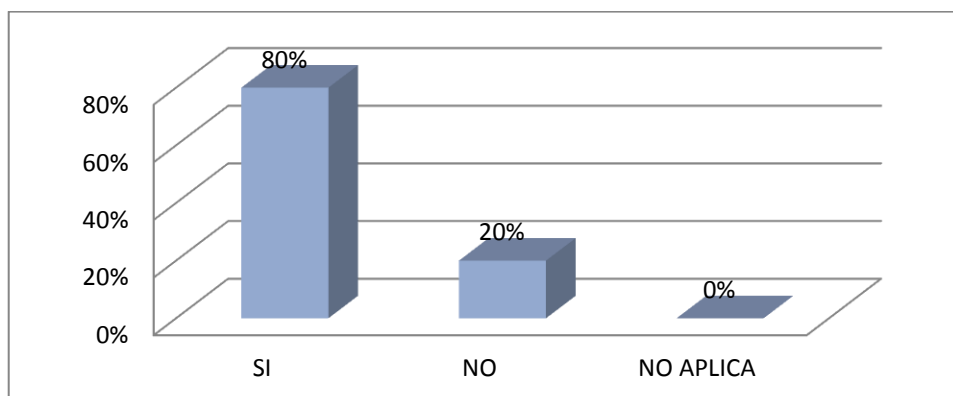
Cuadro N°. 22: Resultados de capacitación al equipo de trabajo de atención al cliente.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	80%
NO	1	20%
NO APLICA	0	0,0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvana Llori

Gráfico N° 21: Representación gráfica de capacitación al equipo de trabajo de atención al cliente.



Fuente: Encuestas a las Autoridades del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Agosto 2015.

Elaborado por: Silvana Llori

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

La mayoría de las personas afirman que el equipo de trabajo de atención al cliente, se encuentra capacitado; se verifica que las personas que atienden a los clientes en el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, si están capacitados en el servicio al cliente, pero se insiste en evaluar el impacto de las capacitaciones y su aplicación.

2. ¿El equipo de trabajo sabe sus roles y competencias en la atención al cliente?

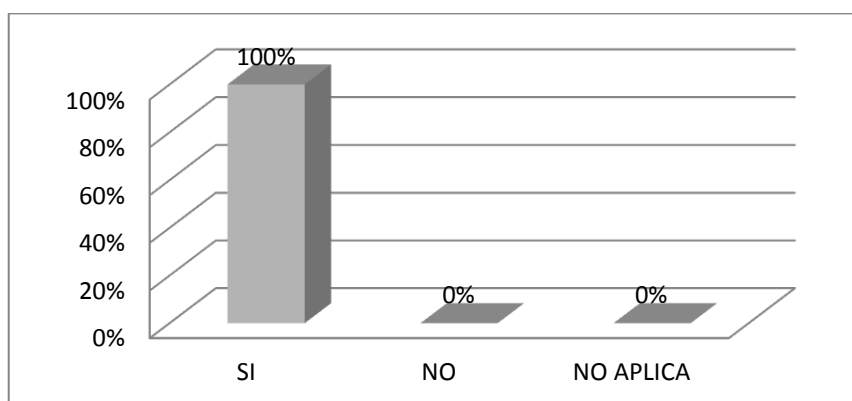
Cuadro N°. 23: Resultados de si el equipo de trabajo sabe sus roles y competencias de atención al cliente

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	5	100%
NO	0	00%
NO APLICA	0	0,0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvana Llori

Gráfico N° 22: Representación gráfica de si el equipo de trabajo sabe sus roles y competencias de atención al cliente



Fuente: Encuestas a las Autoridades del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Agosto 2015.

Elaborado por: Silvana Llori

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

La totalidad de las Autoridades encuestadas afirman que el equipo de trabajo sabe de sus roles y competencias en la atención al cliente, se determina que las personas que atienden a los clientes en el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, si conocen sus roles y las competencias de servicio al cliente, pero no lo ponen en práctica.

3. ¿El equipo de trabajo cumple con los horarios de atención al cliente?

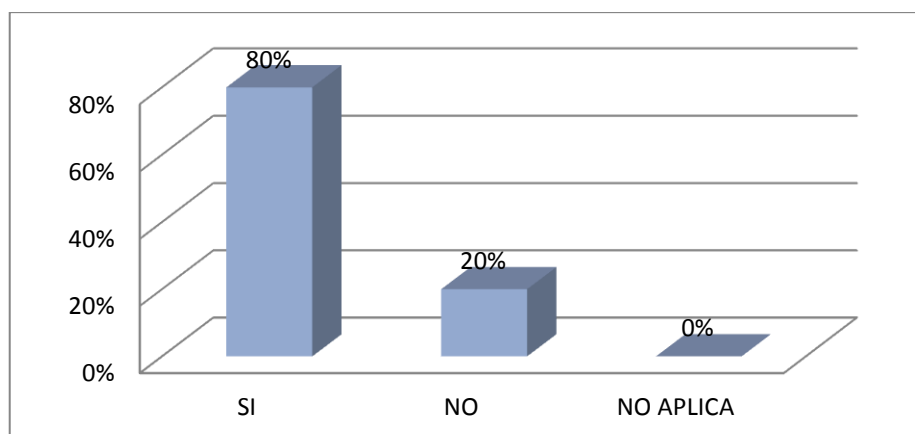
Cuadro N°. 24: Resultados del cumplimiento de horarios de atención al cliente

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	80%
NO	1	20%
NO APLICA	0	0,0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvana Llori

Gráfico N° 23: Representación gráfica del cumplimiento de horarios de atención al cliente



Fuente: Encuestas a las Autoridades del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Agosto 2015.

Elaborado por: Silvana Llori

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De los resultados obtenidos se determina que las personas que atienden a los clientes en el Colegio Fiscal Cantón Archidona, la mayoría si cumplen los horarios de trabajo, pero existe un porcentaje de personas que no lo hacen y que esta situación debe corregir con estrategias de puntualidad en el trabajo.

4. ¿Se mantiene un sistema adecuado de archivo para facilitar la atención al cliente?

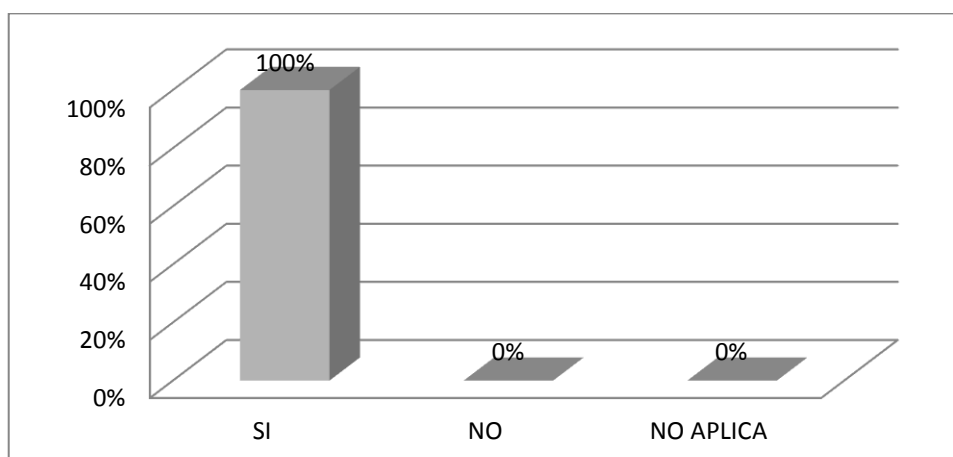
Cuadro N°. 25: Resultados del sistema de archivo para atención a los clientes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	5	100%
NO	0	00%
NO APLICA	0	0,0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvana Llori

Gráfico N° 24: Representación gráfica del sistema de archivo para atención a los clientes



Fuente: Encuestas a las Autoridades del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Agosto 2015.

Elaborado por: Silvana Llori

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 100% de las Autoridades, manifiestan que SI se mantienen un sistema de archivo adecuado para facilitar la atención al cliente, en el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, pero es necesario crear una estrategia con la aplicación de la Tecnologías de la Información y Comunicación, y mejorar el sistema de archivo.

5. ¿Existe un protocolo de atención al cliente?

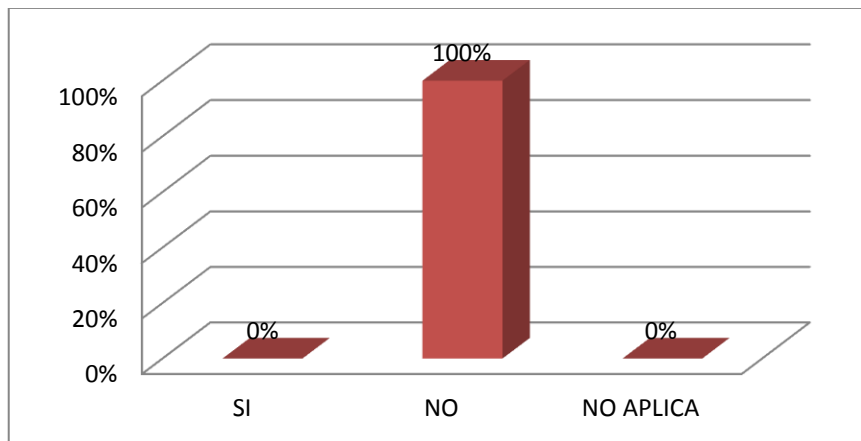
Cuadro N°. 26: Resultado de protocolo de atención al cliente

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	00%
NO	5	100%
NO APLICA	0	0,0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvana Llori

Gráfico N° 25: Representación gráfica de protocolo de atención al cliente



Fuente: Encuestas a las Autoridades del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Agosto 2015.

Elaborado por: Silvana Llori

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 100% manifiestan que NO existe un protocolo de servicio al cliente, en el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, es un nudo crítico, que debe corregirse, para esto si se necesita estructurar estrategias vinculadas a la gestión de calidad y gestión por procesos, ya que el cliente es la persona más importante del sistema.

6. ¿La Institución en su Misión y Visión incluye el servicio al cliente?

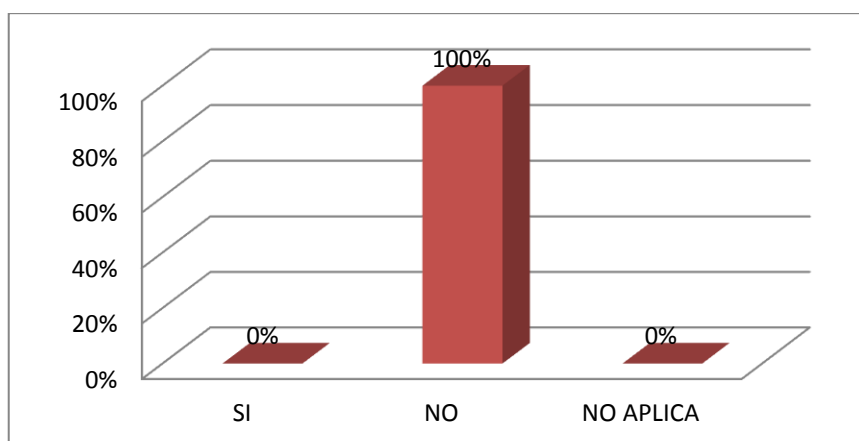
Cuadro N°. 27: Resultados de vinculación de Visión y Misión con respecto al servicio al cliente

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	00%
NO	5	100%
NO APLICA	0	0,0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvana Llori

Gráfico N° 26: Representación gráfica de vinculación de Visión y Misión con respecto al servicio al cliente.



Fuente: Encuestas a las Autoridades del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Agosto 2015.

Elaborado por: Silvana Llori

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 100% de las Autoridades manifiestan que NO consideran en la Misión y Visión Institucional el servicio al cliente, se verifica que en el Plan Estratégico Institucional en su Visión y Misión del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, no se considera la calidad del servicio al cliente, por lo que es necesario reformular la Misión y Visión como una estrategia para orientar a mejorar el servicio al cliente.

7. ¿La Institución cuenta con valores que mejore la satisfacción al cliente?

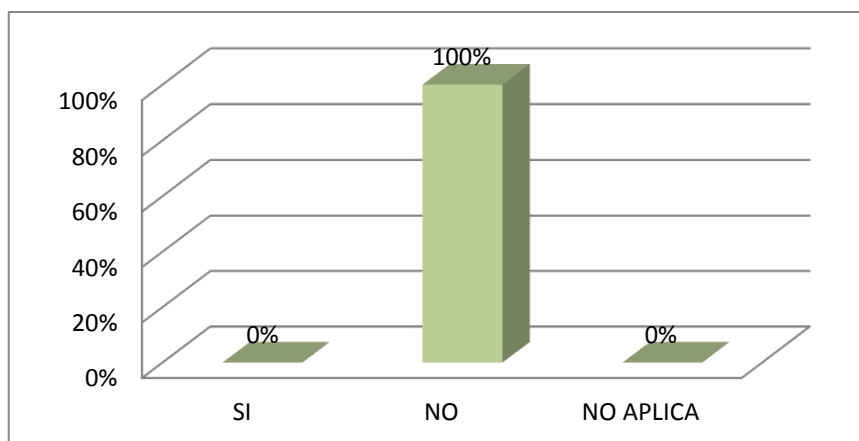
Cuadro N°. 28: Resultados de los valores que mejore la satisfacción del cliente

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	00%
NO	5	100%
NO APLICA	0	0,0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvana Llori

Gráfico N° 27: Representación gráfica de los valores que mejore la satisfacción del cliente



Fuente: Encuestas a las Autoridades del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Agosto 2015.

Elaborado por: Silvana Llori

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Las Autoridades en un 100% se verifica que en el Plan Estratégico Institucional del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, NO se generan valores Institucionales que orienten el servicio al cliente, con actor importante de la gestión y desarrollo Institucional.

8. ¿El perfil profesional está acorde con lo que necesita la Institución para cumplir con sus funciones y responsabilidad?

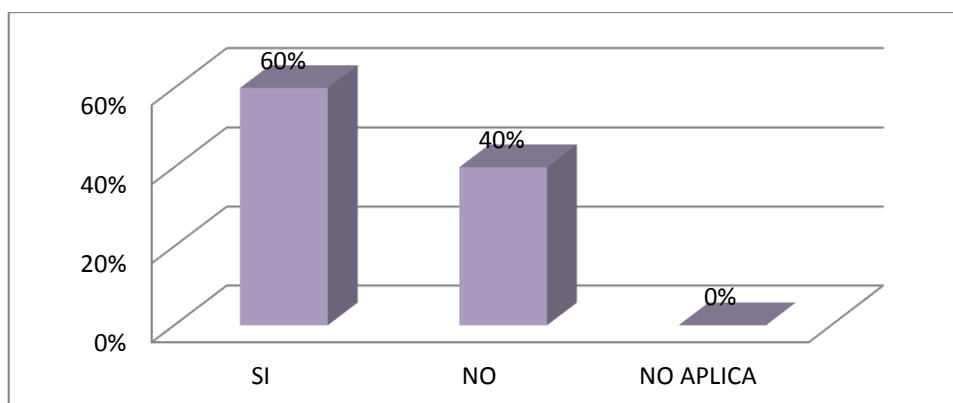
Cuadro N°. 29: Resultados de los perfiles profesionales de las personas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	60%
NO	2	40%
NO APLICA	0	0,0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvana Llori

Gráfico N° 28: Representación gráfica de los perfiles profesionales de las personas



Fuente: Encuestas a las Autoridades del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Agosto 2015.

Elaborado por: Silvana Llori

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

La mayoría de las Autoridades encuestadas, afirman que las personas o servidores si cuentan con el perfil profesional adecuado, para la competencia del puesto, se determina que la mayoría de los Servidores cumplen con un nivel profesional adecuado, sin embargo existe un alto porcentaje, que no tiene un adecuado perfil profesional y que se debe mejorar especialmente con el personal contratado.

9. ¿Existe un buzón para recibir sugerencias para mejorar el servicio al cliente?

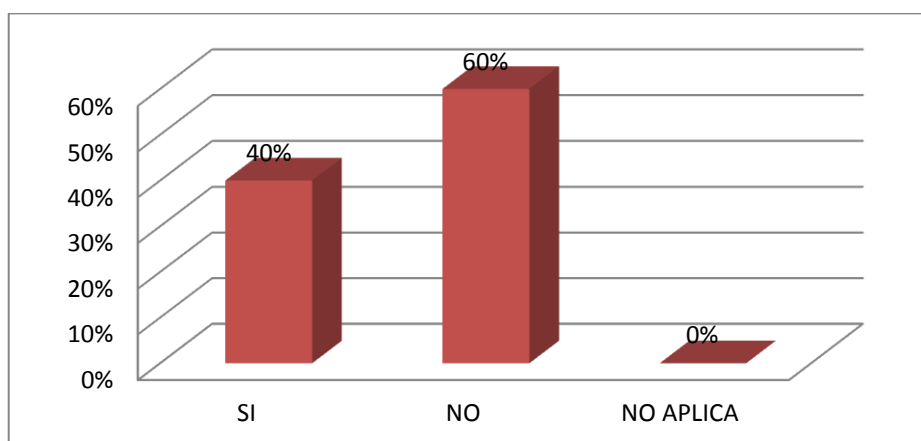
Cuadro N°. 30: Resultados de la existencia de un buzón de sugerencias

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	40%
NO	3	60%
NO APLICA	0	0,0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvana Llori

Gráfico N° 29: Representación gráfica de la existencia de un buzón de sugerencias



Fuente: Encuestas a las Autoridades del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Agosto 2015.

Elaborado por: Silvana Llori

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

La mayoría de las Autoridades coinciden que no existe un buzón para recibir sugerencias, de los clientes o usuarios, algo que es necesario implementar, ya que los aportes de los clientes hacen que se puedan corregir falencias y mejorar el servicio, lo que se traduce en mayor valoración de prestigio al plantel.

10. ¿Están definidos los procedimientos para la excelencia del servicio a través de la gestión en los tiempos?

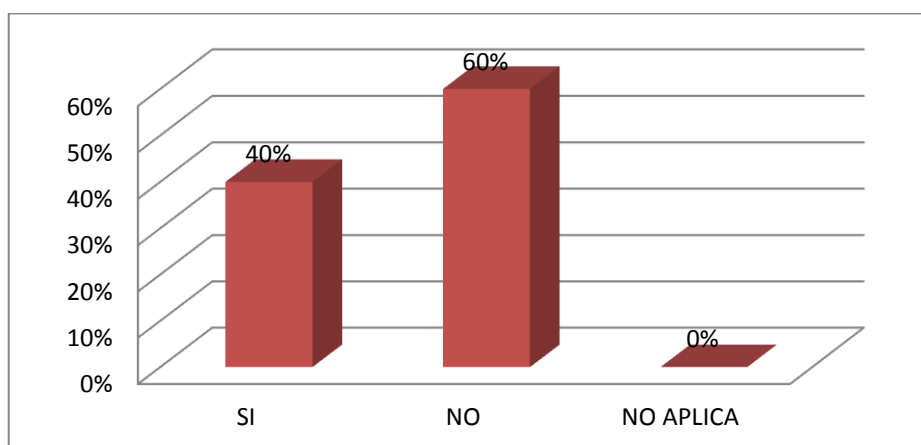
Cuadro N°. 31: Resultados de la excelencia de servicio a través de tiempos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	40%
NO	3	60%
NO APLICA	0	0,0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvana Llori

Gráfico N° 30: Representación gráfica de la excelencia de servicio a través de tiempos



Fuente: Encuestas a las Autoridades del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Agosto 2015.

Elaborado por: Silvana Llori

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Las Autoridades en su mayoría aceptan que no se tiene defendidos tiempos límites para la atención al cliente en las diferentes solicitudes de servicios, por lo que se atiende según la voluntad y la presencia de personas, sin considerar que los clientes, acuden al establecimiento por una atención oportuna, esto también se traduce en falta de eficiencia y eficacia en los servicios que presta.

3.6. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER

Con el cuadro resumen de hallazgos encontrados en el estudio realizado en el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona mediante las encuestas, que permiten orientar la verificación de la hipótesis o idea a defender planteada: “Un Plan de Estrategias de Servicio al Cliente mejorará la calidad del servicio que se brinda en el Colegio Fiscal del Cantón Archidona, Provincia de Napo”.

3.6.1. Verificación de la hipótesis o idea a defender

“Un Plan de Estrategias de Servicio al Cliente mejorará la calidad del servicio que se brinda en el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Provincia de Napo”.

En base a las encuestas realizadas, la investigación mediante métodos de observación y otros comentarios adicionales de los actores del Sistema Educativo en el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, se determina como: NECESARIO, la definición de un PLAN DE ESTRATEGIAS de servicio al cliente, ya que este objetivo se ha relegado al segundo plano.

De lo que se puede determinar, la prioridad lo tiene el objetivo educativo en todos sus actividades, indicadores y metas; que por supuesto es fundamental en una Institución Educativa; esto no quiere decir que se debe descuidar el servicio al cliente, considerando que es una Institución Pública de servicio justamente y que debe estar pendiente del cliente externo especialmente, ya que este resalta o deteriora la imagen Institucional a través de sus comentarios positivos o negativos.

Se ha indicado que tienen un Plan Estratégico Institucional, el mismo que no toma en cuenta la calidad de servicio al cliente, todo se concentra en los aspectos educativos y especialmente en lo académico, en general no se da mucha importancia a las personas que acuden a la Institución a un servicio complementario y vinculado a los aspectos educativos.

En este caso es importante tomar en cuenta los postulados de Pareto, que dice: “Nos indica que, por lo general, el 20% de las referencias o el 20% de los clientes producen el 80% de las ventas. También llamada Ley del 20/80”.

La prueba del **Chi cuadrado** se determina en base a la frecuencia observada y lo esperado, según la siguiente fórmula:

$$X^2 \text{ prueba} = \frac{(o1 - e1)^2}{e1} + \frac{(o2 - e2)^2}{e2} + \frac{(o3 - e3)^2}{e3} + \frac{(on - en)^2}{en}$$

Para el trabajo los grados de libertad es igual a: $(10-1) = 9$

Verificando en la tabla se determina que: el valor a 9 grados de libertad y 0,05 de error es: 16,919; por lo tanto el valor calculado es 11,987 que es menor al valor tabular de 16,919, por lo que la HIPOTESIS AFIRMATIVA se acepta, demostrando que no existe un plan de estrategias y que se hace necesario implementar en el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona.

Cuadro N°. 32: Resumen encuestas

PREGUNTA	OPCIONES DE RESPUESTA	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJES DE RESPUESTA	COMENTARIOS
USUARIOS EXTERNOS				
1. ¿Los documentos requeridos son entregados de forma inmediata?	SI	119	48%	Se demora mucho, se debe revisar los tiempos de en la atención.
	NO	130	52%	
	NO APLICA	1	0%	
6. ¿Se informa y se explica las razones de no atención oportuna a su solicitud?	SI	121	48%	No se explican las razones de no atención oportuna, es decir no se tienen principios de respeto hacia el público.
	NO	129	52%	
	NO APLICA	0	0%	
7. ¿Se trabaja en horarios adecuados para atención al cliente?	SI	79	32%	Los horarios deben adaptarse a las condiciones del cliente y no ser un comodín de los servidores del Colegio.
	NO	171	68%	
	NO APLICA	0	0%	
9. ¿Las instalaciones y los servicios son adecuados para la atención al cliente?	SI	107	43%	No se cuentan con instalaciones adecuadas para un buen servicio al cliente, se debe mejorar.
	NO	143	57%	
	NO APLICA	0	10%	
10. ¿Se cuenta con las herramientas tecnológicas para facilitar la atención al cliente?	SI	76	30%	No se utilizan las herramientas tecnológicas para facilitar el servicio al cliente y que este se de calidad.
	NO	174	70%	
	NO APLICA	0	10%	

SECRETARIAS				
6. ¿Da prioridad a las personas de la tercera edad y discapacitados?	SI	2	50%	No se respeta las Leyes y los derechos de las personas discapacitadas o de tercera edad.
	NO	2	50%	
AUTORIDADES DE LA INSTITUCIÓN				
5. ¿Existe un protocolo de atención al cliente?	SI	0	0%	No existe definido u protocolo de atención al cliente, lo que dinamiza el trabajo.
	NO	5	100%	
6. ¿La Institución en su Misión y Visión incluye el servicio al cliente?	SI	0	0%	En el Plan Estratégico Institucional no se prioriza la calidad de servicio al cliente.
	NO	5	100%	
7. ¿La Institución cuenta con valores que mejore la satisfacción al cliente?	SI	0	0%	No se definen valores en lo que es atención al cliente, solo se trabaja en el aspecto educativo.
	NO	5	100%	
9. ¿Existe un buzón para recibir sugerencias para mejorar el servicio al cliente?	SI	2	40%	No se toma en cuenta las sugerencias de los clientes, para mejorar el servicio
	NO	3	60%	
10. ¿Están definidos los procedimientos para la excelencia del servicio a través de la gestión en los tiempos?	SI	2	40%	No se definen procedimientos para la excelencia del servicio en relación al uso de los tiempos.
	NO	3	60%	

Elaborado por: Silvana Llori

CAPÍTULO IV: LA PROPUESTA

4.1 TÍTULO

“Plan de estrategias de servicio al cliente del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Provincia de Napo, desde enero a junio 2015”

4.2 CONTENIDO DE LA PROPUESTA

4.2.1 Antecedentes históricos

En el año 1970 – 1971, un grupo de entusiasta educadores compuesta por los Señores Profesores Elena Armas, Edmundo Otero Tito Guerrero y Vicente Baquero, realizan el primer censo de aspirantes para una posible iniciación del Colegio Nocturno.

En el año 1979 se forma la Junta Cívica de Archidona, la cual dio inicio a la Cantonización de Archidona, siendo aprobado el 21 de Abril de 1980. En este mismo año los señores Vicente Baquero y Aníbal Yépez, plantean 14 puntos programáticos para impulsar la Educación Nocturna, dando como el primer paso con la Generosa oferta del Sr. Aníbal Yépez, donar una hectárea de terreno para implementación del colegio.

El 18 de septiembre de 1981, se firma el compromiso de donación de terreno entre el Señor Jefe Político de Cantón, y el Sr. Aníbal Yépez, sin embargo existe la negación del Ministro de Educación para la creación del Colegio Nocturno por el déficit de recursos económicos y la inexistencia de un patrocinio para crear el Colegio Diurno. Con el apoyo de la Junta Cívica y la Sociedad Pro- Adelanto deciden crear el Colegio Particular Nocturno el 5 de septiembre 1981, funcionando en las aulas de la escuela Rodríguez Fabregat. Este mismo año, se inscriben 43 alumnos aspirantes al 1er curso, y la recolección de 240 firmas respaldo de la ciudadanía para la elaboración de los primeros documentos del colegio y una cuota de buena voluntad por parte de los maestros para la creación del colegio.

Con la ayuda del Dr. Galo Vayas Salazar que fuese presidente de la comisión del Presupuesto del Congreso Nacional, se plasma la creación del Colegio Fiscal Laico Nocturno.

Nombre del Colegio.- Ante la creación del Cantón Archidona y haciendo honor a esta tierra se solicita que se lleve el nombre de Colegio Nacional Mixto Nocturno “Cantón Archidona”, con el acuerdo # 007724 del 30 de noviembre de 1981 por el Ministro de Educación y Cultura el Dr. Claudio Malo Gonzales Ministro, durante el período del Dr. Oswaldo Hurtado Larrea, Presidente de la República del Ecuador. El 09 de diciembre de 1981, el Director Provincial de Educación encarga el rectorado de la institución recién creada, al Lic. Hugo Mancheno y prosiguiendo la administración otros.

El Colegio se inaugura el 14 de diciembre de 1981, con 16 maestros de buena voluntad, decididos a impartir una educación de calidad dirigida a los jóvenes de nuestro querido Cantón. Desde el año 1981 – 1983 no se asignó recurso alguno por parte del Gobierno, sin embargo, la UNE de Napo, la Dirección Provincial de Educación, la Escuela “Enrique Rodríguez Fabregat”, pusieron a disposición los maestros y materiales disponibles para su funcionamiento, siendo su Directora la señora profesora Elena Armas de Páez.

4.2.2 Diagnóstico de la situación actual del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona.

De la Investigación realizada en el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, se ha determinado que la mencionada Institución Educativa no cuenta con un Plan de Estrategias de Servicio al Cliente, las actividades que se cumplen para atender a las personas, están relacionadas a la situación presente, es decir que se trabaja según las situaciones que se presenten.

Si bien las personas que tienen la orientación al cliente, tienen alguna formación y conocimientos de atención al cliente, estas no son suficientes como para satisfacer los requerimientos de los ciudadanos que acuden diariamente para buscar un servicio o apoyo en gestiones vinculadas al proceso educativo.

La situación actual del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, no es adecuado para una buena imagen Institucional, aunque los clientes no demuestran mucha inconformidad, se ha visualizado varios problemas internos que inciden en la mejora del servicio al cliente, de ahí la Importancia del Plan de estrategias de servicio al cliente como una herramienta diseñada en forma teórica y práctica y que al momento de implementar se pueda evaluar con indicadores la calidad del servicio que presta y que además permitirá mejorar la imagen Institucional.

Bajo estas circunstancias, su importancia se fundamenta en el hecho de que se contribuye a mejorar el desempeño y eficiencia de la entidad pública, en busca de mejorar la imagen y desempeño en el servicio al usuario o cliente externo especialmente, que concurre a realizar trámites derivados de los procesos educativos diariamente, como para esto se requiere que existan personas que además de estar preparadas en su formación de segundo o tercer nivel, es decir tengan título profesional, además conozcan estrategias de servicio al cliente, esto parte de un análisis detenido por lo que para la implementación se toma en cuenta los puntos débiles que son riesgos y que se deben solucionar antes de que ocurran y se consideren críticos, esto se logra con estrategias adecuadas, que sean medibles y generen impacto positivo.

El impacto final de estas estrategias debe ser la mejora de la calidad del servicio al cliente y como consecuencia de la Institución Educativa, que es de mucha importancia para mantenerse en la preferencia de las familias del Cantón Archidona y la Provincia de Napo.

4.2.3 Objetivos

4.2.3.1 Objetivo General

Estructurar un plan de estrategias de servicio al cliente del Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, Provincia de Napo, desde enero a junio del 2015.

4.2.3.2 Objetivos Específicos

- Analizar las estrategias que se implementan actualmente en lo que es la prestación del servicio al cliente.
- Proponer alternativas adecuadas para que los procesos internos de atención al cliente se realice con eficiencia y eficacia.
- Evaluar el riesgo y proponer estrategias de mejora en el servicio al cliente, procurando la mejora de la imagen Institucional.

4.2.4 Plan de estrategias de servicio al cliente

Las estrategias que se proponen a continuación, tienen como propósito alcanzar la consecución de los objetivos de mejorar el servicio al cliente:

- Manejo Comunicacional, mediante la difusión los servicios que oferta, haciendo énfasis en un servicio de calidad y calidez, para esto se utilizan: medios escritos de difusión masiva como: afiches.
- Mejorar la imagen Corporativa, frente al cliente interno y externo que es parte del buen servicio, creación de un ambiente adecuado de espera, mejorar la pintura muebles, adaptar las condiciones para personas con capacidades diferenciadas, entre otras innovaciones.
- Utilizar técnicas adecuadas de sistematización de archivos, para facilitar la búsqueda de los mismos y reducir tiempos de espera.
- Estandarización del servicio para la atención al cliente, identificando y estructurando procesos sistemáticos y ordenados para la atención al cliente, si es necesario definir flujo-gramas de procesos.
- Implementar un buzón de sugerencias para los ciudadanos clientes que acuden al Colegio, sistematizar y poner en práctica como parte de la mejora continua.
- Estructurar un programa de capacitación continua, dirigida a Secretarias, Autoridades y Docentes, para mejorar la relación con el cliente.

4.2.5 Presupuesto de Estrategias

Cuadro N°. 33: Presupuesto de Estrategias

Estrategias	Responsables	Presupuesto USA \$
Manejo comunicacional mediante; imágenes, canales de comunicación, estrategia de comunicación, papelería, percepción externa, mensaje institucional y manejo de medios.	Autoridades – Secretarias - Información	1200,00
Mejorar la imagen corporativa con acondicionamiento del lugar, pintura, muebles, otros complementos.	Autoridades – Administrativo - Financiero	3500,00
Utilizar técnicas adecuadas de sistematización de archivos ejemplo el sistema binario.	Autoridades - Secretarias	300,00
Estandarización del servicio para la atención al cliente.	Consejo Académico – Asesoría externa	900,00
Estructura un Programa de capacitación continúa	Autoridad – talento Humano.	2500,00
Definir indicadores de gestión para hacer seguimiento sobre la atención al cliente	Consejo Directivo – Asesoría externo	500,00
TOTAL		\$ 8900,00

4.2.5.1 Organización por procesos

Se presenta una propuesta de tipo estructural para mejorar la calidad del servicio al cliente, dicha propuesta se encuentra sustentada en base al análisis de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los usuarios internos y externos, y Directivos de la institución, se toman en cuenta los denominados factores de éxito y también del empleo de indicadores de gestión, que es parte de una Planificación Estratégica.

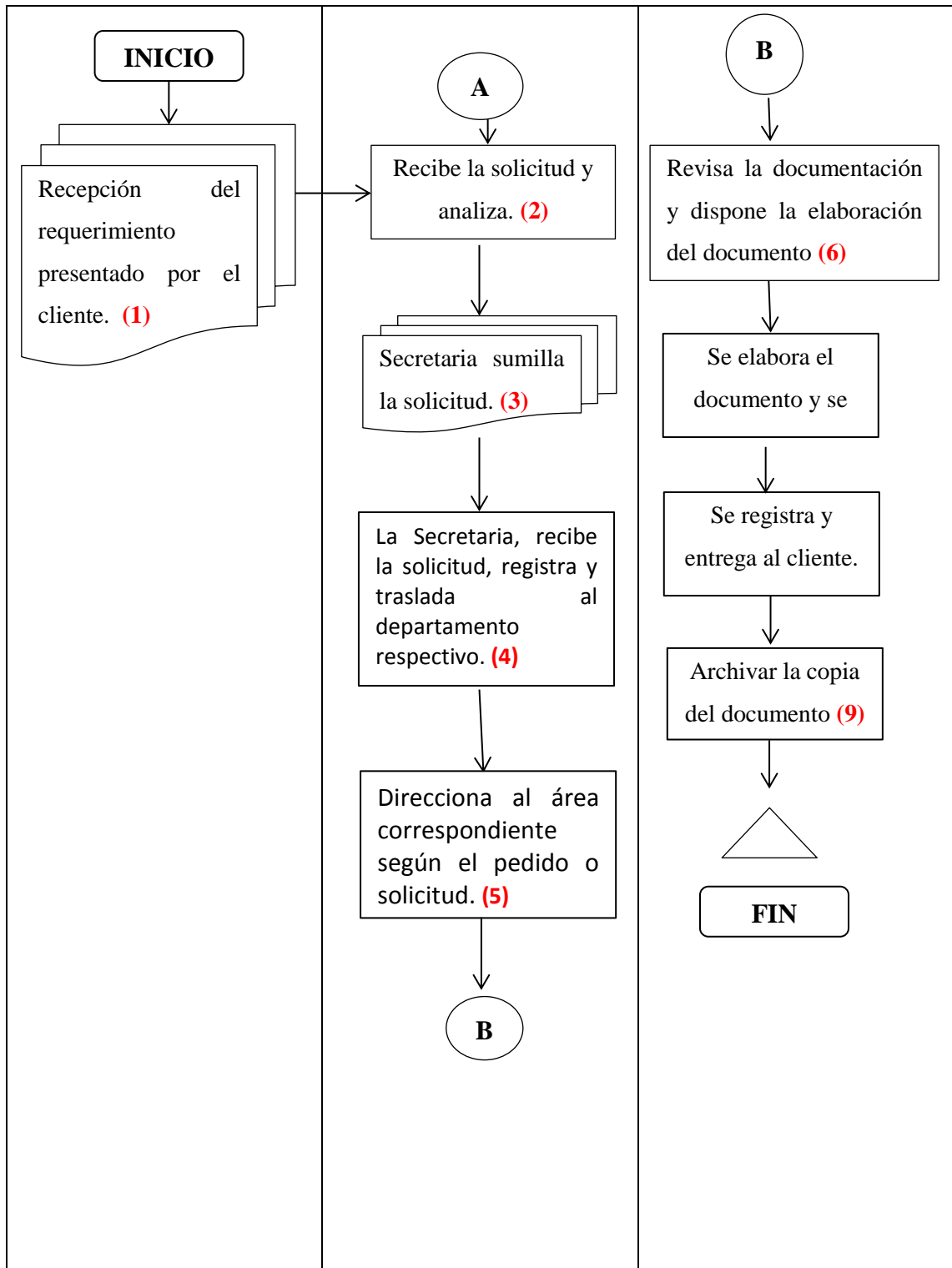
La siguiente propuesta de organización por procesos para el Colegio Fiscal diurno Cantón Archidona, se encuentra diseñada utilizando las herramientas estratégicas y además tomando en cuenta la Ley de Pareto, que es muy importante conocer que el 20% de los clientes producen el 80% de las ventas o ley 80/20; si bien en la Institución Educativa no se vende nada, se presta un servicio, pero los que permiten que la Educación permanezca son los padres de familia y estudiantes que se consideran para este caso clientes y por lo tanto se les debe brindar un trato adecuado; con estas consideraciones se propone:

- Cadena de Valor Mejorada: en base al proceso administrativo de la Institución
- Factores de Éxito
- Indicadores de Gestión
- Organización por Procesos
- Organigramas

La presente propuesta de organización, permitirá una adecuada administración de todos y cada uno de los procesos, en sus diferentes etapas: planificación, organización, dirección, ejecución, control y evaluación, las mismas que se encuentran direccionadas a la consecución de los objetivos definidos en la atención al cliente.

PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

FLUJOGRAMA



Elaborado por: Silvana Llori

DESCRIPCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS

ESTRATEGIA N°- 1

NOMBRE DE LA ESTRATEGIA: MANEJO COMUNICACIONAL A TRAVÉS DE AFICHES

Antecedentes

Se ha determinado que en el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, no se cuenta con estrategias comunicacionales que difundan el servicio que presta la Institución Educativa, mediante medios de comunicación escritos, que son los de mayor alcance y de menor costo, es decir que no se ha comunicado a la ciudadanía de la existencia de un Colegio que da servicios de Educación hasta el Bachillerato Unificado o si posee algún Bachillerato Técnico, muchas personas desconocen esto, lo que ha significado que tengan un número limitado de estudiantes o la deserción de muchos que estuvieron en el plantel.

La difusión de una Institución con los servicios que presta sirve para dar a conocer a la ciudadanía y generar como un marketing de mercadeo u oferta del servicio educativo.

Objetivo

- Comunicar a la ciudadanía de la existencia del Colegio y los servicios que presta, mediante medios de comunicación escritos.

Procedimiento

- Obtener información de la Institución.
- Sistematizar la información, diseñando: afiches.
- Difundir a la ciudadanía a través de la Ventanilla de servicios

Cronograma

A partir del 15 enero del 2016, con la generación de información

Al 27 de enero se tendrá el borrador de: afiches, trípticos y las carpetas con el logotipo Institucional.

Al 15 de marzo presentación a los clientes.

Conclusión

Se comunica a la ciudadanía la información sobre los servicios que presta el Colegio, mediante medios de comunicación escritos de difusión masiva como: afiches, trípticos y las carpetas con el logotipo Institucional.

PROTO TIPO

LA MEJOR EDUCACIÓN LO TENEMOS NOSOTROS

VENGA E INSCRIBASE GRATUITAMENTE

BACHILLERATO GENERAL UNIFICADO

Dirección: Av. Jondachi y Quijos
Teléfono: (06) 2889460
Correo: colegarchidona@hotmail.com

**Colegio Fiscal Diurno
Cantón Archidona**

Elaborado por: Silvana Llori

ESTRATEGIA N° - 2

NOMBRE DE LA ESTRATEGIA: POSICIONES DE UN BUEN IMAGEN CORPORATIVA

Antecedentes

Como en el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona, muy poco se preocupan del cliente externo y la presentación de las personas que atienden a este actor importante del quehacer educativo, la dotación de uniformes así como acondicionar del lugar en donde se atiende a las personas, parece haber pasado a un segundo plano, situación que genera malestar en el cliente, pues se debe entender que el sentido de la vista genera un impacto inmediato, generando conceptos adecuados o inadecuados respecto a una situación presente, así por ejemplo, cuando una persona ve a un equipo de trabajo con el uniforme, o al ingresar aun recinto encuentra orden, un lugar adecuado para sentarse y hacer más cómoda la espera, resalta esa situación y lo pone como aspecto positivo, así como puede generarse situaciones adversas.

Objetivo

Mejorar la imagen Corporativa, frente al cliente interno y externo, que es parte del buen servicio.

Procedimiento

- Asignar presupuesto compartido con el personal para dotación de uniformes.
- Remodelar el espacio físico para la atención al cliente, con mobiliarios nuevos o mejorados, pintura, acondicionare espacios de espera, colores institucionales rojo y tomate.
- Poner señaléticas informativas en toda el área con logos de la institucional.

Cronograma

Período de ejecución en el primer trimestre del año 2016.

Conclusión

Se mejora la presentación y la imagen corporativa, lo que impacta favorablemente al cliente, generando satisfacción en el servicio que presta la Institución.

PROTO TIPO



ESTRATEGIA N°- 3

NOMBRE DE LA ESTRATEGIA: TÉCNICAS DE SISTEMATIZACIÓN DE ARCHIVOS

Antecedentes

Se ha podido evidenciar que los sistemas de archivo que se generan en el ejercicio de la atención al cliente, si bien tienen un cierto orden en el Colegio Fiscal diurno Cantón Archidona, no se cuenta con los muebles suficientes y adecuados para ubicar los archivos generados, tal es así que se mantienen sobre mostradores y escritorios amontonados los folders y archivadores, lo que no facilita una búsqueda de documentos o identificar expedientes de un estudiante con facilidad, situación que si es posible mejorar.

Objetivo

Mejorar los sistemas de manejo de archivos para facilitar la atención al cliente.

Procedimiento

- Utilizar el sistema de identificación binaria.
- Adquirir archivadores adecuados.

Cronograma

- 60 días a partir de la consecución del presupuesto para muebles archivadores y carpetas de archivo.
- 30 días para mejorar el archivo de documentos, trabajo en equipo.

Conclusión

Se adecua y moderniza el sistema de archivo, lo que facilita la atención al cliente, ya que el tiempo se reduce, debido a que los documentos o archivos se encuentran con mayor facilidad.

PROTO TIPO



Elaborado por: Silvana Llori

ESTRATEGIA N° - 4

NOMBRE DE LA ESTRATEGIA: ESTANDARIZACIÓN DEL SERVICIO PARA ATENCIÓN AL CLIENTE

Antecedente

Mediante la investigación, se ha podido determinar que en muchas ocasiones se demora mucho tiempo en atender una solicitud, así mismo no se tienen definidos que persona, debe aprobar una solicitud, quién registra, y quién sumilla una respuesta a una consulta de un cliente, la gestión de estos procesos se hacen simultáneamente y sin un orden establecido, a veces una persona da paso, otra contradice y en ese pasar de documentos y pedidos se demora, hasta que finalmente se considera que el Señor Rector hace todo, esto genera incomodidad en el cliente.

Objetivo

Estructurar procesos, que codifique cada uno de los servicios que presta, definiendo tiempos de respuesta.

Procedimientos.

- Estandarizar el proceso del servicio al cliente.
- Elaborar flujo-gramas.
- Asignar tiempos por actividades.
- Asignar responsables de cada actividad

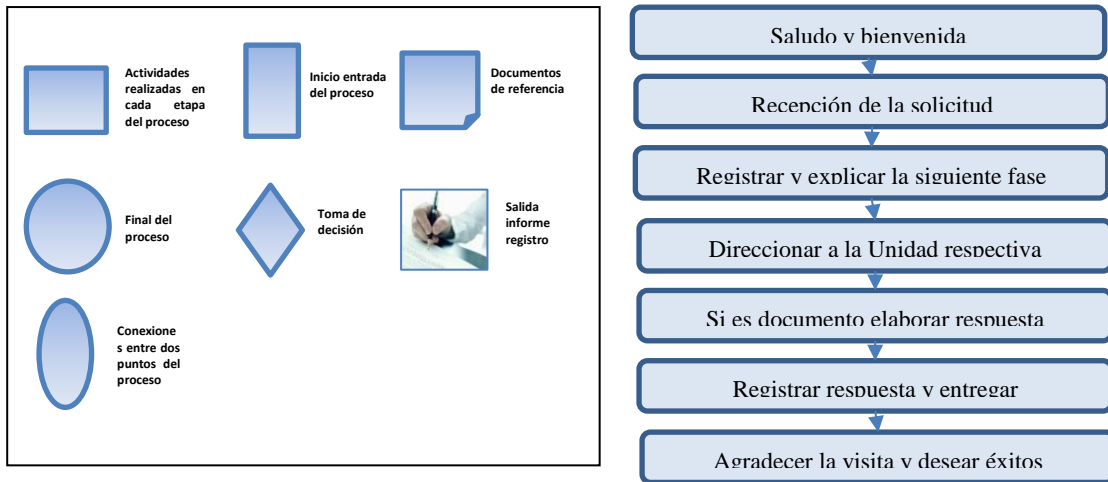
Cronograma

- 60 días a partir del 15 de enero del 2016.
- El manual debe entrar a aplicarse en el segundo quimestre del año lectivo 2015-2016.

Conclusión

Se tienen estandarizados los procesos codificados, con el flujo-grama que tiene tiempos y responsables de cada uno de los sub-procesos.

PROTO TIPO



Elaborado por: Silvana Llori

ESTRATEGIA N° - 5

NOMBRE DE LA ESTRATEGIA: DISEÑO DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

Antecedente

Durante la investigación se verificó que las personas que atienden al cliente, si están capacitadas, sin embargo es importante implementar procesos de mejora continua adecuando de alguna manera algunos principios de lo que es la Norma ISO 9001:2010, de lo que es gestión de calidad, en esta norma se considera que la calidad debe mejorarse con un proceso de capacitación continua, además de lo que ya se había propuesto estandarizar procesos, medir tiempos entre otras propuestas importantes, en este contexto si es necesario considerar esta propuesta como válida para mejorar la atención al cliente.

Objetivo

Establecer la cultura de capacitación, como herramienta de motivación para el cliente interno.

Procedimiento

- Definir temas de capacitación.
- Identificar Instituciones o Empresas que capacitan.
- Asignar recursos.
- Calendarizar capacitaciones.
- La modalidad puede ser presencial, semi-presencial o virtual

Cronograma

El cronograma debe estar en función de las ofertas de cursos de capacitación en Servicio al Cliente, a partir de enero, por lo menos cada trimestre un evento.

Conclusión

Mantener un principio de mejora continua en el servicio al cliente, mediante la capacitación permanente del personal que atiende a los clientes.

PROTO TIPO

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

Tema	Nombre del capacitador	Responsable	Lugar	Fechas		Costo
				Inicio	Final	
Consejos para mejorar la atención al cliente	Lic. Maryury Jiménez	Administración de Talento Humano	Auditorio del Colegio	03/03/2016	04/03/2016	120,0
Sentido escénico para mejorar la atención al cliente	Msc. Yashira Chávez	Consejo Académico	Auditorio del Colegio	17/03/2016	18/03/2016	120,0

Los mandamientos de atención al cliente	10	Msc. Yashira Chávez	Consejo Académico	Auditorio del Colegio	03/04/2016	04/04/2016	120,0
Cómo la tecnología puede mejorar la atención al cliente		Ing. Carlos Silva	Unidad de informática	Auditorio del Colegio	21/04/2016	22/04/2016	120,0
Normas internas para mejorar la atención al cliente		Abogada Liliana Villa	Asesoría Legal	Auditorio del Colegio	05/05/2016	06/05/2016	120,0
Escuchar para mejorar el servicio al cliente		Lic. Marjurie Jiménez	Área de Comunicación	Auditorio del Colegio	19/05/2016	20/05/2016	120,0
Cinco elementos para mejorar el servicio al cliente		Econ. Karla Cedeño	Consejo Académico	Auditorio del Colegio	02/06/2016	03/06/2016	120,0

Elaborado por: Silvana Llori

ESTRATEGIA N°- 6

NOMBRE DE LA ESTRATEGIA: EVALUACIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE A TRAVÉS DE UN BUZÓN DE SUGERENCIAS

Antecedente

Del trabajo de titulación se determina, que no existen métodos para evaluar la satisfacción del cliente, la pregunta referida fue: ¿Se cuenta con un buzón para recibir sugerencias o quejas de los clientes?, la mayoría de los encuestados respondieron que no, este es un método de los tantos que se pueden generar para medir la satisfacción del cliente; que es necesario hacer para la toma de decisiones y lo que se está planteando como estrategia, la mejora continua.

Objetivo

Evaluar en forma continua el nivel de satisfacción del cliente, frente al servicio prestado.

Procedimiento

- Recoger propuestas
- Implementar un buzón de servicios ciudadanos.
- Evaluación mensual del nivel de aceptación del cliente.

Cronograma

A partir del segundo quimestre del año lectivo 2015-2016.


Conclusión

Estar en contacto con el cliente y aceptar las sugerencias, es parte de la mejora continua, que se espera implementar para la atención al cliente.

PROTO TIPO



Elaborado por: Silvana Llori


1. ¿Cómo fue atendido?
2. ¿Las instalaciones son adecuadas para la atención al cliente?
3. ¿Qué debe mejorar en la atención al cliente.

4.2.6 Definición de indicadores

Cuadro N°. 34: Definición de indicadores

Estrategia	Indicador	Fórmula de cálculo	Explicación	Meta		Tipo de indicador
Manejo comunicacional.	Número de clientes que acogen la propuesta.	$\frac{\text{No. Impresos entregados}}{\text{No. Personas que receptan}} \times 100$	Mide la eficiencia del manejo comunicacional	90%	Informes	Gestión
Mejorar la imagen corporativa.	Porcentaje aceptación ciudadanía.	$\frac{\text{No. Personas que aceptan}}{\text{No. Clientes en un mes}} \times 100$	Mide la eficiencia de la imagen corporativa.	100%	Informes	Impacto
Utilizar técnicas adecuadas de sistematización de archivos.	Ejecución de procesos	$\frac{\text{No. Procesos implementados}}{\text{Total de procesos}} \times 100$	Mide la eficiencia en la implementación de procesos.	100%	Informes	Gestión
Estandarización del servicio para la atención al cliente.	Satisfacción del cliente	$\frac{\text{No. Clientes satisfechos}}{\text{Total clientes}} \times 100$	Mide la satisfacción del cliente.	100%	Encuestas a clientes	Impacto
Estructura un Programa de capacitación continúa	Número de personas capacitadas	$\frac{\text{No. Personas capacitadas}}{\text{Total personal}} \times 100$	Mide el nivel de capacitación continúa	100%	Registros de capacitaciones	Impacto
Evaluación del nivel de satisfacción del cliente.	Satisfacción del cliente	$\frac{\text{No. Clientes satisfechos}}{\text{Total clientes}} \times 100$	Mide la satisfacción del cliente.	100%	Encuestas a clientes	Impacto

Elaborado por: Silvana Llori

4.2.7 Plan de monitoreo y evaluación

La evaluación de la propuesta se realizará siguiendo la matriz que a continuación se detalla:

Cuadro N°. 35: Plan de monitoreo y evaluación

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿Para qué?	Para cumplir los objetivos propuestos en la investigación.
¿De qué personas u objetos?	Servidores y clientes.
¿Sobre qué aspectos?	Plan de estrategias de servicio al cliente
¿Quién?	Investigadora.
¿Cuándo?	Año 2015.
¿Dónde?	En el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona
¿Cuántas veces?	Una vez
¿Qué técnicas de recolección?	Encuestas y observación.
¿Con qué?	- Guía de la entrevista. - Cuestionario semi-estructurado.
¿En qué situación?	En la institución.

Elaborado por: Silvana Llori

CONCLUSIONES

- Se estructuró el marco teórico de lo que el servicio al cliente, información que ha sido insumo importante para realizar el trabajo de titulación en todos sus componentes, ya que los aportes de autores orientaron a la Investigadora, a generar deducciones y aportes nuevos respecto al tema trabajado.
- Se ha podido evidenciar que si bien no existe un malestar total de los clientes por el servicio que presta la ventanilla de atención, se determina que se demora demasiado, no se hace seguimiento a la satisfacción del cliente, no se tienen definidos los procesos con tiempos y responsables, se poseen sistemas informáticos caducos, el espacio de espera no es el adecuado, los sistemas de archivo no están modernizados, es decir no se tiene un proceso de mejora continua, por lo que el servicio al cliente no es bueno.
- Se ha estructurado una propuesta para mejorar la atención al cliente, con algunas estrategias, las mismas que están sujetas a actualización continua en función de la evolución de los sistemas conductuales de los seres humanos, que cada vez son más exigentes.

RECOMENDACIONES

- Se necesita implementar acciones de planificación estratégica en la que se definan objetivos, estrategias indicadores y metas, que se puedan evaluar en cualquier momento, así como también practicar valores orientados al servicio al cliente, que cumplan los principios de calidad y calidez.
- Es importante ubicar un buzón para recibir quejas y sugerencias, ya que es parte de los procesos de mejora continua en el servicio al cliente, aprovechando las tecnologías de la información y comunicación que facilita automatizar los procesos.
- Debe mejorarse la imagen corporativa, como una estrategia de atención de calidad al cliente interno y externo, también es importante que la Institución Educativa, trabaje en los temas de gestión de calidad en base a las normas ISO 9001:2000.

BIBLIOGRAFIA

- Aranda Aranda, A. (2011). *Planificación Estratégica Educativa*. Quito: Abya-Yala.
- Armijo, C. (2011). *La gestión de calidad en una Organización*. México: Editorial Ciénega.
- Beltrán, J. et. al (2012). *Guía para una gestión basada en procesos*. Barcelona: Instituto Andaluz de Tecnología.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de Recursos Humanos*. México: McGraw Hill.
- Chile, S. (2010). *La Organización de archivos*. Santiago. Editorial Tranzas
- Consejo de la Judicatura. (2013). *Formación inicial para Notarias y Notarios*. Quito: Escuela de Formación inicial.
- Dirección del sistema Nacional de archivos. (2011). *Instructivo para la elaboración de la guía simple de archivos*. Quito: Editorial AGN.
- Domínguez, J. (2011). *Gestión Administrativa, Plan de mejoramiento Empresarial*.
- Esteban, M. Á. (2010). *Los archivos de documentos digitales*. Zaragoza: Universidad de Zaragoza.
- González, M. (2008). *Organización y gestión de Centros Escolares, dimensiones y procesos*. México: Pearson Educación.
- Ministerio Secretaría Nacional de la Presidencia. (2011). *Manual de Procedimientos, Plan General de trabajo; archivos Públicos*. Santiago de Chile: Comisión de Probidad y Transparencia.
- Munch, L. et. al (2012). *Administración de Instituciones educativas*. México: Trillas.
- Sistemas Integrales de Calidad. (2010). *Aplicaciones de acciones de mejora*. Bogotá: Editado por SINCAL.

ANEXOS

Anexo No. 1: Cuestionario dirigido a clientes externos



**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE
CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**



**LICENCIATURA EN SECRETARIADO GERENCIAL
CENTRO DE APOYO TENA**

CUESTIONARIO DIRIGIDO A CLIENTES EXTERNOS

Formulario N°.....

Fecha.....

Encuestador.....

Lugar.....

Estimado Cliente: Con la finalidad de conocer las estrategias de atención al cliente en el Colegio Fiscal del cantón Archidona, le solicito muy comedidamente, se digne contestar el presente cuestionario de una manera confiable. Los resultados ayudarán a la elaboración de un Plan de estrategias en beneficio los clientes internos y externos.

Instrucción: Lea detenidamente y conteste colocando una X en la alternativa que usted esté de acuerdo.

N°	Preguntas	Respuestas			Observaciones
		SI	NO	N/A	
1	¿Los documentos requeridos son entregados de forma inmediata?				
2	¿Ha verificado usted que se da importancia al cliente?				
3	¿El trato brindado al cliente es el adecuado?				

4	¿Existe respeto en el trato que recibe del personal de la Institución?				
5	¿Se comunica adecuadamente los objetivos de una situación ocasional de atención al cliente?				
6	¿Se informa y se explica las razones de no atención oportuna a su solicitud?				
7	¿Se trabaja en horarios adecuados, para facilitar la atención al cliente externo?				
8	¿Las personas que atienden al cliente están capacitadas?				
9	¿Las instalaciones y los servicios son adecuadas para el servicio al cliente?				
10	¿Se cuenta con las herramientas tecnológicas para facilitar la atención al cliente?				

Gracias por su colaboración

Anexo No. 2: Cuestionario dirigido a empleados de la secretaría del colegio fiscal de Archidona



**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE
CHIMBORAZO**



**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
LICENCIATURA EN SECRETARIADO GERENCIAL
CENTRO DE APOYO TENA**

**CUESTIONARIO DIRIGIDO A EMPLEADOS DE LA SECRETARÍA DEL
COLEGIO FISCAL DE ARCHIDONA**

Formulario N°.....

Fecha:.....

Encuestador.....

Lugar.....

Estimadas Secretarias: Con la finalidad de conocer las estrategias de atención al cliente en el Colegio Fiscal del cantón Archidona, le solicito muy comedidamente, se digne contestar el presente cuestionario de una manera confiable. Los resultados ayudarán a la elaboración de un Plan de estrategias en beneficio los clientes internos y externos.

Instrucción: Lea detenidamente y conteste colocando una X en la alternativa que usted esté de acuerdo.

N°	Preguntas	Respuestas			Observaciones
		SI	NO	N/A	
1	¿Sabe lo que es el término empatía?				
2	¿Sabe cómo tratar al cliente externo e interno?				
3	¿Mantiene en orden los documentos para facilitar la atención al cliente?				

4	¿Respeto las ideas y criterios de los clientes?				
5	¿Respeto la etnia, creencia religiosa, credo político?				
6	¿Da prioridad a las personas de la tercera edad y discapacitados?				
7	¿Atiende con cortesía y amabilidad al cliente?				
8	¿Conoce las necesidades de los clientes?				
9	¿Asesora adecuadamente a los clientes?				
10	¿Se capacita frecuentemente para mejorar la atención al cliente?				

Gracias por su colaboración

Anexo No. 3: Cuestionario dirigido a las autoridades del colegio fiscal de Archidona



**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE
CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**



**LICENCIATURA EN SECRETARIADO GERENCIAL
CENTRO DE APOYO TENA**

**CUESTIONARIO DIRIGIDO A LAS AUTORIDADES DEL COLEGIO FISCAL
DE ARCHIDONA**

Formulario N°.....

Fecha:.....

Encuestador.....

Lugar.....

Estimadas Autoridades: Con la finalidad de conocer las estrategias de atención al cliente en el Colegio Fiscal del cantón Archidona, le solicito muy comedidamente, se digne contestar el presente cuestionario de una manera confiable. Los resultados ayudarán a la elaboración de un Plan de estrategias en beneficio los clientes internos y externos.

Instrucción: Lea detenidamente y conteste colocando una X en la alternativa que usted esté de acuerdo.

N°	Preguntas	Respuestas			Observaciones
		SI	NO	N/A	
1	¿El equipo de trabajo de la Institución está capacitado en atención al cliente?				

2	¿El equipo de trabajo sabe sus roles y competencias en la atención al cliente?				
3	¿El equipo de trabajo cumple con los horarios de atención al cliente?				
4	¿Se mantiene un sistema adecuado de archivo para facilitar la atención al cliente?				
5	¿Existe un protocolo de atención al cliente?				
6	¿La Institución en su Misión y Visión incluye el servicio al cliente?				
7	¿La Institución cuenta con valores que mejore la satisfacción del cliente?				
8	¿El perfil profesional del personal está acorde con lo que se necesita la Institución para cumplir con sus funciones y responsabilidades?				
9	¿Existe un buzón para recibir sugerencias para mejorar la atención al cliente?				
10	¿Está definido los procedimientos para la excelencia del servicio a través de la gestión en los tiempos?				

Gracias por su colaboración