



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA

LICENCIATURA EN SECRETARIADO GERENCIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del título de:

LICENCIADA EN SECRETARIADO GERENCIAL

TEMA:

“MODELO DE ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL USUARIO, EN EL ÁREA DE SECRETARÍA DE LA UNIDAD EDUCATIVA COMUNITARIA INTERCULTURAL BILINGÜE BÁSICO YAWARI, DE LA COMUNIDAD YAWAR URKU, PARROQUIA Y CANTÓN ARCHIDONA, PROVINCIA DE NAPO, EN EL AÑO 2016”

AUTORA:

SONIA IMELDA SHIGUANGO CHIMBO

TENA - ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por la señora Sonia Imelda Shiguango Chimbo, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su contenido.

Ing. Liliana Funes Samaniego
DIRECTORA TRIBUNAL

Ing. Pedro de la Cruz Fernández
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, SONIA IMELDA SHIGUANGO CHIMBO, 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, 05 de abril de 2016

Sra. Sonia Imelda Shiguango Chimbo

C.C.1500704703

DEDICATORIA

Este trabajo realizado con esfuerzo por varios meses, está dedicado:

A mi padre: ANTONIO FRANCISCO SHIGUANGO ALVARADO quien me da fuerza positiva.

A mis hijos: MAYERLIN JAMILETH y ANTHONY ALBERTH PISANGO SHIGUANGO que siempre están a mi lado dándome animo de seguir adelante.

A mi esposo: TEOFILO JACOBO quien constantemente me ha brindado su apoyo en todo momento.

A todos mis: FAMILIARES quienes me han apoyado moralmente.

Y a mis: AMIGAS le agradezco por su ayuda.

Sonia Imelda

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme iluminado a lo largo de mi aprendizaje, a mi Directora de Trabajo de Titulación a Ing. Liliana Funes Samaniego, a mi tutor al Ing. Pedro de la Cruz Fernández, quienes con sus conocimientos y apoyo supieron guiarme el desarrollo de la presente tesis.

A las personas que colaboraron de una u otra forma para la realización de este trabajo, y especialmente a mis hijos Mayerlin y Anthony Pisango Shiguango, a mi esposo Teófilo y a mi padre Antonio Shiguango Alvarado, por todo su apoyo y la oportunidad de poder estudiar.

A la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básico Yawari, por su valioso aporte y ayuda para poder realizar mi investigación.

Mi gratitud a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, Unidad de Educación A Distancia en Licenciatura en Secretariado Gerencial, por haberme abierto sus puertas y otorgarme los conocimientos.

A todos los docentes por haberme inculcado la enseñanza, y las cualidades positivas.

Sonia Imelda

ÍNDICE GENERAL

Portada	i
Certificación del tribunal	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice general.....	vi
Índice de tablas	x
Índice de gráficos.....	xii
Índice de anexos.....	xiii
Resumen ejecutivo	xiv
Summary	xv
Introducción	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	3
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1.1. Formulación del Problema.....	4
1.1.2. Delimitación del Problema	4
1.2. JUSTIFICACIÓN	4
1.3. OBJETIVOS	5
1.3.1. Objetivo General.....	5
1.3.2. Objetivos Específicos	6
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	7
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	7
2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	8
2.2.1. Administración del capital humano: Función estratégica para los recursos humanos.....	8
2.2.2. Estrategias.....	8
2.2.3. Estrategias de atención al usuario.....	9
2.2.4. Planificación de Estrategias	11
2.2.5. Clases de Estrategias	12
2.2.6. Niveles de Estrategias.....	13
2.2.7. Procesos de estrategias administración.....	14

2.2.8.	Atención al Usuario	16
2.2.8.1.	Evolución de Atención al usuario.....	16
2.2.8.2.	Importancia de Atención al Usuario.....	17
2.2.8.3.	Definición de Atención al Usuario	18
2.2.8.4.	Veinte características para la excelencia en Gestión de usuarios.....	19
2.2.8.5.	Estrategias de Atención al Usuario.....	22
2.2.8.6.	Barreras contra la buena atención al usuario	22
2.2.8.7.	Elementos de la Atención al Usuario.....	23
2.2.8.8.	Habilidades principales de atención al usuario.....	24
2.2.8.10.	Tipos de atención al Usuario	25
2.2.8.11.	Factores fundamentales desarrollados en la atención al usuario	26
2.2.8.12.	Principios de la atención al Usuario	27
2.2.8.13.	Técnicas para conocer al usuario	28
2.2.8.14.	Los cinco factores clave de la atención al usuario.....	29
2.2.8.15.	La calidad de Atención al Usuario.....	29
2.2.8.16.	Necesidades y expectativas del Usuario	30
2.2.8.17.	Satisfacción del Usuario	31
2.2.9.	Modelos	32
2.2.9.1.	Que son los modelos de estrategias de atención al usuario	33
2.2.9.2.	Ejemplos de Modelos de Estrategias de Atención al Usuario	34
2.2.10.	Servicio.....	35
2.3.	IDEA A DEFENDER.....	37
2.3.1	Idea General.....	37
2.3.2	Ideas Específicas.....	37
2.4.	VARIABLES	38
2.4.1	Variable Independiente.....	38
2.4.2	Variable Dependiente	38
CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO.....		39
3.1.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	39
3.2.	TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	39
3.2.1	De campo.....	39
3.2.2	Bibliográfico – Documental	39
3.2.3	Exploratorio	39
3.2.4	Descriptivo.....	40

3.3.	POBLACIÓN	40
3.3.1	Muestra	40
3.4.	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	41
3.4.1.	Métodos	41
3.4.1.1.	Método Inductivo	41
3.4.1.2.	Método Deductivo	41
3.4.2.1.	Observación	42
3.4.2.2.	Encuesta.....	42
3.4.3.	Instrumentos de investigación	42
3.4.3.1.	Cuestionario de preguntas	42
3.5.	RESULTADOS	43
3.5.1.	HALLAZGOS	63
CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....		64
4.1	TITULO	64
4.2	CONTENIDO DE LA PROPUESTA	64
4.2.1.	Introducción.....	64
4.2.1. 1	Antecedentes Históricos	64
4.2.2.	Organigrama Estructural.....	68
4.2.3.	Objetivos de la Institución	69
4.2.3.1.	Objetivo General.....	69
4.2.3.2.	Objetivo Específicos.....	69
4.2.4.	Misión.....	69
4.2.5.	Visión.....	69
4.2.6.	Diagnóstico FODA	70
4.2.7.	Matriz de estrategias de cambio	71
4.2.8.	Modelo de estrategias de atención al usuario	72
4.2.9.	Descripción De Las Estrategias	75
4.2.9.1.	Estrategia N ^a 1	75
4.2.9.2.	Diseño de un programa de capacitación	75
4.2.10.	Estrategia N ^o 2.....	82
4.2.10.1.	Estandarización del servicio para atención al usuario	82
4.2.11.	Estrategia N ^o 3.....	84

4.2.11.1.Evaluación del nivel de satisfacción del usuario a través de un buzón de sugerencias.....	84
4.2.12. Estrategia N° 4.....	86
4.2.12.1.Manejo Comunicacional a través de afiches	86
4.2.13. Estrategia N° 5.....	88
4.2.13.1.Posicionar la imagen corporativa.....	88
4.2.14. Estrategia N°- 6	90
4.2.14.1.Mejorar los sistemas de las tecnologías de la información y comunicación	90
CONCLUSIONES	92
RECOMENDACIONES.....	93
BIBLIOGRAFIA	94
ANEXOS	96

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Definición de la población.....	40
Tabla N° 2: Calidad del servicio brindado por el personal UECIB	43
Tabla N° 3: Existencia de respeto a la etnia, creencia, religiosa y política.....	44
Tabla N° 4: Comunicación al usuario de los servicios que presta la UECIB	45
Tabla N° 5: Las justificaciones dadas por el personal de la UECIB	46
Tabla N° 6: Capacitación del personal.....	47
Tabla N° 7: Las instalaciones y servicios son los adecuados.....	48
Tabla N° 8: Existencia de herramientas tecnológicas en atención al cliente	49
Tabla N° 9: La institución requiere de un modelo de estrategias de atención al usuario	50
Tabla N° 10: Cumplimiento del horario de trabajo.....	51
Tabla N° 11: Existencia de atención prioritaria	52
Tabla N° 12: La institución capacita a su personal	53
Tabla N° 13: Los horarios que brinda la institución son adecuados	54
Tabla N° 14: Estandarización de procesos de atención al usuario.....	55
Tabla N° 15: Instrumenta un sistema de registro al usuario	56
Tabla N° 16: El ambiente laboral.....	57
Tabla N° 17: Es importante un modelo de estrategias en la institución.....	58
Tabla N° 18: Es necesaria la capacitación de atención al usuario	59
Tabla N° 19: Plan para mejorarla imagen corporativa.....	60
Tabla N° 20: Se dan facilidades para agilizar los trámites.....	61
Tabla N° 21: Materiales, equipos y complementos adecuados para atención al usuario	62
Tabla N° 22: Análisis situacional de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari.	70
Tabla N° 23: Matriz de estrategias de cambio	71
Tabla N° 24: Matriz de estrategias de atención al Usuario.....	74
Tabla N° 25: Consejos para mejorar la atención al usuario	76
Tabla N° 26: Presupuesto para el taller “Consejos para mejorar la atención al usuario”	77
Tabla N° 27: Sentido escénico para mejorar la atención al usuario.....	77

Tabla N° 28 Presupuesto para el taller “Sentido escénico para mejorar la atención al usuario”	78
Tabla N° 29: Los 10 mandamientos de atención al usuario.....	78
Tabla N° 30: Presupuesto para el taller “Los 10 mandamientos de atención al usuario”	79
Tabla N° 31: Tecnología para mejorar la atención al usuario.....	79
Tabla N° 32: Presupuesto para el taller “Tecnología para mejorar la atención al usuario”	80
Tabla N° 33: Normas internas para mejorar la atención al usuario	80
Tabla N° 34: Presupuesto para el taller “Normas internas para mejorar la atención al usuario.....	81

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Proceso de atención al usuario	24
Gráfico N° 2: El triángulo de servicio al Usuario	28
Gráfico N° 3: Satisfacción del usuario.....	32
Gráfico N° 4: Calidad del servicio que presta la UECIB.....	43
Gráfico N° 5: Respeto a la etnia, creencia religiosa y política.....	44
Gráfico N° 6: Comunicación al usuario de los servicios que presta la UECIB	45
Gráfico N° 7: Las justificaciones dadas por el personal de la UECIB.....	46
Gráfico N° 8: Capacitación del personal.....	47
Gráfico N° 9: Las instalaciones y servicios son los adecuados	48
Gráfico N° 10: Exigencias de herramientas tecnológicas en atención Cliente	49
Gráfico N° 11: La institución requiere de un modelo de estrategias de atención al usuario.....	50
Gráfico N° 12: Cumplimiento del horario de trabajo.....	51
Gráfico N° 13: Existencia de atención prioritaria	52
Gráfico N° 14: La institución capacita a su personal.....	53
Gráfico N° 15: Los horarios que brinda la institución son adecuados.....	54
Gráfico N° 16: Estandarización de procesos de atención al usuario.....	55
Gráfico N° 17: Instrumenta un sistema de registro al usuario	56
Gráfico N° 18: El ambiente laboral.....	57
Gráfico N° 19: Es importante un modelo de estrategias en la institución	58
Gráfico N° 20: Es necesaria la capacitación de atención al usuario	59
Gráfico N° 21: Plan para mejorarla imagen corporativa.....	60
Gráfico N° 22: Se dan facilidades para agilizar los trámites	61
Gráfico N° 23: Materiales, equipos y complementos adecuados para atención al usuario	62
Gráfico N° 24: Croquis de ubicación del Establecimiento	67
Gráfico N° 25: Estructura Orgánica.....	68
Gráfico N° 26: Flujograma del proceso de atención al usuario	83
Gráfico N° 27: Buzón de sugerencias	85
Gráfico N° 28: Comunicación a través de afiches	87
Gráfico N° 29: Posicionar la imagen corporativa	89

Gráfico N° 30: Sistemas de las tecnologías de la información y comunicación..... 91

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo No. 1: encuesta dirigido a usuarios	96
Anexo No. 2: encuesta dirigido a personal docente y administrativo.....	98
Anexo No. 3: funcionarios de la unidad educativa yawari	99
Anexo No. 4: Secretaria de la institución	99
Anexo No. 5: Directora de la UECIB Yawari	100
Anexo No. 6: Personal docente participando de un taller.....	100
Anexo No. 7: Estudiantes de la u.e.c.i.b.basica yawari	101

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo de este presente trabajo fue la elaboración del “Modelo de estrategias para mejorar la atención al usuario, en el área de secretaría de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básico Yawari, de la Comunidad Yawar Urku, parroquia y Cantón Archidona, provincia de Napo, en el año 2016” con el fin de satisfacer las necesidades del usuario ahorrando tiempo y brindando una atención de calidad.

Mediante la utilización de métodos de investigación se pudo desarrollar el Modelo de estrategias que permita entregar una atención de manera eficiente, efectiva y eficaz a los usuarios internos y externos, con la aplicación del modelo de estrategias de atención al usuario, se logrará una satisfacción positiva y se proporcionará información inmediata lo que permitirá fortalecer la gestión en el área de secretaria.

La elaboración del modelo de estrategias se plantea con la finalidad de mejorar la atención al usuario siendo éstos: programa de capacitación, estandarización del usuario, buzón de sugerencias, manejo comunicacional a través de afiches, se plantea estas estrategias a fin brindar una atención de calidad, cubriendo las expectativas de los usuarios.

Palabras claves: Institución educativa, modelo de estrategias, trabajo de titulación, técnica, servicio, usuario, sugerencias, mejora continua.

Ing. Liliana Funes Samaniego

DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACION

SUMMARY

The objective of this study was the development of the "Model of strategies to improve the attention to the user, in the secretariat area of the Bilingual Intercultural community educational unit basic Yawari, community Yawar Urku, Cantón Archidona, province of Napo, in the year 2016" in order to satisfy the need of the user, saving time and providing quality attention.

Through the use of research tools such as surveys and direct observation, could develop model strategies that will deliver attention efficiently, effectively and efficiently to internal and external users through a program of training, standardization of the user, mailbox of suggestions, communication management through posters, covering the expectations of users, with the implementation of the Model Strategies of attention to the user, was achieved satisfy the needs and support the management in the secretariat area.

Most of the teachers have received training regarding pedagogic aspects, it is recommended to give training of social character as for the service quality to the user, since they work permanently with different types of users and must be attended with a good deal.

Key words: educational institution, model strategies, degree work, technical, service, user, suggestion, work, continuous improvement.

INTRODUCCIÓN

La Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básico Yawari, como su nombre lo menciona es una Institución Educativa, que brinda servicios educativos a una población en su mayoría de la nacionalidad Kichwa, la misma que tiene sus propios rasgos culturales, que lo diferencian en gran manera de la reducida población colona que vive en Yawari, en estas circunstancias la intercomunicación se dificulta, puesto que los nativos no hablan bien el castellano, por lo que la transmisión de ideas son incompletas, como los empleados responsables de atención al usuario no tienen la capacitación adecuada, la atención no es de calidad.

Se ha escogido el tema de Modelo de estrategias para atención al usuario, cliente o ciudadano, puesto que en este caso se debe considerar características diferenciadas, de las personas, para proponer estrategias adecuadas que permitan entender lo que ellos necesitan y satisfacer las necesidades de servicio. Si bien se piensa que una Institución Educativa, solo es para facilitar aprendizaje de los jóvenes, no es así puesto que como resultado de los procesos académicos, se generan servicios que deben atenderse al usuario que es necesario que se valore y se considere para generar satisfacción en el usuario, mediante un modelo de estrategias adaptadas a la situación de la Entidad Educativa, procurando mejorar la atención al usuario.

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, e idea a defender.

Capitulo IV. Marco Propositivo, Título y contenido de la propuesta.

Finalmente se completa el trabajo de titulación con las conclusiones, recomendaciones y bibliografía consultada y los anexos.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La convivencia de las sociedades humanas solo es posible gracias a la comunicación, que consiste en el intercambio de mensajes entre los individuos. En la actualidad se entiende que el buen funcionamiento de la sociedad depende no sólo de que estos intercambios existan, sino de que sean óptimos en cierto sentido. Bajo este principio la atención al usuario es una acción de intercambio de ideas entre dos personas, es decir generan comunicación; por lo que para que se genere satisfacción entre los actores deben existir condiciones adecuadas especialmente de la parte del oferente del servicio, actividad que en la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básico Yawari, no es la más adecuada, dada que las personas que atienden al público, desconocen normas y estrategias adecuadas, pues no han recibido procesos de capacitación continúa

Al no existir un tipo de comunicación adecuada y no contar con un proceso a seguir para una efectiva atención al usuario, se causa malestar e inconformidad en las actividades cotidianas y principalmente a los usuarios internos y externos, ya que ellos acuden a la Institución por un servicio que es obligación y parte del código de ética tratar adecuadamente a las personas, de manera de generar satisfacción en el usuario.

La secretaria de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari, de la Comunidad Yawar Urku, no cuenta con un modelo de estrategias de atención al usuario, por lo que el trato que provee no es el más adecuado, causando malestar en los usuarios, durante los diferentes trámites que realiza.

Esta situación afecta a la imagen Institucional, ya que las personas que sintieron ese malestar, en lo posterior generan desconfianza en la atención al usuario y muchas veces debido a esto deciden cambiar de Unidad Educativa, además la gestión y la aceptación de la Institución Educativa frente a la Sociedad es inadecuada, cuando se trata de evaluar su desempeño, que es parte del código de comportamiento de las Organizaciones.

1.1.1. Formulación del Problema

¿Cómo incide la formulación de un Modelo de Estrategias para mejorar la atención al Usuario, en el área de Secretaría de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básico Yawari, de la Comunidad Yawar Urku, Parroquia y Cantón Archidona, Provincia de Napo?

1.1.2. Delimitación del Problema

De contenido: Secretariado Gerencial

Objeto de estudio: Modelo de estrategias

Campo de acción: Atención al usuario en el área de secretaría

Delimitación espacial: El trabajo se realizará en la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básico “Yawari” Comunidad Yawar Urku, Cantón Archidona, Provincia de Napo.

Delimitación temporal: Para cumplir los objetivos de la investigación, se revisará la atención al usuario en el período septiembre 2015 a enero 2016.

1.2. JUSTIFICACIÓN

El trabajo es FACTIBLE de realizarse, ya que se cuenta con la aceptación de los Directivos de la Institución Educativa, además se cuenta con los recursos necesarios para realizar el trabajo que estará apoyado con Tutores de la Escuela Politécnica de Chimborazo, lo que garantiza un resultado final satisfactorio.

El APORTE PRÁCTICO, se genera en base al diagnóstico actual de la atención al Usuario y las Estrategias como: capacitación continua, procesos de mejora continua, estructuración de mejoras en los procesos de atención al usuario, mejorar la imagen Institucional, promocionar a la Institución, recibir aportes de los usuarios, mejorar los sistemas de archivos, mejorar los horarios y tiempos de atención al usuario las mismas que servirán de base para medir los alcances de la propuesta, y para que el equipo de Servidores que atienden diariamente al Público, mejoren en sus procedimientos, lo que

incidirá en la calidad del servicio y la aceptación por parte de la sociedad en relación a la gestión de la Institución Educativa.

Para la formulación de un Modelo de Estrategias de atención al usuario, se deben seguir METODOLOGÍAS aceptadas y adaptadas a las Instituciones públicas de Educación, caracterizando a la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básico “Yawari”; en razón de que cada una es diferente a la otra, por lo que se debe trabajar para mejorar la atención a los usuarios de esta Institución.

El APORTE TEÓRICO, se genera cuando al final se presentará un documento sistematizado, que contendrá fundamentaciones científicas de varios autores, pero también los aportes de la autora del trabajo, consensuado con los Directivos, empleados y otros actores de la Educación en la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básico “Yawari”, procurando que los fundamentos teóricos aporten para la mejora de la calidad del servicio, ya que es una debilidad en esta Institución Educativa.

En base a los APORTES, se espera que la institución y el personal que labora cuenten con el suficiente conocimiento, experiencia, espacio físico, tecnología avanzada y con una buena atención para satisfacer las demandas que se puedan presentar a diario y con miras de contar con una buena imagen institucional educativa, por lo que es necesario crear el Modelo de Estrategias para mejorar la atención al usuario, en el área de Secretaría para que exista una atención, ágil, eficiente, eficaz con calidad y calidez.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

Diseñar un Modelo de Estrategias para mejorar la atención al usuario, en el área de Secretaría de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari, de la comunidad Yawar Urku, parroquia y cantón Archidona, provincia de Napo.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Desarrollar el marco teórico especializado que permita la realización correcta de un modelo de estrategias para mejorar la atención de los usuarios en el área de secretaria de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básico Yawari.
- Identificar la situación real de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básico Yawari, por medio del diagnóstico general, el mismo que permita el diseño del modelo de estrategias para mejorar la atención al usuario.
- Diseñar un Modelo de Estrategias, con el propósito de mejorar de manera eficiente la atención a los usuarios.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

LLori, M. (2015);“objetivo principal en determinar la situación actual del servicio al cliente en la Institución educativa, esto mediante la observación preliminar; complementada con la recolección de información primaria, para esto se utilizó la técnica de la encuestas con el instrumento encuesta con preguntas cerradas dirigidas tanto a clientes externos, personas que atienden en la ventanilla de servicios y Autoridades; esta información se ordenó, tabuló mediante cuadros y gráficos estadísticos para su posterior análisis, la investigación fue de tipo cualitativo - cuantitativo, con los resultados se pudo proponer un Plan de estrategias de servicio al usuario para el Colegio Fiscal Diurno Cantón Archidona que contribuyan a mejorar la imagen Institucional”.

Pérez Ríos, C. (2014); “En la actualidad las empresas para que logren obtener una identificación propia deben enfocarse en la Calidad del Servicio al usuario, con el cambio constante de la prestación de servicios y la innovación se tiene que lograr que los clientes se encuentren satisfechos, más aún si es un Restaurante donde la calidad es un factor primordial en la empresa. Si en las organizaciones, todos estuvieran conscientes que la calidad es un progreso que de alguna manera asegura la permanencia en el mercado e incrementa las utilidades, puede lograrse que todos conviertan a esta en un estilo de vida, que conlleva en familiarizarse y conocer a los clientes en sus gustos, comodidades, preferencias y lo más importante poder obtener una opinión de ellos para lograr mejoras continuas en la empresa”. (s.p.)

Los dos trabajos que se presentan como antecedentes investigativos, hacen referencia a la atención al usuario, que comparado con el trabajo de titulación desarrollado en el que se hace referencia al usuario, son palabras sinónimas, lo importante es considerar al cliente como una parte importante de la expansión y el prestigio de una Empresa o Institución; la primera es más específica al tema que se realizó en la Unidad Intercultural Bilingüe Básica Yawari; ya que las dos son Instituciones educativas, en donde la atención al cliente o usuario, se relega a un segundo plano, dando mayor

importancia al quehacer Educativo, al final la investigadora hace una propuesta de estrategias de atención al usuario.

En la segunda investigación, tiene que ver con la atención al usuario en una Empresa particular, referida al servicio de alimentación ya que es un restaurante, aquí compara dos variables la atención al usuario y el incremento de las utilidades, es decir que en este resumen se nota que cuando se mejora la calidad de atención al cliente, los ingresos mejoren, pues se atraen a más personas, se pone en práctica la Ley 80/20 de Pareto que dice: “el 20% de los clientes, producen el 89% de los ingresos”.

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1. Administración del capital humano: Función estratégica para los recursos humanos.

Según Mondy, R. (2005). “La Administración del capital humano (ACH) es la tarea que consiste en medir la relación de causa y efecto de diversos programas y políticas de RH en el resultado final del análisis financiero de la empresa. La ACH intenta obtener productividad adicional de los trabajadores; es en esta área donde los RH desempeñan verdaderamente una función significativa. La evaluación del capital humano conduce a un tipo de función distinto para los RH” (p. 25).

En el siglo 21, los recursos humanos es el bien intangible más importante de una Organización, ya que este genera el valor agregado de un producto o servicio, aunque se tenga el mejor robot, siempre será necesario contar con el talento humano para hacer y optimizar procesos con calidad.

2.2.2. Estrategias

Alfred, J. (2012), define a la estrategia como: “la determinación de metas y objetivos básicos de largo plazo de la empresa, la adición de los cursos de acción y la asignación de recursos necesarios para lograr dichas metas. Para él, la estructura sigue a la estrategia. Su interés estaba puesto en el estudio de la relación entre la forma que las

empresas seguían en su crecimiento (sus estrategias) y el diseño de la organización (su estructura) planeado para poder ser administrada en su crecimiento (p.82).

Kenneth, A. (2010). Combina las ideas de Drucker y Chandler en su definición de estrategia. “La estrategia es el patrón de los objetivos, propósitos o metas y las políticas y planes esenciales para conseguir dichas metas, establecida de tal modo que definan en qué clase de negocio la empresa esta o quiere estar y qué clase de empresa es o quiere ser” (p.19).

Jhonson, S. (2011), indica: “Es la dirección y el alcance de una organización a largo plazo; consigue ventajas para la organización a través de su configuración de los recursos en un entorno cambiante, para hacer frente a las necesidades de los mercados y cumplir las expectativas de los accionistas” (p.28).

Mintzberg, H. (1997), define: “Una estrategia es el conjunto de acciones que se implementarán en un contexto determinado con el objetivo de lograr el fin propuesto” (p.9).

Se tienen varios conceptos de estrategia, los autores coinciden en que una estrategia es un conjunto de acciones ordenadas con el fin de lograr objetivos ya planificados en función de intereses organizacionales o particulares.

2.2.3. Estrategias de atención al usuario

De acuerdo a Inga, M. (2012);

Lo más importante en una empresa son sus usuarios y su equipo de trabajo, y solo aquellas que tengan personal competitivo, productos o servicios de calidad y una excelente atención podrán garantizar un posicionamiento efectivo en el mercado. Para que la atención sea excelente se requiere delegar adecuadamente, entrenar intensamente al empleado que tiene contacto directo con el cliente, darle toda la información que deba manejar en su cargo y proporcionarle estrategias de servicio que garanticen la fidelidad de la persona que llega a la institucional. Una forma eficaz de posicionarse en la mente de sus prospectos es utilizar el servicio de atención al usuario como elemento

diferenciador, actualmente es este uno de los puntos más vulnerables de su competencia, ya que según estudios realizados la atención al cliente por Internet sigue siendo en muchos casos deficiente, por lo cual puede usar esta debilidad de su competencia en beneficio de sus usuarios y para fortalecer su estabilidad.

A continuación, detallare las siguientes estrategias para mejorar sustancialmente su servicio de atención al usuario.

1.- El usuario por encima de todo: Es la razón de ser de nuestro servicio.

2.- No hay nada imposible cuando se quiere: A pesar de que muchas veces los clientes solicitan cosas casi imposibles, con un poco de esfuerzo, inteligencia y deseos de atenderlo adecuadamente, se puede lograr lo que él desea.

3.- Cumplir todo lo que prometas: Son muchas las empresas que tratan, ha partir de engaños, de efectuar ventas o retener clientes. Pero, ¿Qué pasa cuando el cliente se da cuenta? Son las ventas de un día y con ello el cliente de un día que por otra parte difundirá una mala imagen de la misma.

4.- Solo hay una forma de satisfacer al cliente, darle lo que espera: El usuario se siente satisfecho cuando recibe lo que espera, y esto se logra conociéndolo bien y enfocándonos en sus necesidades y expectativas.

5.-Para el usuario, tú marcas la diferencia: Las personas que tienen contacto directo con los usuarios tienen una gran responsabilidad, pueden hacer que un usuario regrese o que jamás quiera volver, ellos hacen la diferencia.

6.- Fallar en un punto significa fallar en todo: Como se expresa en el punto anterior, puede que todo funcione a la perfección, que tengamos todo controlado.

7.- Un empleado insatisfecho genera usuarios insatisfechos: Los empleados propios son el primer usuario de una empresa (clientes internos). Si no se les satisface a ellos, como pretender satisfacer a los usuarios externos. Las políticas de recursos humanos deben ir a la par de las estrategias de marketing.

8.- El juicio sobre la calidad de atención lo hace al usuario: Aunque existan indicadores de gestión elaborados dentro de la empresa para medir la calidad del servicio, la realidad es que son los clientes quienes, en su mente y su sentir, hacen su valoración. Si la calidad les satisface regresan y no regresan si no lo es.

9.- Por muy bueno que sea el servicio, siempre se puede mejorar: Aunque se hayan alcanzado las metas propuestas en la atención y satisfacción del usuario, es necesario plantearse nuevos objetivos, “la competencia no da tregua”.

10.- Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo: Los equipos de trabajo no solo deben funcionar para detectar fallas o para plantear soluciones y estrategias. Cuando así se requiera, todas las personas de la organización deben trabajar en función de la organización. (p. 106)

Las estrategias de atención al usuario son caminos o fases que se deben ejecutar con el fin de generar satisfacción, no es un patrón definido que se debe seguir, mucho depende del servicio que presta y la situación conductual de las personas, es necesario seguir una cadena o flujo de procesos para generar satisfacción en el usuario. También es necesario considerar que los empleados no deben actuar como bomberos apagar los incendios, sino generar valor agregado a las actividades continuas que realizan en bien de la Institución.

2.2.4. Planificación de Estrategias

Revelo, J. (2012), aporta;

La Planificación Estratégica es un proceso a través del cual la organización define sus objetivos de mediano y largo plazo, identifica metas y objetivos cuantitativos, desarrolla estrategias para alcanzar dichos objetivos y localiza recursos para llevar a cabo dichas estrategias. La planificación estratégica es al mismo tiempo una poderosa herramienta de diagnóstico, análisis, reflexión y toma de decisiones colectivas, en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro las instituciones, para anticiparse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno, logrando el máximo de eficiencia y calidad en sus resultados.

Los principales componentes de la planificación estratégica son:

- ✓ **Visión:** delinea lo que la organización quiere ser, a largo plazo. Suele ser emocional e inspirador.
- ✓ **Misión:** define el propósito fundamental de la organización, describiendo por qué existe y qué hace para lograr su visión.
- ✓ **Valores:** creencias que son compartidas por todos los involucrados en la organización. Definen la cultura y las prioridades, estableciendo las bases para la toma de decisiones.
- ✓ **Estrategias:** el mapa donde se marca el camino a seguir para llegar a la visión. Es una mezcla de objetivos y medios para lograrlos.

Este aporte es importante para generar estrategias ya que como se aseveró en el concepto se persigue un objetivo, por lo que debe generarse direccionalidad, con la Visión de futuro, que determina a donde llegar y con la Misión el cómo llegar, se generan además valores para aplicarse y el mapa de estrategias que nace de un análisis FODA, que es el mapa de la situación actual.

2.2.5. Clases de Estrategias

Danserau, J. (1978); habla de dos clases de estrategias; “primarias que operan directamente sobre el material informativo y hacen relación directa a los procesos de comprensión, retención y recuperación, utilización y estrategias de apoyo, que tratan de mantener el clima cognitivo adecuado, y hacen referencia a la elaboración y programación de metas” (p.11).

Jones, A. (1986) identifica tres tipos de estrategias: “estrategias de codificación, como nombrar, repetir, elaborar ideas claves de un texto, generativas como parafrasear, visualizar el material por medio de analogías, metáforas e inferencias y constructivas, razonamiento, transformación y síntesis” (p.72).

Weinstein, L. y Mayer, R. (1986) establecen una clasificación sencilla y lineal de estrategias: “repetición, organización, elaboración, control de la comprensión y estrategias afectivas. Cada una de estas estrategias se puede aplicar a tareas de aprendizaje básicas y complejas” (p.104).

Las estrategias se pueden dividir de acuerdo con dos criterios, su naturaleza y su función: de acuerdo con su naturaleza, pueden ser cognitivas, metas cognitivas y de apoyo.

De acuerdo con su función, se pueden clasificar las estrategias de acuerdo a sus procesos a los que sirven: sensibilización, atención adquisición, personalización, recuperación, transfer y evaluación.

2.2.6. Niveles de Estrategias

Para Carrión, J. (2007):

Es muy habitual dividir en tres niveles la estrategia: estrategia corporativa o de la empresa, estrategia competitiva o de negocio y estrategia funcional.

La **estrategia corporativa** considera la empresa en relación con su entorno. Su objetivo es determinar en qué actividades concretas pretende competir la organización. Se relaciona con empresas diversificadas que compiten en diferentes sectores.

La **estrategia competitiva** se refiere a las decisiones que se toman en un negocio concreto o unidad estratégica de negocio. Se relaciona con la estrategia de una división concreta de la empresa. El objetivo es cómo llegar a tener una posición competitiva superior a la de los competidores, intentando generar capacidades distintivas (a partir de recursos y habilidades especiales que ha desarrollado o es capaz de desarrollar la empresa) con el fin último de conseguir ventajas competitivas, sin olvidar las sinergias producidas por la integración entre áreas funcionales.

La **estrategia funcional** persigue la optimización de recursos y capacidades dentro de cada área funcional. Busca la creación de capacidades distintivas y sinergia entre áreas funcionales. Deben estar alineadas con las estrategias de negocio.

Los tres niveles de estrategias que son: organizativa que analiza la situación interna de la Organización, Competitiva esta es muy importante puesto que analiza la Organización en relación a la competencia para generar cambios que le den ventaja sobre otras y la estrategia funcional hace que los cambios funcionen adecuadamente, es decir las tres estrategias están estrechamente vinculadas para mejorar la situación de la organización u este caso la Institución educativa.

2.2.7. Procesos de estrategias administración

Según Clayton, J. (2010);

El proceso estratégico de administración es más que solo un grupo de reglas para seguir. Es un enfoque filosófico para el negocio. La gerencia tiene que pensar primero estratégicamente, después aplicar ese pensamiento a un proceso. El proceso estratégico de administración se implementa mejor cuando todos dentro de la empresa comprenden la estrategia. Las cinco etapas del proceso son establecer objetivos, análisis, formación de la estrategia, implementación de la estrategia y el monitoreo de la estrategia.

Establecer objetivos. - El propósito de establecer objetivos es clarificar la visión para tu negocio. Esta etapa consiste en identificar tres facetas clave. Primero, define objetivos a corto y largo plazo. Segundo, identifica el proceso de cómo lograr tu objetivo.

Finalmente, personaliza el proceso para tu personal, dale a cada persona una tarea con la cual pueda tener éxito.

Análisis. -El análisis es una etapa clave porque la información reunida en esta etapa formará las siguientes dos etapas. Aquí, reúne tanta información y datos relevantes para lograr tu visión.

El centro del análisis tiene que ser el comprender las necesidades del negocio como entidad sostenible, su dirección estratégica e identificar iniciativas que ayudarán a que tu empresa crezca.

Examina cualquier problema externo o interno que pueda afectar tus metas y objetivos. Asegúrate de identificar las fortalezas y debilidades de tu organización como también cualquier amenaza y oportunidades que puedan surgir en el camino.

Formulación de la estrategia. -El primer paso para formar una estrategia es revisar la información ganada al completar el análisis. Determina qué recursos tiene actualmente la empresa que puedan ayudar a alcanzar las metas y objetivos definidos. Identifica cualquier área en la cual la empresa tenga que buscar recursos externos. Los problemas que tenga la empresa tienen que ser priorizados por su importancia para tener éxito. Una vez priorizados, empieza a formular la estrategia.

Debido a que las situaciones económicas y el negocio son fluidos, es crítico en esta etapa el desarrollar enfoques alternativos que se ocupen de cada paso del plan.

Implementación de la estrategia. -Una implementación exitosa de la estrategia es crítica para el proyecto de la empresa. Esta es la etapa de acción del proceso estratégico de administración. Si la estrategia general no funciona con la estructura actual de la empresa, tiene que instalarse una nueva estructura al comienzo de esta etapa.

Todos dentro de la organización tienen que tener en claro sus responsabilidades y deberes, y cómo eso se ajusta con el objetivo general. Además, cualquier recurso o financiación para el proyecto tiene que ser asegurado en este punto.

Una vez la financiación esté en lugar y los empleados estén listos, ejecuta el plan.

Evaluación y control. -Las acciones de evaluación y control de una estrategia incluyen medidas de desempeño, una revisión consistente de problemas internos y externos y tomar acciones correctivas cuando sea necesario. Cualquier evaluación exitosa comienza con definir los parámetros que se van a medir.

Estos parámetros tienen que reflejar los objetivos establecidos en la etapa 1.

Determina tu progreso al medir los resultados reales contra el plan. Monitorear los problemas internos y externos también te permitirá reaccionar a cualquier cambio sustancial en el ambiente de tu empresa. Si determinas que la estrategia no está llevando a la empresa hacia su objetivo, toma acciones correctivas. (p. 24)

Se explica la secuencia de procesos para formular una estrategia, ya que son objetivos que se plantean y se deben construir paso a paso para que resulte efectiva y como comprueba esto, tomando en cuenta lo aseverado en la última fase que es evaluar y controlar el resultado de la estrategia aplicada, para determinar si se obtuvieron los resultados deseados.

2.2.8. Atención al Usuario

2.2.8.1. Evolución de Atención al usuario

Serna G., H. (2006) afirma;

La evolución de Atención al Usuario era la satisfacción de las necesidades y expectativas del usuario, fundamentalmente amabilidad, atención. En la actualidad, se tiene un nuevo concepto de servicio y dice que es una estrategia empresarial orientada hacia la anticipación de las necesidades y expectativas del valor agregado de los usuarios, buscando asegurar la lealtad y permanencia tanto de los usuarios actuales como la atracción de nuevos usuarios, mediante la provisión de un servicio superior al de los competidores. Las razones por la cual se impone esta nueva visión es que hay un fácil acceso a una cantidad de datos, exigen mayor valor agregado, quieren que los proveedores los conozcan en detalles, tiene una gran variedad de opciones, colocan un enorme valor en la facilidad, rapidez conveniencia con que puedan adquirir bienes y servicios. Pero el énfasis recae en establecer una relación a largo plazo y de servicio integral, en satisfacer la totalidad de las necesidades de servicios al cliente, y en disminuir la necesidad o el deseo del cliente de fragmentar sus asuntos entre varias instituciones. Toda esta nueva situación se da porque el cliente en este entorno tiene y valora nuevos elementos del servicio tales como el tiempo, oportunidad soluciones individualización y amabilidad.

Los conceptos no son estáticos, ya que el hombre sigue evolucionando, en sus ideas, pensamientos, acciones, lo que permite anticipar a sus pensamientos para lograr posesionarse y llegar de manera convincente hacia el que es el cliente o usuario de un bien o servicio.

2.2.8.2. Importancia de Atención al Usuario

Núñez, G. (2009) explica;

En el mundo globalizado en el cual nos encontramos, la competencia de las empresas es cada vez mayor. Por eso, las compañías además de enfocarse en sus productos se ven en la necesidad de dirigir sus estrategias en el mejoramiento de Atención al Usuario. A continuación, detallaremos los factores importantes que los clientes requieren en una buena atención al Usuario.

1.- Ventajas del Servicio:

- ✓ Los representantes del Atención al Usuario deben desempeñar tanto una función reactiva como proactiva para conservar a los Usuarios.

En su función reactiva resuelven problemas para satisfacer al usuario. En su función proactiva se anticipan a los deseos y necesidades de los usuarios y determinan como su empresa puede satisfacerlos.

- ✓ Los estudios demuestran que los clientes valoran el servicio más que la calidad y el precio de los productos. En la actualidad, algunas de las compañías más exitosas se han distinguido prestando el mejor Atención al Usuario.

2.- Punto de vista del Usuario

- ✓ A los ojos del Usuario, todo empleado representa a la empresa. Por esta razón, en cada experiencia que el consumidor tiene con un representante de ventas se determina la continuidad o cancelación de las negociaciones.

- ✓ Cuando un usuario tiene una mala experiencia con una empresa, se lo contara, en promedio, a entre 8 y 16 personas. De hecho, son muy contados los clientes que se quejan ante la compañía, sencillamente se van a otra parte.

3.- Lealtad del Usuario

- La mayor parte de las ventas de un negocio proviene de sus clientes leales, ya que estos repiten sus compras, recomiendan la empresa a otros clientes, compran diversos artículos y se resisten al atractivo de los competidores.
- Cuesta de cinco a 10 veces más atraer clientes que conservar a los existentes.

Dentro de la situación de atención al usuario se debe analizar las condiciones del usuario de un servicio, los puntos de vista del usuario o sus necesidades requeridas en un bien o servicio, del que se origina la lealtad, que es la suma de las dos anteriores, es decir si existe una atención adecuada, se cumple las expectativas, se genera satisfacción este se convierte en una persona leal a su Empresa o Institución, lo que es parte de un trabajo para atraer a usuarios y que estos sean fieles a una Empresa o Institución.

2.2.8.3. Definición de Atención al Usuario

Pérez, V. (2006).

“Atención al Usuario es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el usuario obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo” (p.27)

La atención al usuario, se diría que es una situación conductual en la que una persona que está vinculada a una Institución o Empresa entrega un bien o servicio a satisfacción del Usuarios.

2.2.8.4. Veinte características para la excelencia en Gestión de usuarios

Según Buckingham, M. (2010);

A continuación, hemos tratado de establecer un retrato robot del gestor ideal, aglutinando todas las habilidades que debe poseer para tener éxito en estos tiempos de incertidumbre.

1. **Sociable.** -Con una capacidad extraordinaria para interrelacionarse, disfruta del contacto con la gente y tiene verdadero interés por las personas.
2. **Asertivo.** -Es consciente de sí mismo, de sus fortalezas y debilidades. Transmite confianza y seguridad, adoptando en todo momento un estilo de comunicación orientado al objetivo a alcanzar y no a la situación.
3. **Auto-confianza.** -Un gestor excelente, debe ser capaz de buscar en su interior los resortes que le activen y pongan en marcha, aportando decisión y seguridad para sacar el máximo potencial en los momentos claves.
4. **Honestidad.** -Debe comportarse y expresarse con coherencia y sinceridad. Siendo transparente y evitando el engaño. Hoy por hoy los consumidores están demandando claridad y transparencia.
5. **Discreción.** - Para reforzar los lazos con los usuarios, tiene que ser discreto ya que en ocasiones conocerá información privilegiada que no debe difundir, de otra manera perdería su credibilidad de cara a los usuarios.
6. **Entusiasmo e iniciativa.** - Es fundamental vivir con pasión lo que hacemos y disfrutar. Es imposible alcanzar todo nuestro potencial si no nos apasiona aquello que realizamos.
7. **Disposición a trabajar duro.** -Todos los tiempos son buenos para aquellos que están dispuestos a trabajar duro. Todo objetivo requiere un esfuerzo y una

dedicación vital para alcanzar el premio esperado, todavía más en tiempos de incertidumbre.

- 8. Actualización.** - El gestor excelente lee libros, asiste a cursos, observa y aprende de los otros vendedores excelentes. Aprovecha las nuevas tecnologías para mejorar la efectividad de su trabajo y ofrecer un mejor servicio a sus Usuarios
- 9. Adaptabilidad.** -Es fundamental la capacidad de adaptación a los cambios. Teniendo la suficiente flexibilidad para adecuarse a las nuevas demandas de los usuarios
- 10. Pro actividad.** -Hablamos de una persona que toma la iniciativa en el desarrollo de acciones creativas y audaces para generar mejoras, haciendo prevalecer su libertad de elección frente a las circunstancias. Adelantándose de esta manera a los problemas que puedan surgir.
- 11. Apariencia personal.**- Debe cuidar al máximo su apariencia con el objeto de transmitir una imagen de profesionalidad y cercanía. Para ello es fundamental prestar atención a la vestimenta y a sus gestos generando un porte agradable y seguro.
- 12. Positivismo.**-El optimismo es esencial en cualquier trabajo por lo que es bueno que un gestor de Clientes extraiga conclusiones positivas de todo aquello que le suceda. Fomente la autocrítica y aprenda las preciadas enseñanzas que le ofrecen sus fracasos.
- 13. Creatividad.**-Busque soluciones creativas a los problemas, no renuncie a nada que pueda ser necesario sólo porque carece de los medios adecuados. Tenga flexibilidad mental, huya de modos de resolución preconcebidos y hágalo de manera distinta.
- 14. Receptividad y empatía.** -Recuerde que lo fundamental es el que está al otro lado: El Cliente. Por lo tanto, póngase continuamente en su lugar y trate a los demás como le gustaría que le trataran a usted.

15. Saber escuchar. -La escucha activa consiste en realizar un esfuerzo por oír y comprender las palabras de nuestros interlocutores. Este esfuerzo exige prestar una especial atención a las conversaciones aumentando al mismo tiempo la concentración en las mismas.

El acto de escuchar con interés y atención a nuestros interlocutores nos permite interpretar correctamente los mensajes verbales y no verbales emitidos, comprender mejor sus necesidades, afectos y emociones, y participar en las conversaciones de forma equilibrada.

16. Saber hacer preguntas. -Tan importante como escuchar será su capacidad para formular las preguntas adecuadas, las cuales le permitirán obtener la información necesaria para ofrecerle al usuario un servicio excelente, identificando sus necesidades y deseos.

17. Actitud comercial. -Recuerde que la venta es un arte y usted ofrece soluciones que aportan valor a sus Clientes. Por lo tanto, debe estar dispuesto siempre a vender, pero sin que se note, para no incomodar al Usuario. Sugiriendo, asesorando...

18. Disposición para las matemáticas. -Es importante saber que todos los Clientes son iguales, pero algunos lo son más que otros por lo que debe optimizar su tiempo y recursos con aquellos que más rentabilidad le aportan o con los que usted cree que se la pueden aportar en un futuro.

19. Capacidad de análisis. -El mundo de la venta consiste en analizar las diferentes situaciones y tomar decisiones en función de la información extraída. Cuanto mayor sea nuestra capacidad para percibir los detalles y sacar conclusiones, mayores serán nuestras posibilidades de éxito.

20. Cierta Agresividad Comercial, Pero Con Tacto. -El gestor de Clientes debe mostrar una moderada agresividad comercial, que se fundamente en la autoconfianza y el control, con la seguridad de que es capaz de ofrecer la mejor solución posible a sus usuarios.

Se enumeran 20 condiciones para una adecuada atención al usuario o cliente, las mismas que deben ponerse en práctica en las Instituciones para generar satisfacción en las personas que diariamente acuden por solicitar un servicio.

2.2.8.5. Estrategias de Atención al Usuario

Gómez, H. (2009), define a las estrategias de relación para ganar y mantener a los usuarios, en las siguientes;

“Cómo conservar más usuarios: Para conservar más usuarios es fundamental que tratemos muy bien al usuario entre esto se encuentra como punto central la amabilidad con el propósito de satisfacer las expectativas del usuario” (p.32).

No existe misterio, para mantener o ganar a un usuario o cliente se debe tratarle bien, esta es la premisa para conservar más usuarios, aunque en ciertas ocasiones, el usuario está obligado en acudir a una Institución, ya que es la única que presta ese servicio.

2.2.8.6. Barreras contra la buena atención al usuario

Gómez, E. (2009). Las principales barreras que están en contra de una buena atención son las siguientes;

- Cuando las políticas de la compañía no han sido diseñadas pensando en el usuario, sino en la propia conveniencia y en los entes de control.
- Cuando no existe una estrategia clara de servicio y no existe coordinación en todo el proceso de servicio.
- Cuando las personas que tienen el poder de tomar decisiones están muy lejos de los usuarios.
- Alta prioridad en las rebajas de costos
- Personal indiferente, sin motivación, sin autoridad ni empoderamiento.
- No se escucha la voz del consumidor
- La gente de primera línea no tiene autoridad para solucionar los problemas.

También existen barreras en una adecuada atención al usuario y que tienen que ver con actitudes negativas corporativas o individuales dentro de una Institución o Empresa y que la alta Gerencia debe analizar para erradicar, caso contrario la Organización tiende a desaparecer del mercado, o el servicio público que presta es malo, presentándose quejas frecuentes de los usuarios.

2.2.8.7. Elementos de la Atención al Usuario

Para Sánchez, M. (2010);

A veces reciben visitas de los usuarios, que quieren hacer compras, consultas, reclamar. Cualquiera que sea el motivo que los acerca a la sede de la empresa, tienen derecho a una buena acogida y atención, y eso depende de tres factores:

Entorno.- lo componen los elementos físicos y su acondicionamiento: aparcamiento, edificio, accesos, sala de acogida o visitas, mobiliario, condiciones físicas de la que depende el confort.

Organización. -La organización es el conjunto de componentes intangibles que empleamos para atender a la clientela, y que hacen posible que todos los mecanismos funcionen adecuadamente.

Empleados. -Son las personas el factor imprescindible de la relación con los usuarios. La atención personal puede eclipsar otros elementos.

Si el usuario percibe un trato excelente por parte de los empleados, puede llegar a olvidarse de la incomodidad del entorno. Por el contrario, todo el lujo y confort del lugar físico lo echará en el olvido si percibe actitudes descorteses o groseras.

Estas tres consideraciones importantes hacen que todas las empresas o Instituciones tengan una orientación preferencial al usuario, que es la razón de ser de su vida jurídica, se debe tomar en cuenta para generar las estrategias de atención al usuario, ya que cada situación es diferente una de otra, en el caso del UECIB Yawari, por ejemplo, La mayoría de usuarios son kichwas, situación muy diferenciada de los colonos o mestizos.

2.2.8.8. Habilidades principales de atención al usuario

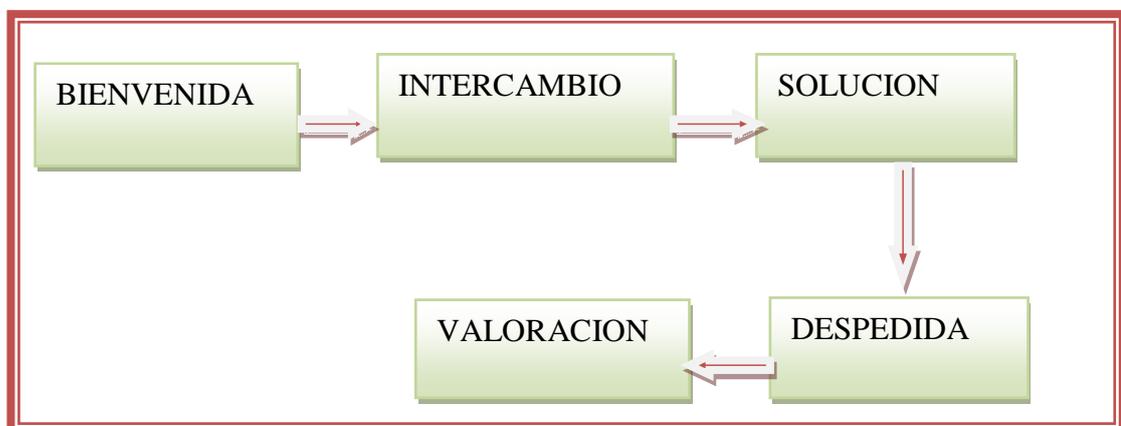
Para Sánchez, M. (2010). Las habilidades de atención al usuario son;

- Saber cuándo permanecer callado
- Mantener las cosas positivas
- Disculparse
- Poseer conocimiento
- Escuchar
- Hacer las preguntas correctas
- Dar soluciones a los problemas
- Nuevo usuario, asunto nuevo
- Paciencia

Más que habilidades, se deberían considerar condiciones para atender al usuario, ya que estas nueve estrategias son importantes para mejorar la atención al usuario, por ejemplo, es importante escuchar y no ponerse a discutir con él, así mismo las preguntas que se le hace deben ser claras y correctas.

2.2.8.9. Proceso de Atención al Usuario

Gráfico N° 1: Proceso de atención al usuario



Fuente: Villa, J. (2014)

Elaborado por: Sonia Shiguango

Mediante este gráfico se define una especie de flujo-grama de atención al usuario, desde la bienvenida hasta la valoración de cómo se atendió al usuario que es importante para hacer una retroalimentación.

2.2.8.10. Tipos de atención al Usuario

Para Peralta, M. (2011).

- **Atención presencial:** En este caso, se produce un encuentro físico con el cliente, sin las barreras ni interferencias que ocasiona el trato telefónico o a través de otras vías, como el correo electrónico. Se da contacto visual y el lenguaje no verbal juega un papel muy importante.
- **Atención telefónica:** Este tipo de atención al cliente exige que se cumplan una serie de normas no escritas si usted desea lograr su plena satisfacción. El hecho que no podamos observar las posibles reacciones del interlocutor hace que tengamos que poner más esfuerzos y demostrar una actitud diferente a la presencial.
- **Atención virtual:** Con la entrada de las nuevas tecnologías y el auge del comercio electrónico, se está imponiendo una vía alternativa para efectuar las compras. Ya sea por correo electrónico o a través de la misma web donde se ofrecen los productos, el cliente, en este caso, valora la atención recibida por otros parámetros, como el correcto funcionamiento de la página, el sistema de pago y de entrega, la premura en la respuesta ante dudas vía correo electrónico.

Si piensa en la intención que puede existir en el contacto con el usuario, puede distinguirse:

- **Atención proactiva:** Cuando buscamos crear necesidades en el usuario y motivar la compra de nuestro producto o servicio, contactamos directamente, sin esperar a que él lo haga. Exige una alta tolerancia a la frustración, ya que debemos tener una actitud positiva hacia el rechazo.

- **Atención reactiva:** En cambio, cuando el sentido del contacto entre las partes se da del cliente hacia nosotros, simplemente estamos dando respuesta a la demanda, sin tratar de despertar, de entrada, necesidad alguna en el usuario.

Por último, si pensamos en el papel que juega la persona en la compra, también tenemos diferentes tipos de atención al usuario:

- **Atención directa:** Cuando el interlocutor es la persona que expresa la necesidad y además es el que decide acerca de la compra, se trata de una atención directa, sin intermediarios. Dado que los roles se concentran en una única persona, toda nuestra energía se dirige también a un único interlocutor.
- **Atención indirecta:** Por contra, cuando la persona que hace la demanda no es la que toma la decisión final en la compra, podemos hablar de una atención indirecta. Es importante identificar cada uno de los roles para satisfacer las necesidades de todos los actores que intervienen en la transacción.

Existen varias maneras de atender al usuario, inclusive ahora, se puede hacer utilizando las tecnologías de la información y comunicación, el internet, las redes sociales, toda estrategia es válida, siempre procurando generar satisfacción en el usuario, actualmente se compra y se vende por internet; también vía telefónica, un servicio de luz puede ser pagado no solo en la Empresa Eléctrica, sino en algún otro puesto que puede ser el Barrio, lo importante es identificar un sistema adecuado para acercarse de manera más eficaz al usuario.

2.2.8.11. Factores fundamentales desarrollados en la atención al usuario

Fernández, S. (2013) explica;

Naturaleza: Identificar las necesidades de los usuarios como sus problemas para satisfacer las necesidades.

Efectos: Influencias sociales que van a tener un efecto directo en los usuarios a la hora de tomar las decisiones.

Normativa: Productos y ámbitos regulados. (p. 45)

Para Carrasco, S. (2013). “El efecto principal de la atención al cliente es aumentar el grado de satisfacción de sus necesidades y, por tanto, fidelidad y continuidad en la empresa” (p.12).

La atención al usuario es uno de los elementos que sirven como unidad de medida en diversos sistemas de gestión de la calidad en la empresa. Esto es porque ambos conceptos están íntimamente relacionados: el servicio de calidad se consigue cuando el cliente está satisfecho. En las empresas ahora se aplica la Ley 80/20. Generada por Pareto; es decir, el 20% de los clientes, producen el 80% de los ingresos.

2.2.8.12. Principios de la atención al Usuario

Pérez, V. (2006), aporta;

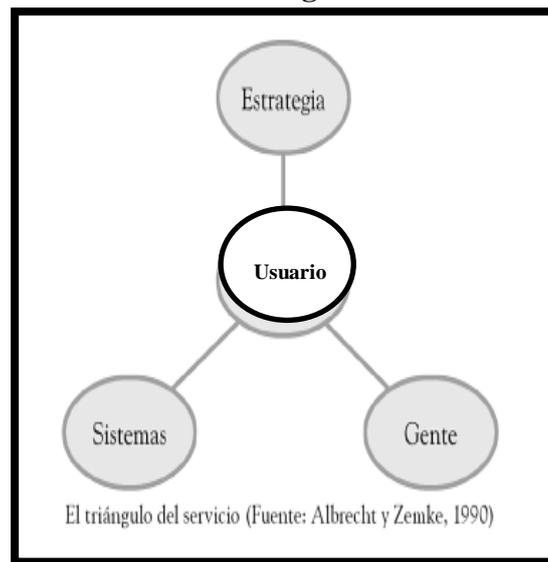
La calidad en la atención al usuario representa una herramienta estratégica que permite ofrecer un valor añadido a los clientes con respecto a la oferta que realicen los competidores y lograrla percepción de diferencia en la oferta global de la empresa. Una mayor calidad en el servicio prestado y la atención percibida por los usuarios tiende a incrementar su grado de satisfacción con respecto a la oferta de la empresa y produce una expectativa de compra que favorece su fidelización con nuestros productos o servicios. Como principios de la atención al usuario se establece que el usuario es el que valora la calidad en la atención que recibe. Cualquier sugerencia o consejo es fundamental para la mejora. Toda acción en la prestación debe estar dirigida a lograr la satisfacción en el usuario.

Esta satisfacción debe garantizarse en cantidad, calidad, tiempo y precio. Las exigencias y expectativas del usuario orientan la estrategia de la empresa con respecto a la producción de bienes y servicios. El diseño del servicio que se realiza debe satisfacer plenamente las necesidades de los usuarios, además de garantizar la competitividad de la empresa de forma tal que pueda permanecer en el mercado.

Las empresas deben reducir la diferencia entre la realidad de su oferta (productos o servicios) y las necesidades y preferencias del usuario. El servicio se le brinda no a un usuario indistinto sino a una persona (o grupo) específico y como tal debe tratarse.

Esto permite la personalización de la atención a los usuarios que los hace sentirse especiales. La calidad en atención al usuario debe sustentarse en políticas, normas y procedimientos que involucren a todas las personas de la empresa. (p. 68)

Gráfico N° 2: El triángulo de servicio al Usuario



Fuente: Pérez, V. (2006)

Elaborado por: Sonia Shiguango

2.2.8.13. Técnicas para conocer al usuario

Villa, J. (2014), indica;

Para poder determinar las características de los usuarios que estamos atendiendo, las empresas deben conocer al máximo a su usuario. Sin embargo, un estudio de mercado o una investigación previos son, en muchos casos, inviables por su coste o por tratarse de un cliente desconocido que, por ejemplo, acude por primera vez a realizar una solicitud a nuestro centro de trabajo.

Si disponemos de recursos, las herramientas principales son las siguientes:

- a. Consultar información disponible o preguntar al personal de contacto
- b. Estudiar las quejas y sugerencias de los usuarios y/o ciudadanos
- c. Crear una base de datos de usuarios.

Un registro de usuarios es una herramienta fundamental, pero no es un simple registro, se debe generar un link que defina conductas, situación económica, familias entre otras características que favorecen la identificación de un adecuada, es decir generarse mucha más información que solo nombre y apellido.

2.2.8.14. Los cinco factores clave de la atención al usuario

Villa, J. (2014), indica:

Los factores de vital importancia son los siguientes:

- El servicio o producto
- Los procedimientos
- Equipos y recursos materiales
- Gestión de la información
- El personal de contacto

Se consideran estos factores de mayor importancia para una empresa que oferta productos, de alguna manera se puede adaptar a una situación de un servicio público, tomando por ejemplo la gestión de la información que es importante mantener y alimentar continuamente.

2.2.8.15. La calidad de Atención al Usuario

Según Pérez, V. (2006);

La calidad de la atención al usuario es un proceso dirigido a la consecución de la satisfacción total de los requerimientos y necesidades del usuario. Permite fidelizar a los usuarios que conocen nuestros servicios, traer un mayor número de usuarios a partir

de la experiencia compartida persona a persona y diferenciar la institución de sus competidores más cercanos. En la actualidad gran importancia ya que de la atención o el servicio de calidad depende la supervivencia de muchas organizaciones.

En conclusión, la calidad de atención al usuario es una visión proactiva, puede planificar y organizar la gestión de sus servicios para crear y sostener una verdadera ventaja competitiva con los usuarios.

2.2.8.16. Necesidades y expectativas del Usuario

Pérez, J. (1994). Los Tipos de necesidades del usuario se corresponden con tres expectativas de calidad:

- **La Calidad Requerida.** Corresponde a los atributos indispensables que el cliente pide al expresar sus necesidades y que la empresa puede conocer en todos sus términos para satisfacerlas.
- **La Calidad Esperada.** Se refiere a aquellos atributos del bien que complementan los atributos indispensables no siempre explícitos, pero que el cliente desea y que suelen tener un fuerte componente subjetivo. Se denominan expectativas.
- **La Calidad Potencial.** Son las posibles características del bien que desconoce el usuario, pero que, si se las ofrecemos, valora positivamente.

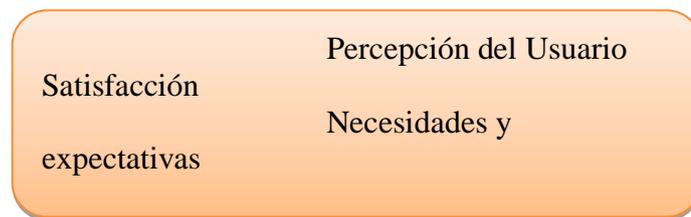
Los usuarios cada día son más exigentes, a veces se piensa que por la situación económica se va adaptarse a cualquier circunstancia y no es así, se tiene que tener inteligencia para que el individuo o sistema corporativo se adapte al usuario, y se genere una química adecuada procurando siempre la satisfacción en doble sentido.

2.2.8.17. Satisfacción del Usuario

Pérez, V. (2006).

La satisfacción del Usuario representa la evaluación del usuario respecto a una transacción específica y a una experiencia recibida. Esto se convierte luego en la actitud global hacia la atención recibida. A partir de las experiencias de satisfacción con varios encuentros de atención, se desarrolla y se va modificando una actitud global a largo plazo sobre la calidad del Atención recibido.

La satisfacción del usuario va a ser el resultado de comparar sus expectativas con la percepción del producto o servicio recibido. (p. 34)



Cuando más positivas sea la percepción de la atención recibida y en la medida en que se corresponda con sus expectativas, mayor será la satisfacción del usuario.

Será la mejora continua la más eficaz para lograr satisfacer las expectativas de los usuarios. Así, resulta imprescindible que todos los usuarios se involucren en el logro de la calidad de la atención.

Gráfico N° 3: Satisfacción del usuario



Fuente: Pérez, V. (2014)
Elaborado por: Sonia Shiguango

2.2.9. Modelos

Para Definición (2013)

Un modelo de calidad es, por lo tanto, un conjunto de prácticas vinculadas a los procesos de gestión y el desarrollo de proyectos. Este modelo supone una planificación para alcanzar un impacto estratégico, cumpliendo con los objetivos fijados en lo referente a la calidad del producto o servicio.

Al implementar un modelo de calidad, una empresa busca desarrollar sistemáticamente productos y servicios que cumplan con los requerimientos y las exigencias de los Usuarios.

Es importante que los elementos que forman el conjunto del modelo de calidad se encuentren estructurados en forma tal que sea posible realizar un control y seguimiento de los procesos. El modelo debe reunir las actividades y funciones relacionadas con la calidad para que puedan ejecutarse de un modo sistemático y formal. (s.p.)

Según lo consulta la palabra modelo, significa un patrón de referencia, que sirve para comparar, en este caso se refiere a un modelo de gestión de calidad, ya que el servicio al usuario debe tender a mejorar la satisfacción de este actor importante en este que es un proceso comunicativo, hoy en día a las Empresas se les toma como modelos en la calidad de servicio por ejemplo o en los tipos de servicios o productos que oferta, son ejemplos tipo que permiten comparar unas de otras.

2.2.9.1. Que son los modelos de estrategias de atención al usuario

Aguilar, M. (2014), explica;

Se refieren a la necesidad por parte de las empresas, de establecer las estrategias que les permitan atender demandas específicas, es decir, de definir con claridad y oportunidad los caminos que deben seguir para distinguirse de otras y participar con la preparación requerida en el mercado en que se desarrollan. Se trata del reforzamiento de la competitividad empleando para ello herramientas que les garanticen un mejor desempeño ante las exigencias del medio ambiente externo. El primer modelo de estrategias es el diseñado y presentado por Porter y que se basa en dos factores: las fuerzas que moldean la estructura de una industria y la cadena de valor entendida como una forma sistemática de examinar e integrar las diversas actividades que se llevan a cabo dentro de una empresa.

El segundo modelo se refiere a la visión de la empresa basada en los recursos y capacidades de que dispone. Un tercer modelo combina las características del modelo de Porter con el basado en los recursos y, por último, un cuarto modelo propone el cuadro de mando integral y los mapas estratégicos. (p. 27)

Los modelos de estrategias de atención al usuario, son demandas específicas o definir con claridad y oportunidad que deben seguirse para una eficiente participación en el mercado, esto referido a las Empresas que ofertan productos y servicios; para el caso de las Instituciones es el camino definido con claridad y oportunidad para generar un servicio eficiente al usuario, que permita la satisfacción de necesidades y la mejora de la imagen Institucional.

2.2.9.2. Ejemplos de Modelos de Estrategias de Atención al Usuario

Para Cooper, M. (2010), existen modelos de estrategias como;

Haz de los empleados una parte integral de la estrategia

Los empleados serán el frente de batalla al recibir llamadas telefónicas o encontrarse con los usuarios con distintas preocupaciones. Por lo tanto, tus empleados deben comprender la visión de la empresa en lo que respecta al servicio al cliente, y cumplirla lo más que puedan.

Resolver las quejas rápidamente

Resolver los problemas de forma rápida, eficiente y cortés causa una excelente impresión y hace que los usuarios se sientan apreciados. Las soluciones rápidas satisfacen al usuario y ahorran dinero a largo plazo, no sosteniendo un problema de fácil resolución en el tiempo ni deteriorando la confianza del consumidor.

Busca la devolución del usuario

Las empresas deben estar dispuestas a recibir quejas, e incluso buscar las críticas constructivas, ya que comprender las fallas es un paso esencial para mejorar el producto o servicio. Cualquier forma de devolución puede ayudar a que las compañías evalúen la satisfacción del cliente y la probabilidad de repetir el negocio.

Publicita tu estrategia de servicio al usuario

Las empresas deben estar orgullosas de su compromiso con la satisfacción del usuario, y asegurarse de que esto sea una característica bien conocida. Promueve tu devoción a la satisfacción del cliente a través del sitio web de la empresa, el correo postal, panfletos y avisos de radio o televisión difunde aún más la prioridad corporativa de una estrategia fuerte orientada al servicio al consumidor.

Se proponen cuatro ejemplos de estrategias referidas al usuario que son importantes la que sobresale es la que hace referencia a solucionar rápidamente las quejas de los usuarios, caso contrario se pueden agudizar e incidir en la gestión y eficiencia de la Institución, es importante también considerar que el empleado debe ser parte de la estrategia.

2.2.10. 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 al usuario.

2.2.10.1. 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:

- ✓ Instrumentos necesarios para prestar el servicio. Como por ejemplo muebles, enseres y máquinas.
- ✓ **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 usuario, 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 de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básico Yawari.

2.3. IDEA A DEFENDER

2.3.1 Idea General

Con el Modelo de Estrategias se mejorará la Atención al Usuario alcanzando un efectivo servicio con calidad y calidez en el Área de Secretaría de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básico Yawari, de la comunidad Yawar Urku.

2.3.2 Ideas Específicas

- ✓ El marco teórico referencial en cuanto a la Atención al Usuario utilizando en el área de secretaria de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básico Yawari, permitirá desarrollar el modelo de estrategias con el fin de mejorar la atención al usuario y así lograr el objetivo formulado.
- ✓ El diagnóstico de la situación actual Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básico Yawari, corrige las deficiencias en cuanto a la atención al usuario que visitan esta área de la institución.
- ✓ El desarrollo del Modelo de Estrategias de atención al usuario a seguir en el área de Secretaría de la Institución educativa, permitirá satisfacer las necesidades de los usuarios.

2.4. VARIABLES

2.4.1 Variable Independiente

Modelo de Estrategias

2.4.2 Variable Dependiente

Atención al Usuario

CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación es de tipo no experimental, ya que, si bien se define variables, estas no se manipularon durante la realización de la investigación, se analizaron con criterio crítico-propositivo tal como se presentan en la realidad, para formular una propuesta de mejora.

Es cualitativa, ya que los enunciados de autores, la información obtenida en la Institución Educativa, así como lo obtenido mediante los instrumentos de campo, son cualidades, que posteriormente se tabulan y analizan con cuadros y gráficos estadísticos por lo que también es cualitativa.

3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

3.2.1 De campo

La investigación se realizará en la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básico Yawari, Provincia de Napo, Cantón Archidona, Sector Yawar Urku, trabajando sobre la calidad de servicio al usuario en el año 2015.

3.2.2 Bibliográfico – Documental

Se revisará bibliografía referente al tema, para profundizar el análisis y complementar con las ideas propias, de manera que el documento este adecuadamente sustentado.

3.2.3 Exploratorio

La revisará cada uno de los procesos como actualmente se están realizando en lo que respecta al servicio al usuario, relacionando con la respuesta de los usuarios internos y externos es decir los: Docentes, estudiantes, los padres de familia y otras personas de la sociedad civil.

3.2.4 Descriptivo

Como su nombre lo indica será una descripción detallada definiendo productos, actividades, productos y metas con responsables para su ejecución de manera que sea entendible para las personas que apliquen las estrategias en la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básico Yawari.

3.3. POBLACIÓN

Las poblaciones constituyen los padres de familia, el personal docente y el personal administrativo de la Institución Educativa, que en total son 101, se muestra en el cuadro siguiente:

Tabla N° 1: Definición de la población

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Padres de familia	85	85%
Personal Docente	15	4%
Personal Administrativo	1	1%
TOTAL	101	100%

Fuente: UECIB Yawari

Elaborado por: Sonia Shiguango

3.3.1 Muestra

Se aplicarán los instrumentos para obtener la información primaria a todo el personal Docente, así como al personal administrativo considerando un solo grupo muestra, siendo entonces 16.

Para el caso de los padres de familia se trabajará con toda la población, es decir los 85, al ser un número menor a cien (100), no fue necesario aplicar la fórmula para el cálculo de la muestra, considerando la totalidad de la población involucrada en la problemática de la calidad en la atención al usuario de la Unidad Educativa Intercultural Bilingüe Básica Yawari.

Para conocimiento la fórmula para determinar la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{NZ^2PQ}{(N - 1)E^2 + Z^2PQ}$$

SIGNIFICADO	
N	Tamaño de la muestra
N	Tamaño de la población
E	Error máximo admisible al cuadrado = 0.05 (5%)
P	Probabilidad de ocurrencia 0,5
Q	Probabilidad de no ocurrencia=1-0,5=0,5
Z	Nivel de confianza 95% 0.95/2=0.4750 Z= 1.96.

3.4. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.4.1. Métodos

3.4.1.1. Método Inductivo

Consiste en obtener principios conocidos a partir de lo desconocido, es decir relacionando lo que se tiene con lo que en el trabajo se irá generando para su análisis.

3.4.1.2. Método Deductivo

Con este método se parte de lo general a lo particular, es decir de lo que está determinado como atención al usuario en la actualidad se puede deducir una situación mejorada con la implementación de nuevas estrategias.

3.4.2. Técnicas de investigación

Las técnicas que se utilizaron en el análisis para obtener la información de la atención al usuario en la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básico Yawari, fueron las siguientes:

3.4.2.1. Observación

Observar los informes, actas, documentos y los sustentos que demuestran la atención al usuario, inclusive los archivos de secretaría e ir verificando la situación actual, para emitir un juicio crítico-propositivo.

3.4.2.2. Encuesta

Se utilizarán un modelo de encuesta con preguntas cerradas que se aplicarán a los padres de familia y la personal docente y administrativo.

3.4.3. Instrumentos de investigación

3.4.3.1. Cuestionario de preguntas

Encuestas con preguntas cerradas, para evitar que se genere información innecesaria, de manera que se pueda tabular e interpretar los datos de la información obtenida.

3.5. RESULTADOS

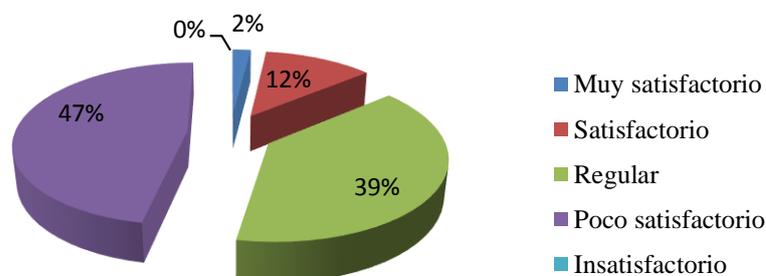
ENCUESTAS DIRIGIDAS A USUARIOS EXTERNOS (PADRES DE FAMILIA)

1. ¿Califique la calidad de servicio que brinda el personal de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básico Yawari?

Tabla N° 2: Calidad del servicio brindado por el personal UECIB

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
+Muy satisfactorio	2	2%
Satisfactorio	10	12%
Regular	33	39%
Poco satisfactorio	40	47%
Insatisfactorio	0	0%
TOTAL	85	100%

Gráfico N° 4: Calidad del servicio que presta la UECIB



Fuente: Encuestas a los usuarios de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básico Yawari,

Elaborado por: Sonia Shiguango

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

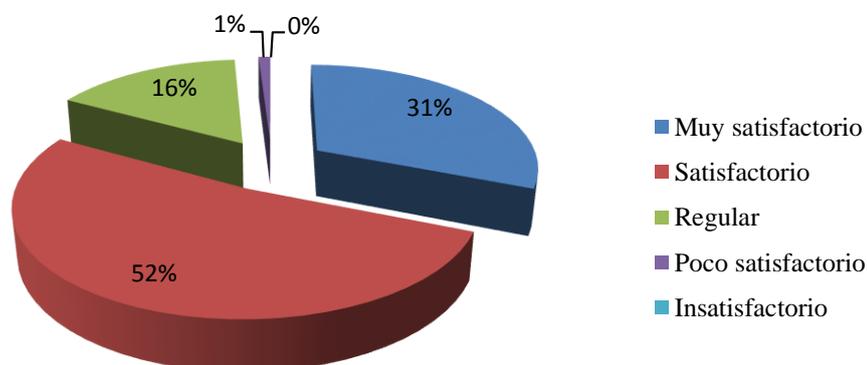
Los usuarios externos, que son los padres de familia, califican el servicio al usuario como poco satisfactorio en un 47%, regular en un 39%, satisfactorio un 12% y muy satisfactorio el 2%; significa que el servicio que se presta al usuario en la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básico Yawari es de regular a poco satisfactorio, lo que hace que se tenga que generar estrategias para mejorar el servicio que presta.

2. ¿Existe respeto a la etnia, creencia religiosa y política?

Tabla N° 3: Existencia de respeto a la etnia, creencia, religiosa y política

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfactorio	26	31%
Satisfactorio	44	52%
Regular	14	16%
Poco satisfactorio	1	1%
Insatisfactorio	0	0%
TOTAL	85	100%

Gráfico N° 5: Respeto a la etnia, creencia religiosa y política



Fuente: Encuestas a los usuarios de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Yawari.

Elaborado por: Sonia Shiguango

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

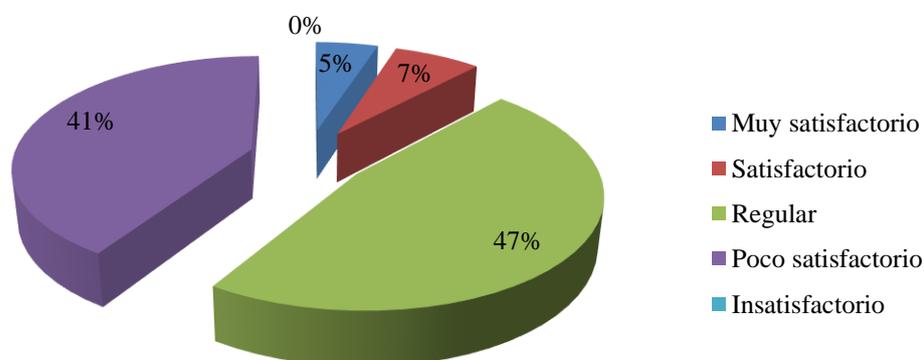
Los usuarios externos o padres de familia en un 31% consideran que es muy satisfactorio el respeto a la etnia, credo político y religioso; el 52% que es satisfactorio; el 16% que es regular el respeto y 1% poco satisfactorio; determina que si existe respeto a los valores y creencias de los usuarios externos en la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari.

3. ¿Se comunica los servicios que la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari presta al usuario?

Tabla N° 4: Comunicación al usuario de los servicios que presta la UECIB

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfactorio	4	5%
Satisfactorio	6	7%
Regular	40	47%
Poco satisfactorio	35	41%
Insatisfactorio	0	0%
TOTAL	85	100%

Gráfico N° 6: Comunicación al usuario de los servicios que presta la UECIB



Fuente: Encuestas a los usuarios de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Yawari.

Elaborado por: Sonia Shiguango

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

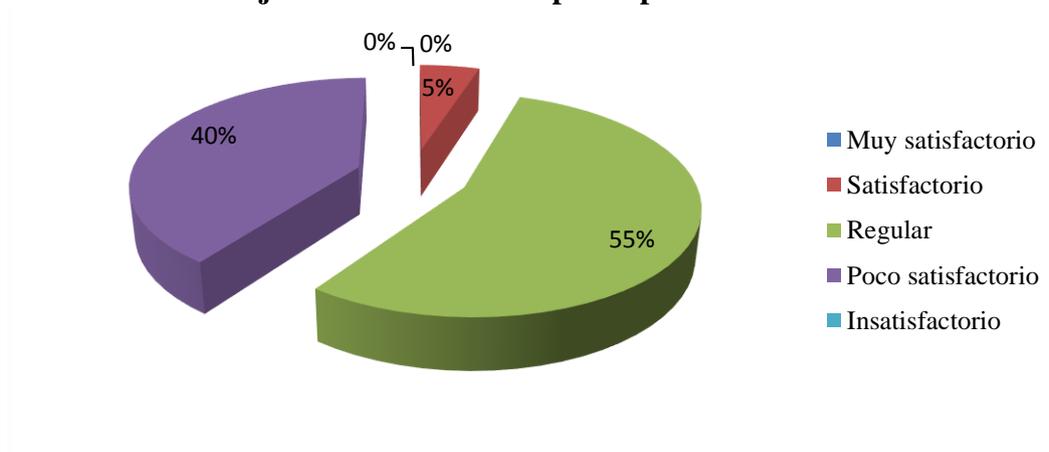
Los usuarios externos o padres de familia en un 47% consideran que es regular la comunicación de los servicios que presta la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari; 41% que es poco satisfactorio; el 7% satisfactorio y 5% muy satisfactorio; quiere decir entonces que la comunicación es mala, no se difunden los servicios que presta esto determina que la imagen Institucional no esté difundida.

4. ¿Le complace las justificaciones dadas por el personal en el caso de que no solucione algún problema o solicitud formulado por usted?

Tabla N° 5: Las justificaciones dadas por el personal de la UECIB

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfactorio	0	0%
Satisfactorio	4	5%
Regular	47	55%
Poco satisfactorio	34	40%
Insatisfactorio	0	0%
TOTAL	85	100%

Gráfico N° 7: Las justificaciones dadas por el personal de la UECIB



Fuente: Encuestas a los usuarios de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Yawari.

Elaborado por: Sonia Shiguango

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

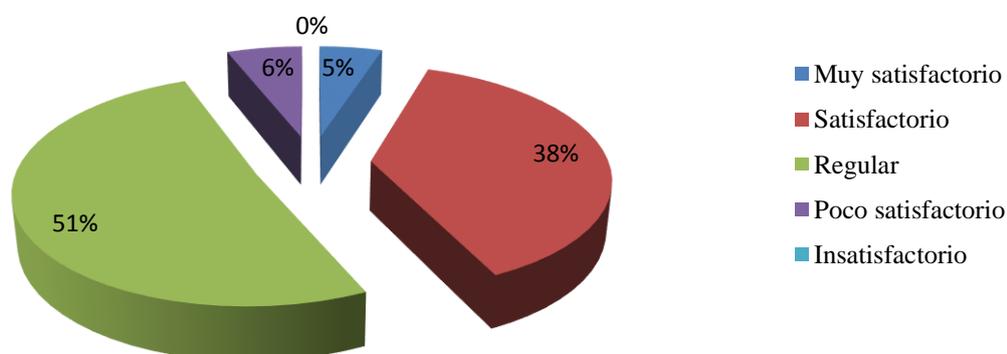
Los usuarios externos o padres de familia en un 55% dicen que las explicaciones satisfacen regularmente; 40% que son poco satisfactorias y 5% satisfactorias; es decir que los usuarios externos, no están conformes con las explicaciones que se dan cuando no se soluciona un problema o requerimiento, dejando mucho que desear sobre el servicio que presta.

5. ¿Considera que el personal de esta institución está capacitado en las funciones que desempeña?

Tabla N° 6: Capacitación del personal

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfactorio	4	5%
Satisfactorio	32	38%
Regular	43	51%
Poco satisfactorio	6	6%
Insatisfactorio	0	0%
TOTAL	85	100%

Gráfico N° 8: Capacitación del personal



Fuente: Encuestas a los usuarios de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Yawari.

Elaborado por: Sonia Shiguango

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

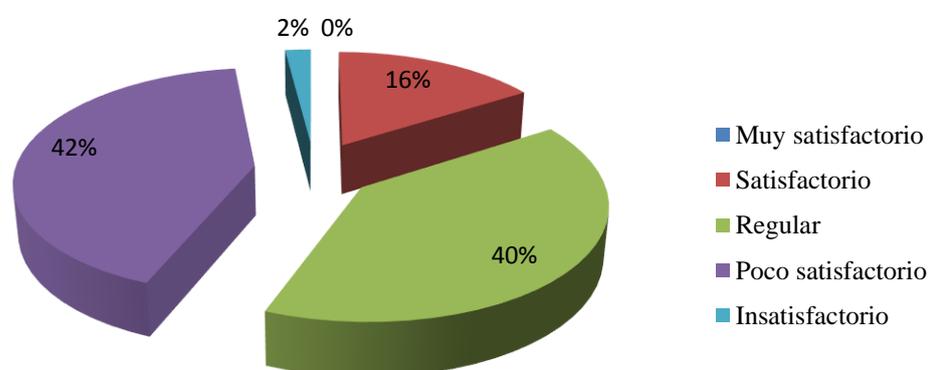
Los usuarios externos o padres de familia en un 51% afirman que el nivel de capacitación en atención al usuario es regular; 38% satisfactorio, 6% poco satisfactorio y 5% muy satisfactorio, se asume entonces que el nivel de capacitación de los empleados que atienden a los usuarios es regular, no alcanza los niveles esperados.

6. ¿Las instalaciones y los servicios son adecuadas para la atención al usuario?

Tabla N° 7: Las instalaciones y servicios son los adecuados

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfactorio	0	0%
Satisfactorio	14	16%
Regular	34	40%
Poco satisfactorio	36	42%
Insatisfactorio	1	2%
TOTAL	85	100%

Gráfico N° 9: Las instalaciones y servicios son los adecuados



Fuente: Encuestas a los usuarios de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Yawari.

Elaborado por: Sonia Shiguango

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

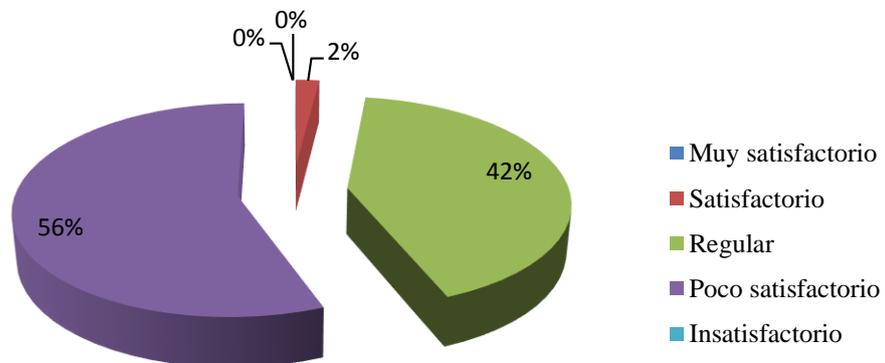
Los usuarios externos o padres de familia en un 42% consideran que las instalaciones son poco satisfactorias; 40% regulares; 16% satisfactorio y 2% insatisfactorio; entonces se concluye que las instalaciones no son adecuadas para la atención al usuario.

7. ¿Se cuenta con las herramientas tecnológicas para facilitar la atención al usuario?

Tabla N° 8: Existencia de herramientas tecnológicas en atención al cliente

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfactorio	0	0%
Satisfactorio	2	2%
Regular	36	42%
Poco satisfactorio	47	56%
Insatisfactorio	0	0%
TOTAL	85	100%

Gráfico N° 10: Exigencias de herramientas tecnológicas en atención Cliente



Fuente: Encuestas a los usuarios de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Yawari.

Elaborado por: Sonia Shiguango

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

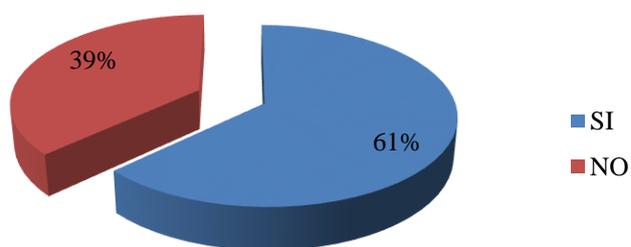
Los usuarios externos o padres de familia en un 56% aseveran que es poco satisfactorias; 42% regular; 2% satisfactorio; lo que determina que no se cuenta con herramientas tecnológicas modernas que facilite la atención al usuario y que se debe actualizar para dinamizar el servicio.

8. ¿Considera que la institución requiere de un modelo de estrategias de atención al usuario?

Tabla N° 9: La institución requiere de un modelo de estrategias de atención al usuario

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	52	61%
NO	33	39%
TOTAL	85	100%

Gráfico N° 11: La institución requiere de un modelo de estrategias de atención al usuario



Fuente: Encuestas a los usuarios de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Yawari.

Elaborado por: Sonia Shiguango

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

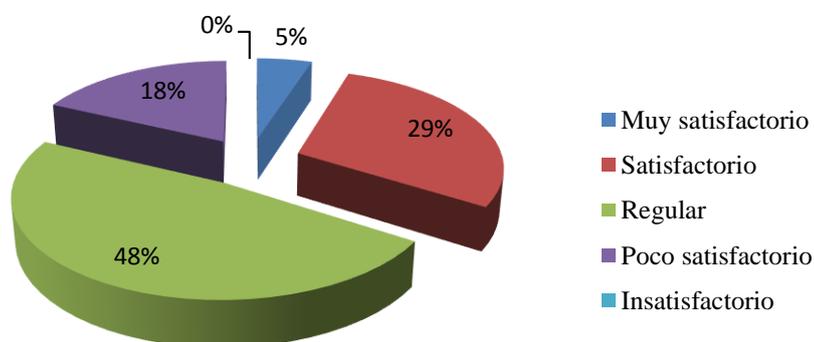
Los usuarios externos o padres de familia en un 61% si están de acuerdo de tener un modelo de estrategias de atención al usuario; 39% indican que no; por lo que se concluye, que si están de acuerdo en estructurar un modelo de estrategias de atención al usuario, que sería importante para mejorar los niveles de aceptación en la ciudadanía.

9. ¿Cumplen con los horarios establecidos para la atención al usuario?

Tabla N° 10: Cumplimiento del horario de trabajo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfactorio	4	5%
Satisfactorio	25	29%
Regular	41	48%
Poco satisfactorio	15	18%
Insatisfactorio	0	0%
TOTAL	85	100%

Gráfico N° 12: Cumplimiento del horario de trabajo



Fuente: Encuestas a los usuarios de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Yawari.

Elaborado por: Sonia Shiguango

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

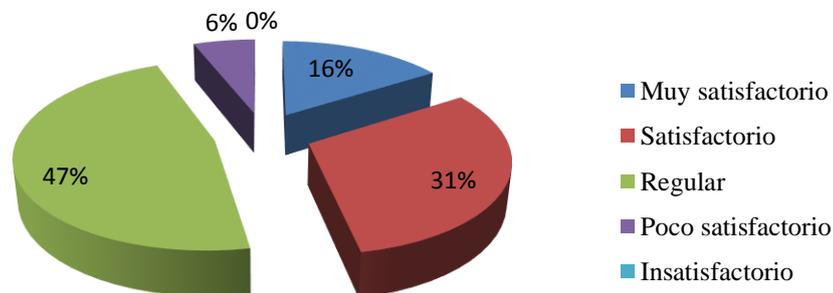
Los usuarios externos o padres de familia en un 48% consideran que cumplen regularmente; 29% satisfactorio; 18% poco satisfactorio y 5% muy satisfactorio; por lo que se interpreta que los empleados, no cumplen con los horarios satisfactoriamente, a veces están a la hora y otras no, lo que causa malestar en la ciudadanía.

10. ¿Existe algún tipo de preferencia en el caso de personas: ¿con niños pequeños, embarazadas, personas con discapacidad y de la tercera edad?

Tabla N° 11: Existencia de atención prioritaria

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfactorio	14	16%
Satisfactorio	26	31%
Regular	40	47%
Poco satisfactorio	5	6%
Insatisfactorio	0	0%
TOTAL	85	100%

Gráfico N° 13: Existencia de atención prioritaria



Fuente: Encuestas a los usuarios de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Yawari.

Elaborado por: Sonia Shiguango

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Los usuarios externos o padres de familia en un 47% consideran que es regular el trato a niños y personas con capacidades especiales; 31% satisfactorio; 6% poco satisfactorio y 16% muy satisfactorio; por lo que se interpreta que solo en un nivel regular se respeta a niños y personas con capacidades especiales y de facilitan sus trámites.

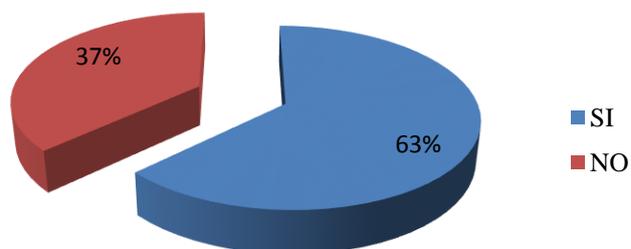
**ENCUESTAS DIRIGIDAS AL PERSONAL DOCENTE Y ADMINISTRATIVO
DE LA UNIDAD EDUCATIVA COMUNITARIA INTERCULTURAL BILINGÜE
YAWARI**

1 ¿La Institución le ha capacitado para la atención al usuario?

Tabla N° 12: La institución capacita a su personal

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	10	63%
NO	6	37%
TOTAL	16	100%

Gráfico N° 14: La institución capacita a su personal



Fuente: Encuestas a personal docente y administrativo Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari.

Elaborado por: Sonia Shiguango

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

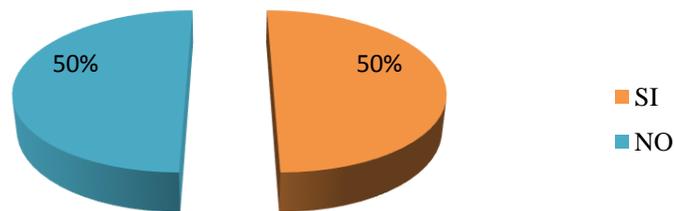
Los docentes y personal administrativo de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe básico Yawari, en un 63% afirman haber recibido capacitación en atención al usuario, el 33% indican que no; si la mayoría indica haber recibido las capacitaciones, parece ser que no ponen en práctica lo aprendido o lo que recibieron es insuficiente ya que los usuarios externos consideraron que la capacitación es poco satisfactorio a regular.

2 ¿Los horarios de atención son los adecuados para el usuario?

Tabla N° 13: Los horarios que brinda la institución son adecuados

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	8	50%
NO	8	50%
TOTAL	16	100%

Gráfico N° 15: Los horarios que brinda la institución son adecuados



Fuente: Encuestas a personal docente y administrativo Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari.

Elaborado por: Sonia Shiguango

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

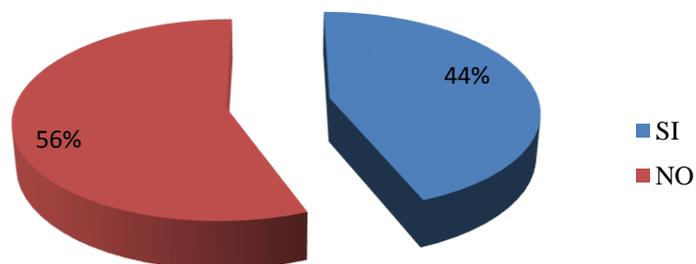
Los docentes y personal administrativo de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari, en un 50% piensan que los horarios de atención son adecuados, el 50% indican que no; es decir que se tienen opiniones divididas y se coincide con lo que afirmaron los usuarios externos que afirmaron que es satisfactorio, es decir se debe ajustar en algo dialogando con los usuarios externos especialmente.

3¿Se tienen estandarizados los procesos de atención al usuario?

Tabla N° 14: Estandarización de procesos de atención al usuario

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	7	44%
NO	9	56%
TOTAL	16	100%

Gráfico N° 16: Estandarización de procesos de atención al usuario



Fuente: Encuestas a personal docente y administrativo Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari.

Elaborado por: Sonia Shiguango

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

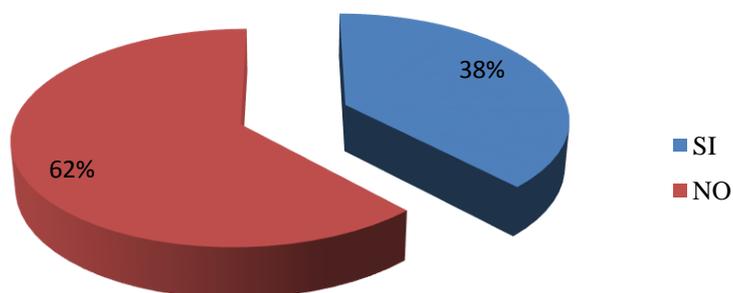
Los docentes y personal administrativo de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari, en un 56% indican que los procesos de atención al usuario NO están estandarizados, el 44% indican que SI; se determina que la atención al usuario se realiza sin un orden de procesos, solamente se procura salir del compromiso, tratando de cumplir en algo las expectativas del usuario.

4¿Se instrumenta un sistema de registro de usuarios atendidos?

Tabla N° 15: Instrumenta un sistema de registro al usuario

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	6	38%
NO	10	62%
TOTAL	16	100%

Gráfico N° 17: Instrumenta un sistema de registro al usuario



Fuente: Encuestas a personal docente y administrativo de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari.

Elaborado por: Sonia Shiguango

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

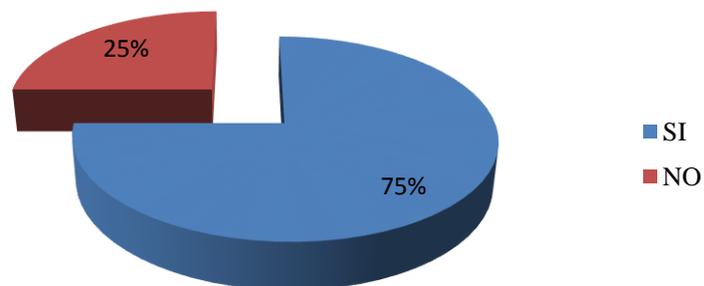
Los docentes y personal administrativo de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari, en un 62% aseveran que NO se lleva un registro de usuarios, el 38% indican que SI; se concluye que no se lleva un registro de usuarios, algo que se debe corregir, ya que en toda Institución esto es importante realizar.

5 ¿El ambiente laboral es adecuado para su desempeño?

Tabla N° 16: El ambiente laboral

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	75%
NO	4	25%
TOTAL	16	100%

Gráfico N° 18: El ambiente laboral



Fuente: Encuestas a personal docente y administrativo de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari

Elaborado por: Sonia Shiguango

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

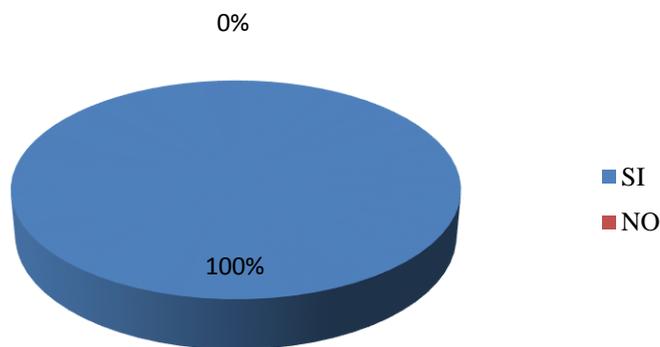
Los docentes y personal administrativo de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari, en un 75% aceptan que SI el ambiente laboral es adecuado, el 25% indican que NO; se determina que Si existe un ambiente laboral adecuado y que las personas están conformes en la forma como les tratan.

6¿Considera que es importante un modelo de estrategias para mejorar la atención al usuario?

Tabla N° 17: Es importante un modelo de estrategias en la institución

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	16	100%
NO	0	0%
TOTAL	16	100%

Gráfico N° 19: Es importante un modelo de estrategias en la institución



Fuente: Encuestas a personal docente y administrativo de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari.

Elaborado por: Sonia Shiguango

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

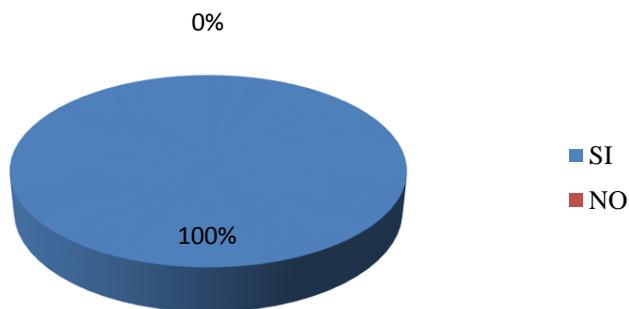
Los docentes y personal administrativo de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari, en un 100% SI están de acuerdo en que se debe proponer un modelo de estrategias de atención al usuario, lo que mejoraría la relación de los empleados y docentes de la Institución con los padres de familia y estudiantes, además de otros usuarios externos.

7¿Considera necesario la capacitación en atención al usuario?

Tabla N° 18: Es necesaria la capacitación de atención al usuario

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	16	100%
NO	0	0%
TOTAL	16	100%

Gráfico N° 20: Es necesaria la capacitación de atención al usuario



Fuente: Encuestas a personal docente y administrativo de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari

Elaborado por: Sonia Shiguango

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

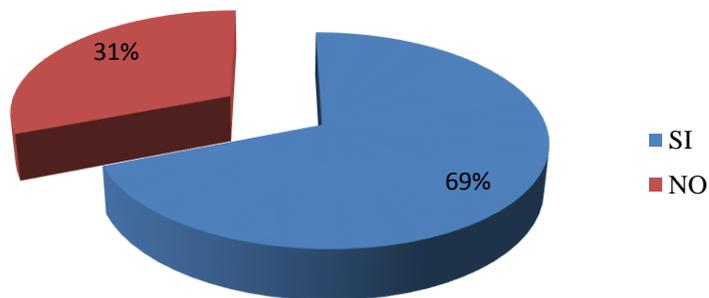
Los docentes y personal administrativo de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari, en un 100% SI están de acuerdo en que se les capacite en atención al usuario, ya que según lo que se ha podido determinar han recibido alguna capacitación pero no es lo suficientemente adecuada.

8¿Se cuenta con un plan para mejorar la imagen Institucional?

Tabla N° 19: Plan para mejorarla imagen corporativa

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	11	69%
NO	5	31%
TOTAL	16	100%

Gráfico N° 21: Plan para mejorarla imagen corporativa



Fuente: Encuestas a personal docente y administrativo dela Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari.

Elaborado por: Sonia Shiguango

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

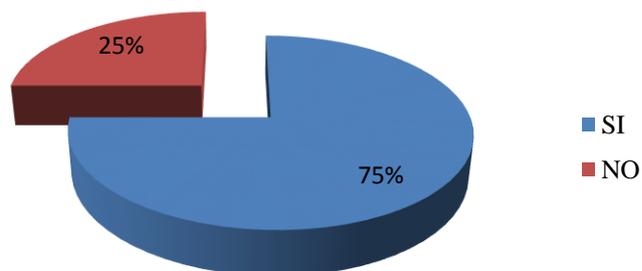
Los docentes y personal administrativo de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari, en un 69% afirma que SI existe un plan para mejorar la imagen Institucional, el 31% indican que NO; se infiere que si existe un plan para mejorar la imagen Institucional, pero que en la misma no se ha considerado la atención al usuario.

9¿Se informa de los servicios y los requisitos necesarios para facilitar la atención al usuario?

Tabla N° 20: Se dan facilidades para agilizar los trámites

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	75%
NO	4	25%
TOTAL	16	100%

Gráfico N° 22: Se dan facilidades para agilizar los trámites



Fuente: Encuestas a personal docente y administrativo de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari.

Elaborado por: Sonia Shiguango

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

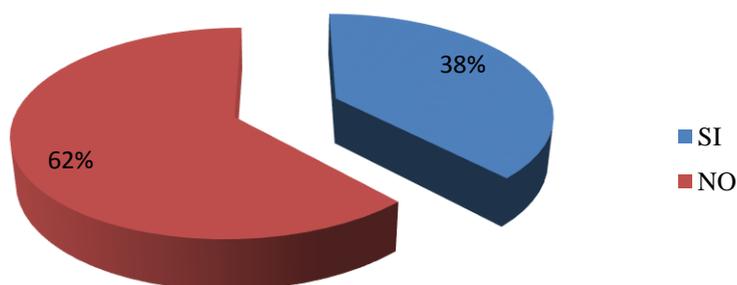
Los docentes y personal administrativo de Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari, en un 75% indica que SI se informa sobre los servicios y requisitos para la atención al usuario, el 25% indican que NO; se determina que si se comunica a los usuarios externos de los servicios y requisitos que deben presentar para ser atendidos en los trámites propios de cada uno de ellos.

10¿Se cuenta con materiales, equipos y otros complementos necesarios para la atención al usuario?

Tabla N° 21: Materiales, equipos y complementos adecuados para atención al usuario

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	6	38%
NO	10	62%
TOTAL	16	100%

Gráfico N° 23: Materiales, equipos y complementos adecuados para atención al usuario



Fuente: Encuestas a personal docente y administrativo de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari.

Elaborado por: Sonia Shiguango

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Los docentes y personal administrativo de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari, en un 62% indica que NO cuentan con los equipos, materiales y otros complementos necesarios para la atención al usuario, el 32% afirma que SI, en conclusión no se cuenta con un equipamiento adecuado para la atención al usuario.

3.5.1. HALLAZGOS

Usuarios externos

- ✓ Califican el servicio que brinda el personal de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari. de regular a poco satisfactorio.
- ✓ Indican que la comunicación sobre los servicios que presta también es de regular a poco satisfactorio.
- ✓ Las explicaciones que da el personal cuando no está en capacidad de resolver un problema son regulares a poco satisfactorias.
- ✓ En cuanto a la capacitación del personal dicen que es poco satisfactorio.
- ✓ Las instalaciones y los servicios de atención al usuario son de regulares a poco satisfactorias.
- ✓ Las herramientas tecnológicas que poseen son de poco satisfactorias a regulares.
- ✓ Los horarios establecidos para la atención al usuario son poco satisfactorios.
- ✓ El trato que se da a niños, adultos mayores, personas de capacidades especiales es regular.

Docentes y personal administrativo

- ✓ No se lleva un registro de usuarios atendidos.
- ✓ No cuentan con equipos y sus accesorios adecuados para atención al usuario.
- ✓ No está motivado para el desempeño de su trabajo.
- ✓ Necesita mejor capacitación para atención al usuario.

CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 TITULO

Modelo de Estrategias para mejorar la atención al usuario, en el Área de Secretaría de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari, de la Comunidad Yawari Urku, Parroquia y Cantón Archidona, Provincia de Napo.

Objetivo:

Desarrollar un modelo de estrategias para mejorar la atención al usuario en la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari, que cuenta con 160 estudiantes.

4.2 CONTENIDO DE LA PROPUESTA

4.2.1. Introducción

4.2.1. 1 Antecedentes Históricos

Después de una lucha de ordenamiento territorial por los antecesores, han transcurrido 40 años de vida de organizativa de la comunidad Kichwa de Yawari Urku del Pueblo Kichwa de Rukullakta, en la que la población se fue extendiendo, y por necesidad de recuperar los valores culturales, era menester de crear el Centro Educativa Intercultural Bilingüe Básica Yawari, en la comunidad kichwa de Yawari Urku ,en el mes de julio del año 2000, se convoca a una sesión ordinaria de los miembros comunitarios uno de los puntos a tratar, fue sobre la creación de un Centro Educativo Comunitario Intercultural Bilingüe, en vista que dentro de la Cooperativa RukullaKta, en ese entonces no llegaba este tipo de Educación, siendo esto una necesidad urgente de crear un centro educativo para la educación de sus hijos, sabiendo que el 100% de habitantes son kichwa hablante, misma que el miembro proponente fue el señor Venancio Lorenzo Shiguango Yumbo, la moción presentada es aceptada en forma unánime por los miembros comunitarios de crear y dar trámite ante la Dirección de Educación

Bilingüe de Napo. En la misma sesión proponen el nombre del profesor Juan Shiguango que prestaba servicios en la escuela Cacique Jumandi de Poroto yacu.

Luego de varias gestiones ante las autoridades competentes, con el aval de la dirigencia de la Cooperativa Rukullakta, logran crear el nuevo Centro Educativo Comunitario Sin nombre de Yawari, iniciando así encargando como Director del Centro Educativo Comunitario al Profesor Juan Shiguango y posteriormente designan a la maestra Alicia Antonia Tanguila Grefa, iniciando con la matrícula periodo 2000-2001.

Una vez conformado el Centro Educativo Comunitario, se procede realizar el censo escolar de puerta en puerta logrando 45 estudiantes entre varones y mujeres de diferentes escuelas del Cantón Archidona, con esta nómina de estudiantes existentes, con la fecha 30 de agosto del 2000 con el acuerdo de creación N° 141 se crea el Centro Educativo Comunitario Sin Nombre de Yawari legalmente.

El 25 de septiembre del 2000-2001 se da inicio las clases en la casa comunal de la comunidad Yawari, sin pupitre y materiales de aprendizaje con trabajo y dedicación desinteresado de toda la comunidad educativa, en el año se logra conseguir y superar a través de apoyos de la compañía Agip Oil u otros ONG se consigue útiles escolares pupitres, pizarras, materiales didácticos y otros. En el mismo año lectivo por presencia de niños pequeños para el jardín de infantes era necesario cubrir con una maestra para lo cual se solicita a la Dirección Bilingüe de Napo, y designan a la maestra Nancy Mercedes Grefa Vargas. Así se inicia las clases el nuevo año en el Centro Educativa Comunitario sin nombre de Yawari. Iniciando así para la unidad 16 a 22 (SEGUNDO AEGB) – Ex alumnos fundadores: 2000-2001

1. Grefa Chimbo Kevin David
2. Shiguango Alvarado Jhonatan Byron
3. Shiguango Calapucha Gicela Rosario
4. Shiguango Chimbo Lizbeth Valeria
5. Shiguango chimbo Nixon Leonidas
6. Shiguango Grefa Mauricio Walter
7. Shiguango Grefa Rober Daniel
8. Shiguango Salazar Nixon Geovany

9. Shiguango Shiguango Helen Estefanía

10. Shiguango Shiguango Jefferson Iván

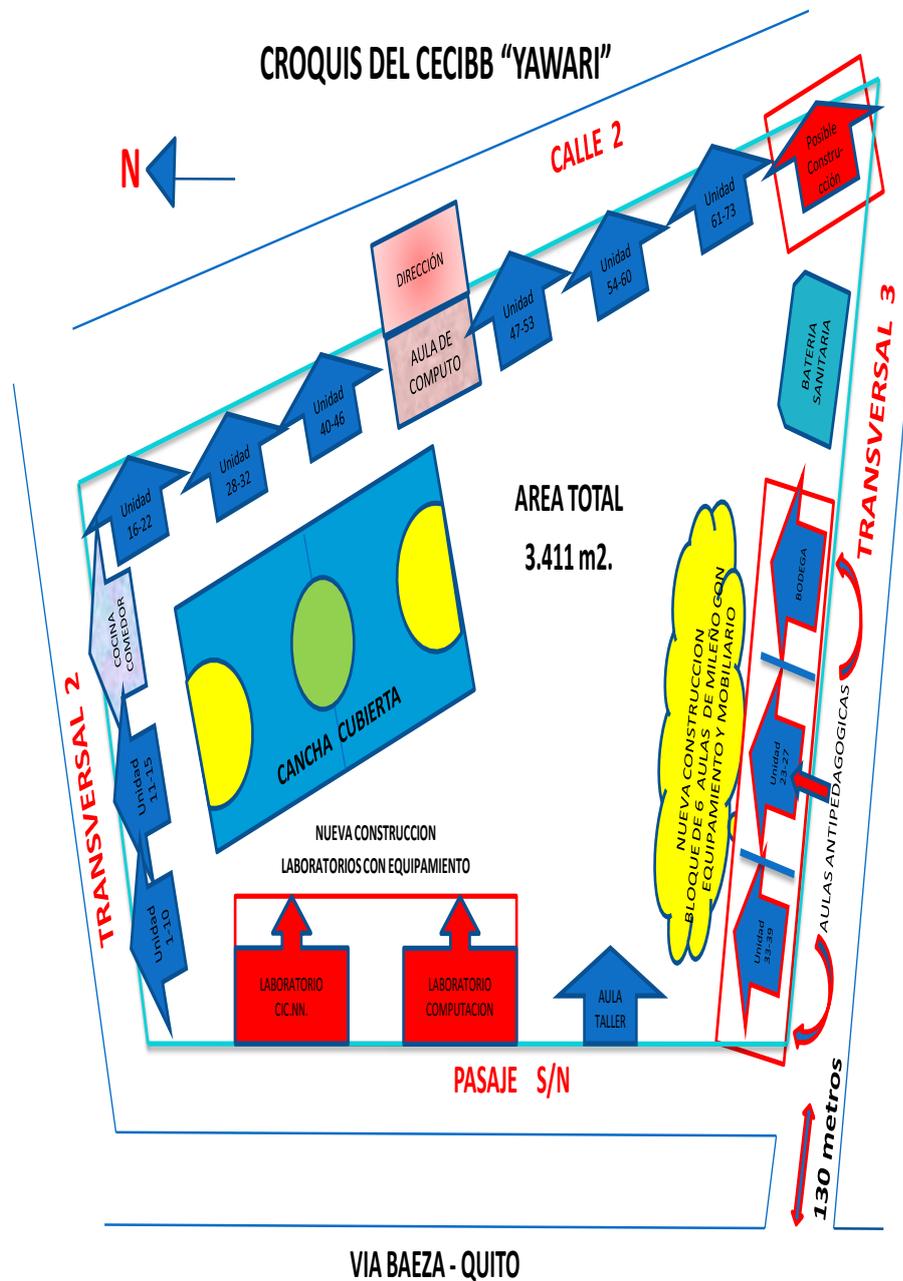
Posteriormente año tras año fue incrementando el número de estudiantes y consecución de aulas, e implementando materiales didácticos para los educandos, confiando en nuestros profesionales Kichwa muchos han cursado por estas aulas fortaleciendo y valorando la lengua materna en especial han demostrado ser excelentes estudiantes y que ingresaron a diferentes instituciones educativas han dejado en alto el buen nombre de la institución; ubicando así abanderados y escoltas del Pabellón Nacional en diferentes instituciones del cantón y la provincia ,y muchos estudiantes ex alumnos continúan sus estudios superiores en mejores Universidades del país. En el año de 2009-2010 se cambia de denominación de Centro Educativa Comunitario a Centro Educativo Comunitario Intercultural Bilingüe –BASICO YAWARI, con la creación de las unidades 54 al 60 (octavo Año de educación Básica), paulatinamente se creó las unidades (61 a 68) noveno AEGB y las unidades 69 al 74 (decimo AEGB).

Actualmente cuenta desde la unidad 9 al 75 es decir desde educación inicial (EIFC) al Décimo grado con 160 estudiantes entre hombres y mujeres ,16 docentes que imparten el conocimiento en el CECIBB-“Yawari”. La Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básico Yawari, en los catorce años de creación ha obtenido un buen número de estudiantes, gracias a la confianza de los Padres de familia, moradores y comunidades aledaños han fortalecido con la presencia de sus hijos donde se respetan, aprecian y adquieren nuevos conocimientos. Por el incremento y parte céntrica del cantón, las autoridades competentes de MINEDUC han puesto la mira de apoyar con seriedad de crear la Unidad Educativa del Milenio de Yawari- Archidona, que se encuentra 75% de trámites legales.

Considerando que la educación es la base del desarrollo de los pueblos y nacionalidades, la comunidad ha coordinado estrategias de progreso a través del Plan de Mejora, Plan Estratégico Institucional, Plan Operativo Anual y más instrumentos de trabajo curricular y extracurriculares que exige el Ministerio de Educación acorde a los procesos del nuevo modelo de gestión, fortalecer el Sistema de Educación Intercultural Bilingüe con la participación activa de los estudiantes, padres de familia, líderes comunitarios , dirigentes y autoridades públicas de los diferentes ministerios y

Gobiernos Autónomos con la Finalidad de buscar el desarrollo de la calidad y calidez educativa en el sector rural.

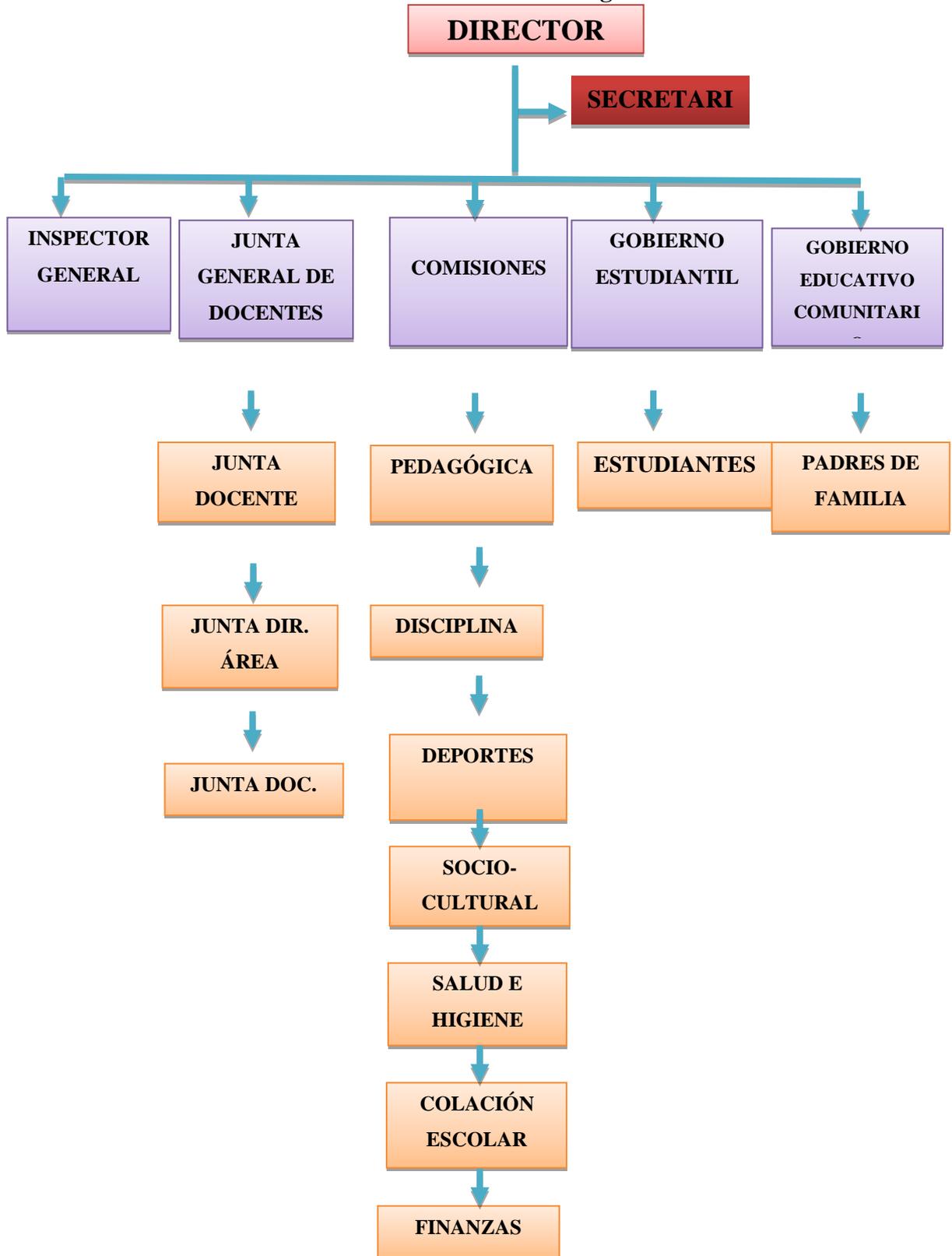
Gráfico N° 24: Croquis de ubicación del Establecimiento



Fuente: UECIB Yawari
Elaborado por: Sonia Shiguango

4.2.2. Organigrama Estructural

Gráfico N° 25: Estructura Orgánica



Fuente: UECIB Yawari

Elaborado por: Sonia Shiguango

4.2.3. Objetivos de la Institución

4.2.3.1. Objetivo General

Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básico “Yawari”; para brindar una educación de calidad, fortaleciendo y aplicando el Modelo de Educación Intercultural Bilingüe Amazónico (AMEIBA) en las comunidades Kichwa de acuerdo a la realidad del medio.

4.2.3.2. Objetivo Específicos

- ✓ Desarrollar y mejorar el nivel académico en los estudiantes mediante una enseñanza acorde con los avances tecnológicos.
- ✓ Involucrar a toda la comunidad educativa a que sean partícipes en todas las actividades planificadas por la institución.
- ✓ Obtener el Acuerdo Ministerial de la creación de la Unidad Educativa del Milenio Yawari.

4.2.4. Misión

La Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básico “Yawari”; tiene como propósito contribuir en la formación de la niñez desde EIFC hasta Décimo año de educación básica, dentro del Pueblo Kichwa de Rukullakta, mejorando la formación integral de los estudiantes logrando cambios de acuerdo al modelo de Educación Intercultural en la comunidad Kichwa de Yawar Urku y alrededores, aplicando nuestro propio modelo pedagógico AMEIBA, con el apoyo de todos los actores sociales.

4.2.5. Visión

Nuestra Institución educativa en los próximos cinco años, la Educación Inicial, Básica propone alcanzar lo siguiente:

- La Unidad Educativa Comunitario Intercultural Bilingüe Básica -Yawari, en un lapso de 3 años brindará una educación de calidad Aplicando el Modelo de Educación Intercultural Bilingüe Amazónica (AMEIBA), formando estudiantes creativos, practicando valores con identidad cultural; siendo el inter-aprendizaje por avances de unidades didácticas mediante la aplicación de guías interactivas en ciencias integradas. Contará con la infraestructura necesaria acorde al incremento estudiantil y partidas docentes.
- Al término de la educación básica, el estudiante estará capacitado con conocimientos destinados a la preservación de los recursos naturales de: flora, fauna y su cultura, de acuerdo a la realidad de la zona, inmersos en los avances científicos y tecnológicos, capaces y aptos para continuar con sus estudios en nivel bachillerato.

4.2.6. Diagnóstico FODA

Tabla N° 22: Análisis situacional de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari.

ANALISIS INTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
Centro Educativo posesionado en el territorio de influencia.	No se cuenta con estrategias de atención al usuario.
Personal que labora se desenvuelve perfectamente el idioma kichwa.	Número insuficiente de personal en la parte Docente y Administrativa.
Tiene un número significativo de estudiantes.	Equipos de cómputo, materiales y otros insuficientes para la atención al usuario.
Infraestructura propia	Personal con poca capacitación.

ANÁLISIS EXTERNO	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Número suficiente de familias que asisten a la Comunidad	Existencia de otras Unidades Bilingües en el Cantón Archidona.
Cercanía al Cantón Archidona	El alcoholismo y drogadicción que afecta a la sociedad.
Oportunidad de convertirse en Unidad Educativa del Milenio.	Las normas de educación que cierran las Instituciones Educativas bilingües.
Acceso vehicular a la Comunidad.	La situación de pobreza y la recesión económica

Fuente: UECIB Yawari

Elaborado por: Sonia Shiguango

4.2.7. Matriz de estrategias de cambio

Tabla N° 23: Matriz de estrategias de cambio

PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS PERFIL DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES	Oportunidades	Amenazas
		<p>O1. Número suficiente de familias que asisten a la Comunidad.</p> <p>O2. Cercanía al Cantón Archidona</p> <p>O3. Oportunidad de convertirse en Unidad Educativa del Milenio.</p> <p>O4. Acceso vehicular a la Comunidad.</p>

Fortalezas	Estrategia FO	Estrategia FA
<p>F1. Centro Educativo posesionado en el territorio de influencia.</p> <p>F2. Personal que labora se desenvuelve perfectamente en el idioma kichwa.</p> <p>F3. Tiene un número significativo de estudiantes.</p> <p>F4. Posee personal con experiencia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajar en el modelo de estrategias de atención al usuario. (F1-O1) • Capacitar para una adecuada atención al usuario.(F2-O2) • Mejorar la señalética e instalaciones de atención al usuario.(F3-O3) • Tener un buzón de sugerencias para los usuario (F4-O4) 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicar mediante afiches los servicios que presta.(F1-A1) • Talleres con los estudiantes para concientizar sobre los vicios y drogadicción.(F2-A2) • Generar estrategias adecuadas frente a las Políticas Gubernamentales. (F4-A3-A4)
Debilidades	Estrategia DO	Estrategia DA
<p>D1. No se cuenta con estrategias de atención al usuario.</p> <p>D2. Número insuficiente de personal en la parte Docente y Administrativa.</p> <p>D3. Equipos de cómputo, materiales y otros insuficientes para la atención al usuario.</p> <p>D4. Presupuestos fiscales insuficientes para cumplir las expectativas de los usuarios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Implementara el modelo de estrategias e atención al usuario. (D1-O1) • Capacitar al personal existente para que mejore la eficiencia en el trabajo (D2-O3) • Gestionar para lograr ser Unidad Educativa el milenio, ya que así se pude mejorar equipos de cómputo y otras necesidades. (D3-O3) • Se debe trabajar con lo que se tiene y lograr el apoyo de estudiantes y padres de familia para cumplir expectativas. (D4 – A4). 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la imagen Institucional para poseionare. (D1-A1) • Capacitar al personal para que inculque valores morales a los estudiantes.(D2-A2) • Mejorar los equipos de cómputo y otras herramientas tecnológicas necesaria para atención al usuario .(D3-A3) • Gestionar la declaración de Unidad educativa del Milenio.(D4-A4)

Fuente: UECIB Yawari

Elaborado por: Sonia Shiguango

4.2.8. Modelo de estrategias de atención al usuario

Se define una matriz con los Estrategias, indicadores, una valoración y la periodicidad de ejecución identificando responsables; esto en base a todo lo trabajado con las encuestas a Autoridades, empleados y usuarios así como el FODA, que también es continuidad del trabajo con los actores, en este sentido el Plan Estratégico se convierte en una herramienta construida con la participación de los actores y no de la propuesta de

escritorio y que es la metodología más aceptada para formular este tipo de trabajos, de manera que se logre un empoderamiento y se ejecute, para que no quede como un documento bien escrito para una biblioteca pública.

Tabla N° 24: Matriz de estrategias de atención al Usuario

Estrategia	Indicador	Meta	Descripción	Cronograma	Costos USA\$	Responsable
Diseño de un programa de capacitación continua.	Número de personas capacitadas.	16	Mediante talleres de servicio al usuario, uso de las TIC's, trabajo en equipo, calidad del servicio al usuario.	A partir del abril todo el año 2016.	1200	Director del Colegio y Docentes.
Estandarización del servicio al usuario	Número de procesos estandarizados.	3	Que se sepa cómo se va atender, que debe hacer, que requisitos se necesita, como es el orden de atención, esto es importante.	Para el segundo semestre del año 2016.	300	Director del Colegio y Docentes.
Evaluación del nivel de satisfacción del cliente a través de un buzón de sugerencias.	Número de buzones de sugerencias.	1	Un buzón para obtener sugerencias de los usuarios	Hasta mayo 2016	80	Director del plantel y contadora.
Manejo comunicacional a través de afiches	Número de afiches.	100	Afiches promocionales de los servicios que presta la Institución Educativa.	A partir del 15 de abril.	150	Contadora del Colegio.
Posicionar la imagen corporativa.	Número de uniformes.	32	Uniformes con logotipo Institucional.	Para el segundo semestre del año 2016	180	Autoridades y docentes del Colegio.
	Número de señaléticas.	8	Señalética de: oficinas, Servicios higiénicos, áreas de atención al usuario, otros		150	
Mejorar los sistemas de la información y comunicación (computadoras).	Número de computadores actualizados	4	Equipos de cómputo que son factibles de actualizar software y otros.	Para el segundo semestre del año 2016	300	Director del plantel y contadora.
	Número de computadores adquiridos con accesorios.	3	Computadores nuevos con accesorios como cámara de seguridad, impresoras y otros.		2400	
TOTAL					4760	

Fuente: UECIB Yawari

Elaborado por: Sonia Shiguango

4.2.9. DESCRIPCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS

4.2.9.1. ESTRATEGIA N° 1

4.2.9.2. DISEÑO DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

Antecedente

Durante la investigación se verificó que las personas que atienden al usuario, 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 usuario.

Objetivo

Establecer la cultura de capacitación, como herramienta de motivación para el usuario 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 usuario, a partir de enero, por lo menos cada trimestre un evento.

Conclusión

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

Tabla N° 25: Consejos para mejorar la atención al usuario

TALLER	
No. 1	
Tema	Consejos para mejorar la atención al usuario
Lugar	Auditorio de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Básica Yawari
Fecha	7 – 8 de abril 2016
Hora	14h00 – 17h00
Expositor	Ing. Gustavo Carvajal
Subtemas	Qué es usuario – Las necesidades del usuario – Las condiciones del usuario – Estrategias de saber escuchar – Estrategias de saber explicar – Recomendaciones
Motivación	El juego de roles haciendo el papel de usuario y oferente del servicio.
Metodología	Participativa, exposiciones en diapositivas e intercambio de experiencias como testimonios.
Receso	15 minutos – refrigerio
Taller	Taller grupal en temas relacionados y exposición en plenaria.
Clausura	Evaluación y cierre.

Fuente: UECIB Yawari

Elaborado por: Sonia Shiguango

Tabla N° 26: Presupuesto para el taller “Consejos para mejorar la atención al usuario”

Rubro	Cantidad	Costo USA \$
Refrigerios	16	32
Materiales de apoyo	16	20
Expositor (horas)	6	120
TOTAL		172

Fuente: UECIB Yawari

Elaborado por: Sonia Shiguango

Tabla N° 27: Sentido escénico para mejorar la atención al usuario

Taller No. 2	
Tema	Sentido escénico para mejorar la atención al usuario.
Lugar	Auditorio de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Básica Yawari
Fecha	12-13 de mayo 2016
Hora	14h00 – 17h00
Expositor	Msc. Yashira Chávez
Subtemas	El escenario – Componentes del escenario – Las condiciones del escenario – Estrategias para acondicionar el escenario – Recomendaciones
Motivación	Simular el escenario adecuado para la atención al usuario poniendo ejemplos.
Metodología	Participativa, exposiciones en diapositivas e intercambio de experiencias como testimonios.
Receso	15 minutos – refrigerio
Taller	Taller grupal en temas relacionados y exposición en plenaria.
Clausura	Evaluación y cierre.

Fuente: UECIB Yawari

Elaborado por: Sonia Shiguango

Tabla N° 28 Presupuesto para el taller “Sentido escénico para mejorar la atención al usuario”

Rubro	Cantidad	Costo USA \$
Refrigerios	16	32
Materiales de apoyo	20	25
Expositor (horas)	6	120
TOTAL		177

Fuente: UECIB Yawari

Elaborado por: Sonia Shiguango

Tabla N° 29: Los 10 mandamientos de atención al usuario

Taller		No. 3
Tema	Los 10 mandamientos de atención al usuario.	
Lugar	Auditorio de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Básica Yawari	
Fecha	2-3 de junio 2016	
Hora	14h00 – 17h00	
Expositor	Lcda. Yahaira Andi	
Subtemas	Analizar los 10 mandamientos de atención al usuario, describiendo uno por uno con ejemplificaciones.	
Motivación	Los 10 mandamientos de la biblia simulando su compromiso.	
Metodología	Participativa, exposiciones en diapositivas e intercambio de experiencias como testimonios.	
Receso	15 minutos – refrigerio	
Taller	Taller grupal en temas relacionados y exposición en plenaria.	
Clausura	Evaluación y cierre.	

Fuente: UECIB Yawari

Elaborado por: Sonia Shiguango

Tabla N° 30: Presupuesto para el taller “Los 10 mandamientos de atención al usuario”

Rubro	Cantidad	Costo USA \$
Refrigerios	16	32
Materiales de apoyo	20	25
Expositor (horas)	6	90
TOTAL		147

Fuente: UECIB Yawari

Elaborado por: Sonia Shiguango

Tabla N° 31: Tecnología para mejorar la atención al usuario

Taller No. 4	
Tema	Cómo la tecnología puede mejorar la atención al usuario.
Lugar	Centro de Cómputo del SECAP – Tena.
Fecha	7-8 – 9 de julio 2016
Hora	14h00 – 17h00
Expositor	Ing. Carlos Silva
Subtemas	Que son las TICS – Elementos de las TICs– Las computadoras – Los accesorios – El internet – las páginas sociales – Recomendaciones
Motivación	La televisión y sus programas y propagandas, como impacta.
Metodología	Participativa, exposiciones en diapositivas e intercambio de experiencias como testimonios.
Receso	15 minutos – refrigerio
Taller	Ejercicios prácticos con las computadoras.
Clausura	Evaluación y cierre.

Fuente: UECIB Yawari

Elaborado por: Sonia Shiguango

Tabla N° 32: Presupuesto para el taller “Tecnología para mejorar la atención al usuario”

Rubro	Cantidad	Costo USA \$
Refrigerios	32	64
Materiales de apoyo	20	60
Expositor (horas)	9	270
TOTAL		394

Fuente: UECIB Yawari

Elaborado por: Sonia Shiguango

Tabla N° 33: Normas internas para mejorar la atención al usuario

Taller No. 5	
Tema	Normas internas para mejorar la atención al usuario.
Lugar	Auditorio de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Básica Yawari
Fecha	4-5 de agosto 2016
Hora	14h00 – 17h00
Expositor	Abg. Liliana Villa
Subtemas	Los derechos de los ciudadanos- Los derechos en la Constitución – Los principios sociales de equidad – La transparencia de la información pública – Los derechos de los niños, adultos mayores y de capacidades especiales – Recomendaciones
Motivación	Un adulto requiriendo el servicio, el oferente del servicio que no da prioridad al mismo.
Metodología	Participativa, exposiciones en diapositivas e intercambio de experiencias como testimonios.
Receso	15 minutos – refrigerio
Taller	Taller grupal en temas relacionados y exposición en plenaria.
Clausura	Evaluación y cierre.

Fuente: UECIB Yawari

Elaborado por: Sonia Shiguango

Tabla N° 34: Presupuesto para el taller “Normas internas para mejorar la atención al usuario

Rubro	Cantidad	Costo USA \$
Refrigerios	32	64
Materiales de apoyo	20	30
Expositor (horas)	6	90
TOTAL		184

Fuente: UECIB Yawari

Elaborado por: Sonia Shiguango

4.2.10. ESTRATEGIA N° 2

4.2.10.1. ESTANDARIZACIÓN DEL SERVICIO PARA ATENCIÓN AL USUARIO

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 usuario.

Objetivo

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

Procedimientos.

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

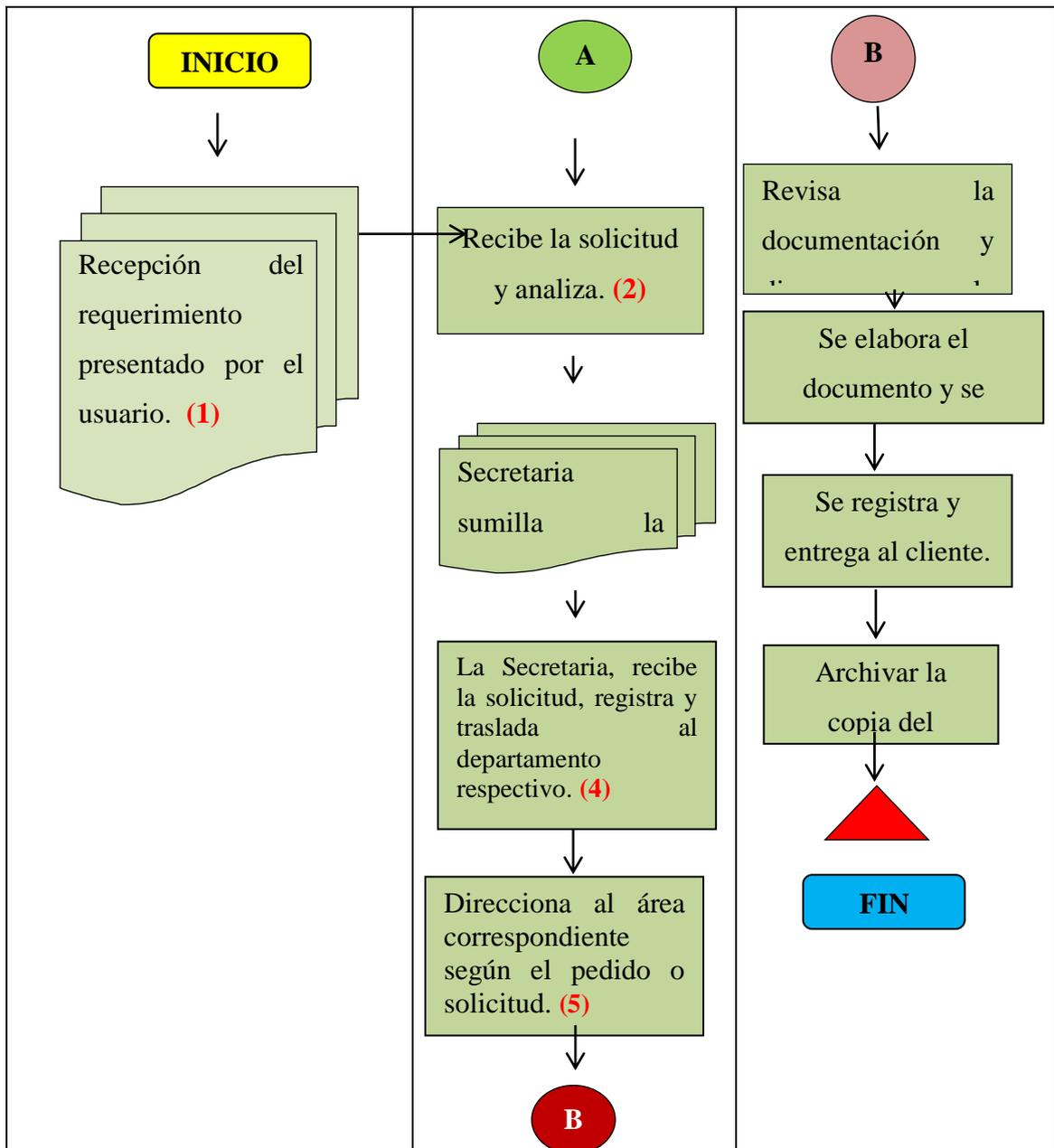
Cronograma

- 60 días a partir del 15 de abril del 2016.
- El manual debe entrar a aplicarse en el primer quimestre del año lectivo 2016-2017.

Conclusión

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

Gráfico N° 26: Flujograma del proceso de atención al usuario



Fuente: UECIB Yawari

Elaborado por: Sonia Shiguango

4.2.11. ESTRATEGIA N° 3

4.2.11.1. EVALUACIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO A TRAVÉS DE UN BUZÓN DE SUGERENCIAS

Antecedente

Del trabajo de titulación se determina, que no existen métodos para evaluar la satisfacción del usuario, la mayoría de estos se encuentran insatisfechos, pero no comunican y no lo hacen puesto que no hay un lugar en donde poner su queja; la implementación de un buzón para quejas y sugerencias es una estrategia importante, ya que brinda confianza al usuario y permite introducir cambios en cualquier momento, corregir errores, tomar decisiones y si es necesario cambiar empleados que cumplen una función inadecuada, esto permite trabajar en función de los intereses de los usuarios y no de las personas que trabajan en la Institución Educativa.

Objetivo

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

Procedimiento

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

Cronograma

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

Conclusión

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

Gráfico N° 27: Buzón de sugerencias





1. ¿Cómo fue atendido?

.....

.....

2. ¿Las instalaciones son adecuadas para la atención al usuario?

.....

.....

Fuente: UECIB Yawari

Elaborado por: Sonia Shiguango

4.2.12. ESTRATEGIA N° 4

4.2.12.1. MANEJO COMUNICACIONAL A TRAVÉS DE AFICHES

Antecedentes

Se ha determinado que la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari, 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

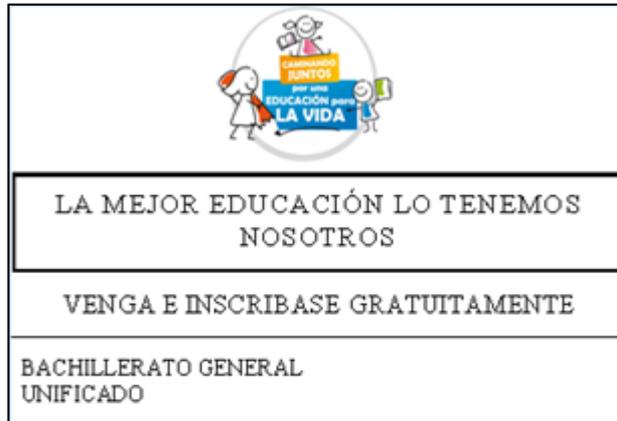
A partir del 15 abril del 2016, con la generación de información Al 27 de abril se tendrá el borrador de: afiches, trípticos y las carpetas con el logotipo Institucional.

Al 15 de mayo presentación a los usuarios.

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.

Gráfico N° 28: Comunicación a través de afiches



Fuente: [www.google imágenes](http://www.google.com)

Elaborado por: Sonia Shiguango

4.2.13. ESTRATEGIA N° 5

4.2.13.1. POSICIONAR LA IMAGEN CORPORATIVA

Antecedentes

Como en la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básico Yawari, muy poco se preocupan del usuario 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 usuario, 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 a un 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 usuario 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 usuario, 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 segundo semestre 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.

Gráfico N° 29: Posicionar la imagen corporativa



Fuente: www.google.com.ec de transito

Elaborado por: Sonia Shiguango

4.2.14. ESTRATEGIA N°- 6

4.2.14.1. MEJORAR LOS SISTEMAS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Antecedentes

Se ha podido evidenciar mediante la investigación, que los equipos de cómputo y otros complementos que se disponen en la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básico Yawari, no son adecuados, los equipos son de otras generaciones, cuando ahora se hablan de la quinta y séptima generación, lo que facilita un mejor proceso agilizando los trabajos y prestando eficiencia en la atención al usuario.

Además, existen otros complementos, que están conectados a los equipos tecnológicos como cámaras de seguridad, con las cuales se puede vigilar que no se produzcan problemas en el exterior del espacio privado desde donde se presta el servicio al usuario

Objetivo

Mejorar los sistemas informáticos para facilitar la atención al usuario.

Procedimiento

- Hacer una revisión e inventario de los equipos existentes y emitir un diagnóstico técnico
- Cotizar en el mercado los equipos.
- Gestionar y asignar recursos.
- Adquirir, instalar y operar los equipos.

Cronograma

- 120 días a partir de la consecución del presupuesto para los equipos y accesorios.
- 30 días para mejorar actualizar la información.

Conclusión

Se adecua y moderniza el sistema informático y de las tecnologías de la información, lo que facilita la atención al usuario, ya que el tiempo se reduce, debido a las facilidades que presta la tecnología de punta

Gráfico N° 30: Sistemas de las tecnologías de la información y comunicación



Fuente: [www.google imágenes](http://www.google.com)

Elaborado por: Sonia Shiguango

CONCLUSIONES

- ✓ La importancia de desarrollar el cuadro teórico especializado ha facilitado realizar el trabajo tal como se propuso, ya que las experiencias de los autores y la estrecha relación que guarda con la investigación realizada, facilitan el análisis y discusión de los resultados, y la propuesta del modelo de estrategias, que demuestran la situación actual que tiene la Institución y los inconvenientes que posee.

- ✓ En el análisis general que se realizó por medio de las encuestas a usuarios externos (padres de familia); docentes y personal administrativo, se verifica que la atención al usuario ya que son el motivo principal de la propuesta, hay que considerar que el personal de la institución procura responder según su propia conveniencia y no toma en consideración la problemática que tiene la entidad.

- ✓ Se ha diseñado un Modelo de Estrategias, con el propósito de mejorar de manera eficiente y eficaz la atención a los usuarios además las estrategias están basadas primordialmente en beneficio de los usuarios y hacia la mejora de la institución entre las cuales tenemos; Plan de Capacitación con temas relacionados a la atención al usuario, así como mejorar la imagen corporativa, trabajar en manejo comunicacional, generar un buzón de sugerencias y quejas, mejorar y modernizar el sistema informático, que son aspectos importantes para la mejora del servicio al usuario

RECOMENDACIONES

- Si bien la mayoría de los docentes han recibido capacitaciones, están referidas a aspectos pedagógicos, por lo que se sugiere que las mismas deben ser de carácter social en cuanto a la calidad de servicio al usuario, ya que los mismos trabajan de manera permanente con diferente clase de usuarios y esto amerita tener la debida capacidad para mantener siempre el buen trato.

- Es necesario el Modelo de estrategias propuestas, ya que se determinó que el tipo de atención al usuario no es el adecuado y se tiene que mejorar, de lo contrario como existen otras Unidades Educativas los usuarios externos cambiarán de Institución y la misma quedará en condiciones de abandono.

- Para el modelo de estrategias se necesitan recursos, que deben ser gestionados por la primera Autoridad del plantel, con la contribución de docente, padres de familia y alumnos, ya que esta acción permitirá mejorar la gestión Institucional.

BIBLIOGRAFIA

- Carneiro, M. (2010). Dirección estratégica innovadora. Madrid: netbiblo.
- Carrasco, S. (2013). Gestión de la atención al cliente/consumidor. Madrid: paraninfo.
- Carrión, J. (2007). Estrategia: de la visión a la acción. Madrid: Esic editorial.
- Fernández E. (2010). Adminisración de Empresas: un enfoque interdisciplinario. Madrid: Paraninfo.
- David F. (2003). Administración Estratégica. México: Pearson Educación.
- García Casermeiro, M. J. (2011). Técnicas de información y atención al cliente/consumidor. Málaga: innovación y cualufucación.
- Ginés, O. (2007). Ética empresarial: principios, tendencias y disparates. Santiago de Chile.
- Mondy & Noe, W. (2005). Administración de Recursos Humanos. México.
- Paz, C. (2007). Atención al cliente. Madrid: ideaspropias.
- Pérez, T. (2006). Calidad total en la atención al cliente. Madrid: ideaspropias.
- Rodríguez, A. (2007). Estrategias y técnicas de comunicación. Barcelona: uoc.
- Sánchez, P. (2010). Comunicación empresarial y atención al cliente. Madrid: editex, s.a.
- Villa, J. (2014). manual de atención a clientes y usuarios. Barcelona: Profit Ed.
- Gómez, E. (2009). Barreras contra el buen servicio. Como conservar más clientes (la amabilidad es la clave). (1ra. Ed.) Buenos Aires: el cid editor

LINKOGRAFÍA

Buckingham, M. (2010). Gestión. recuperado, de <http://www.gestion.com.do/index.php/abril-2010/110-de-aliados/aliados-abril-2010/159-20-caracteristicas-para-la-excelencia-en-gestion-de-clientes>

ANEXOS

Anexo No. 1: ENCUESTA DIRIGIDO A USUARIOS
ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
LICENCIATURA EN SECRETARIADO GERENCIAL
CENTRO DE APOYO TENA
ENCUESTA DIRIGIDO A USUARIOS (padres de familia)

Formulario N°.....

Fecha.....

Encuestador.....

Lugar.....

Estimado Usuario: Con la finalidad de conocer las estrategias de atención al usuario en la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari, le solicito muy comedidamente, se digne contestar el presente cuestionario de una manera confiable. Los resultados ayudarán a la elaboración de un Modelo de estrategias para mejorar la atención al usuario.

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

1.- Califique la calidad de servicio que brinda el personal de la unidad educativa comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari?

Muy satisfactorio	Satisfactorio	Regular	Poco satisfactorio	Insatisfactorio

2.- ¿Existe respeto a la etnia, creencia religiosa y política?

Muy satisfactorio	Satisfactorio	Regular	Poco satisfactorio	Insatisfactorio

3.- ¿Se comunica los servicios que la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural Bilingüe Básica Yawari presta al usuario?

Muy satisfactorio	Satisfactorio	Regular	Poco satisfactorio	Insatisfactorio

4.- ¿Le complace las justificaciones dadas por el personal en el caso de que no solucione algún problema o solicitud formulado por usted?

Muy satisfactorio	Satisfactorio	Regular	Poco satisfactorio	Insatisfactorio

5.- ¿Considera que el personal de esta institución está capacitado en las funciones que desempeña?

Muy satisfactorio	Satisfactorio	Regular	Poco satisfactorio	Insatisfactorio

6.- ¿Las instalaciones y los servicios son adecuadas para la atención al usuario?

Muy satisfactorio	Satisfactorio	Regular	Poco satisfactorio	Insatisfactorio

7.- ¿Se cuenta con las herramientas tecnológicas para facilitar la atención al usuario?

Muy satisfactorio	Satisfactorio	Regular	Poco satisfactorio	Insatisfactorio

8.- ¿Considera que la institución requiere de un modelo de estrategias de atención al usuario?

Muy satisfactorio	Satisfactorio	Regular	Poco satisfactorio	Insatisfactorio

9.- ¿Cumplen con los horarios establecidos para la atención al usuario?

Muy satisfactorio	Satisfactorio	Regular	Poco satisfactorio	Insatisfactorio

10.- ¿Existe algún tipo de preferencia en el caso de personas: ¿con niños pequeños, embarazadas, personas con discapacidad, personas de la tercera edad?

Muy satisfactorio	Satisfactorio	Regular	Poco satisfactorio	Insatisfactorio

GRACIAS POR SU COLABORACION

Anexo No. 2: ENCUESTA DIRIGIDO A PERSONAL DOCENTE Y ADMINISTRATIVO

**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
LICENCIATURA EN SECRETARIADO GERENCIAL
CENTRO DE APOYO TENA**

ENCUESTA DIRIGIDO A PERSONAL DOCENTE Y ADMINISTRATIVO

Formulario N°.....

Fecha:.....

Encuestador.....

Lugar.....

Estimados Docentes y Administrativos: Con la finalidad de conocer las estrategias de atención al usuario en la Unidad Educativa Comunitario Intercultural Bilingüe Básica Yawari, le solicito muy comedidamente, se digne contestar el presente cuestionario de una manera confiable. Los resultados ayudarán a la elaboración de un Modelo de estrategias para mejorar la atención al usuario.

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	¿La Institución le ha capacitado para la atención al usuario?				
2	¿Los horarios de atención son los adecuados para el usuario?				
3	¿Se tienen estandarizados los procesos de atención al usuario?				
4	¿Se instrumenta un sistema de registro de usuarios atendidos?				
5	¿El ambiente laboral es adecuado para su desempeño?				
6	¿Considera que es importante un modelo de estrategias para mejorar la atención al usuario?				
7	¿Considera necesario la capacitación en el servicio al usuario?				
8	¿Se cuenta con un plan para mejorar la imagen Institucional?				
9	¿Se informa de los servicios y los requisitos necesarios para facilitar la atención al usuario?				
10	¿Se cuenta con materiales, equipos y otros complementos necesarios para la atención al usuario?				

Gracias por su colaboración

Anexo No. 3: FUNCIONARIOS DE LA UNIDAD EDUCATIVA YAWARI



Anexo No. 4: SECRETARIA DE LA INSTITUCIÓN



Anexo No. 5: DIRECTORA DE LA UECIB YAWARI



Anexo No. 6: PERSONAL DOCENTE PARTICIPANDO DE UN TALLER



Anexo No. 7: ESTUDIANTES DE LA U.E.C.I.B.BASICA YAWARI



DANZA CULTURAL

