



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE PSICOLOGÍA INDUSTRIAL**

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Licenciada en Ciencias de la  
Educación.

Mención: Psicólogo Industrial

**Tema:**

---

**“LA CAPACITACIÓN Y LA CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE  
EN LA DIRECCIÓN PROVINCIAL DEL INSTITUTO ECUATORIANO  
DE SEGURIDAD SOCIAL DEL CANTÓN AMBATO PROVINCIA DE  
TUNGURAHUA”.**

---

**AUTOR:** Lorena Alexandra Freire Vargas

**TUTOR:** Mg. Judith García

**PORTADA**

**Ambato – Ecuador**

**2020**

## **APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN**

### **CERTIFICA**

Yo Ing. Mg. María Judith García Zavala con CI:1801661032 en mi calidad de tutora del trabajo de graduación o titulación, sobre el tema:" LA CAPACITACIÓN Y LA CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE EN LA DIRECCIÓN PROVINCIAL DEL INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL DEL CANTÓN AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA" desarrollado por la estudiante Freire Vargas Lorena Alexandra, considero que dicho Informe Investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo.

Ing. Mg. María Judith García Zavala  
**TUTOR**



## **AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Lorena Alexandra Freire Vargas, con C.I. 180417391-0, mediante el presente trabajo de titulación con el tema: **“LA CAPACITACIÓN Y LA CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE EN LA DIRECCIÓN PROVINCIAL DEL INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL DEL CANTÓN AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**., dejo constancia de que, en la investigación, la cual está basada en la experiencia profesional, en los estudios realizados durante la carrera, investigaciones bibliográficas y estudios de campo, ha obtenido las conclusiones y recomendaciones descritas en la investigación. Las ideas, opiniones y recomendaciones son exclusiva responsabilidad del autor



.....  
Lorena Alexandra Freire Vargas

C.I. 180417391-0

**AUTORA**

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Al Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación:  
La comisión de estudios y calificación del informe del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **“LA CAPACITACIÓN Y LA CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE EN LA DIRECCIÓN PROVINCIAL DEL INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL DEL CANTÓN AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**, presentado por la señorita **Lorena Alexandra Freire Vargas**, egresada de la carrera de Psicología Industrial , una vez revisado el Trabajo de Graduación o Titulación, **APRUEBAN**, el referido trabajo, en razón que reúne los requerimientos básicos tanto técnicos, como científicos y reglamentos establecidos.

Por lo tanto, se autoriza la presentación ante el organismo correspondiente para los trámites.

### COMISIÓN

LUIS RAFAEL  
TELLO VASCO

Firmado digitalmente por LUIS  
RAFAEL TELLO VASCO  
Fecha: 2020.10.01 20:33:53



Firmado electrónicamente por:  
**MARIA JOSE  
MAYORGA ASES**

.....  
**Ing. LUIS RAFAEL TELLO VASCO. Mg.**

.....  
**Ing. MARÍA JOSÉ MAYORGA Mg.**

**C.I. 1801405141**  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

**C.I. 1804289740**  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

<b>PORTADA .....</b>	<b>1</b>
<b>APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN .....</b>	<b>2</b>
<b>AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN .....</b>	<b>3</b>
<b>APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO .....</b>	<b>4</b>
<b>ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS .....</b>	<b>v</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS .....</b>	<b>vii</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>vii</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>2</b>
<b>1.1. Antecedentes Investigativos.....</b>	<b>2</b>
<b>1.2. Objetivos.....</b>	<b>7</b>
<i>1.2.1. Objetivo General .....</i>	<i>7</i>
<i>1.2.2. Objetivos Específicos .....</i>	<i>7</i>
<b>CAPÍTULO II: METODOLOGÍA .....</b>	<b>8</b>
<b>2.1. Materiales.....</b>	<b>8</b>
<b>2.2. Métodos .....</b>	<b>9</b>
<i>2.2.1. Enfoque de la investigación.....</i>	<i>9</i>
<i>2.2.2. Modalidad básica de la investigación.....</i>	<i>10</i>
<i>2.2.3. Nivel o tipo de la investigación.....</i>	<i>11</i>
<i>2.2.4. Población.....</i>	<i>11</i>
<i>2.2.5. Operacionalización de las Variables .....</i>	<i>13</i>
<i>2.2.6. Plan para el Procesamiento de la Información .....</i>	<i>15</i>
<i>2.2.7. Análisis e Interpretación de Resultados .....</i>	<i>15</i>
<b>CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>16</b>
<b>3.1. Análisis y discusión de los resultados .....</b>	<b>16</b>
<b>3.2. Interpretación de datos .....</b>	<b>16</b>
<i>3.2.1. Aplicación de la Encuesta: .....</i>	<i>17</i>
<b>3.3. Verificación de la hipótesis.....</b>	<b>27</b>

3.3.1. Preguntas Extraídas.....	27
3.3.2. Hipótesis .....	27
3.3.3. Planteamiento de Hipótesis.....	27
3.3.4. Estimador Estadístico .....	27
3.3.5. Modelo Matemático .....	28
3.3.6. Margen de Error.....	28
3.3.7. Distribución Muestral.....	28
3.3.8. Cálculo Matemático.....	29
3.3.9. Distribución del Chi – Cuadrado.....	30
3.3.10. Representación gráfica del chi cuadrado.....	30
3.3.11. Decisión .....	30
3.3.12. Discusión de resultados: .....	31
<b>CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>32</b>
<b>4.1. Conclusiones.....</b>	<b>32</b>
<b>4.2. Recomendaciones .....</b>	<b>33</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>34</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>37</b>
<b>Anexo N° 3. 2: Cuestionario .....</b>	<b>37</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Procesos de Capacitación .....	6
Gráfico N° 2: Representación gráfica de resultados .....	16
Gráfico N° 3: Misión y Visión.....	17
Gráfico N° 4: Capacitación.....	18
Gráfico N° 5: Herramientas para desarrollar su trabajo .....	19
Gráfico N° 6: Organización del Trabajo .....	20
Gráfico N° 7: Lineamientos y Valores .....	21
Gráfico N° 8: Relación con los compañeros y jefes .....	22
Gráfico N° 9: Capacitación – Atención al cliente.....	23
Gráfico N° 10: Guía - Atención y el servicio al cliente .....	24
Gráfico N° 11: Servicio de Calidad .....	25
Gráfico N° 12: Toma de decisiones .....	26
Gráfico N° 13: Distribución del Chi- Cuadrado .....	30

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Población .....	12
Tabla N° 2: Variable Independiente: CAPACITACIÓN .....	13
Tabla N° 3: Variable Dependiente: CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE ..	14
Tabla N° 4: Cuantificación de resultados.....	16
Tabla N° 5: Misión y Visión.....	17
Tabla N° 6: Capacitación.....	18
Tabla N° 7: Herramientas para desarrollar su trabajo .....	19
Tabla N° 8: Organización del Trabajo .....	20
Tabla N° 9: Lineamientos y Valores .....	21
Tabla N° 10: Relación con los compañeros y jefes .....	22
Tabla N° 11: Capacitación - Atención al cliente .....	23
Tabla N° 12: Guía - Atención y el servicio al cliente .....	24
Tabla N° 13: Servicio de Calidad .....	25
Tabla N° 14: Toma de decisiones .....	26
Tabla N° 15: Frecuencias Observadas .....	29
Tabla N° 16: Frecuencias Esperadas.....	29
Tabla N° 17: Chi- Cuadrado .....	29
Tabla N° 18: Distribución del Chi- Cuadrado .....	30

## **RESUMEN EJECUTIVO**

En la actualidad, el mercado organizacional se enfrenta a cambios constantes que lo obligan a buscar estrategias para hacer frente a los mismos. Uno de los órdenes que sufren constantes cambios es el tecno-económico, en el cual se busca la eficiencia en los procesos de producción de bienes y servicios. Éste se fundamenta, sobre todo, en el cambio que existe en las formas de organización en el trabajo, donde la tecnología y los procesos existentes en ella son sustituidos por otros, que, por su naturaleza, son más eficientes y actuales. Esto hace que la eficiencia de la empresa aumente, debido al incremento y mejoría de la productividad y la calidad en sus procesos y productos, incorporando equipamiento y tecnología, pero también nuevos modelos

En la Dirección Provincial del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social se realizó el estudio sobre la capacitación y la calidad en el servicio al ciudadano con el fin de encontrar las causas por las que se da este problema y como esto afecta al servicio. Los resultados de la investigación arrojan que la causa principal de este problema son las inadecuadas temáticas de capacitación que reciben, debido a que ciertas capacitaciones son dictadas en forma general y no por área o según las necesidades requeridas; por esta razón las personas que cubren el área de servicio al ciudadano no logran desempeñarse correctamente, consideran que al adquirir nuevos conocimientos pueden brindar un servicio de calidad, ya que al ofrecer una atención eficaz resultaría beneficioso tanto como para ellos como para sus usuarios.

Una vez analizadas las causas se procedió a proponer la creación de una guía que tiene por objetivo principal /mejorar la calidad y atención al ciudadano con el propósito de cubrir las necesidades e incentivar a los colaboradores a brindar un servicio de calidad.

### **PALABRAS CLAVES:**

Capacitación, Calidad, Servicio al cliente, Estrategias, Desempeño laboral, Talento Humano, Desarrollo de capacidades, Satisfacción del cliente, Atención inmediata, Comunicación.

## **ABSTRACT**

Currently, the organizational market faces constant changes that force it to seek strategies to deal with them. One of the orders that undergo constant changes is the techno-economic, in which efficiency is sought in the production processes of goods and services. This is based, above all, on the change that exists in the forms of organization at work, where technology and the processes existing in it are replaced by others, which by their nature are more efficient and current. This makes the efficiency of the company increase, due to the increase and improvement in productivity and quality in its processes and products, incorporating equipment and technology, but also new models.

In the Provincial Directorate of the Ecuadorian Institute of Social Security, a study was carried out on training and quality in the service to the citizen in order to find the reasons why this problem occurs and how it affects the service. The results of the investigation show that the main cause of this problem is the inadequate training topics that they receive, due to the fact that certain trainings are dictated in general and not by area or according to the required needs; For this reason, the people who cover the citizen service area do not manage to perform correctly, they consider that by acquiring new knowledge they can provide a quality service, since offering effective care would be beneficial both for themselves and for its users.

Once the causes were analyzed, we proceeded to propose the creation of a guide whose main objective is to improve quality and customer service in order to meet the needs and encourage employees to provide a quality service.

### **KEYWORDS:**

Training, Quality, Customer Service, Strategies, Job Performance, Human Talent, Capacity Development, Customer Satisfaction, Immediate Attention, Communication.

## INTRODUCCIÓN

El presente estudio se realizó en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social del Cantón Ambato Provincia de Tungurahua, con la participación del personal de servicio al cliente, donde se pudo determinar que: La Capacitación **SI** influye en la Calidad de Servicio al Ciudadano de la Dirección Provincial del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social de la Ciudad de Ambato provincia de Tungurahua.

Es así que la investigación se encuentra compuesta por cuatro capítulos los mismos que se detallan a continuación.

En el Capítulo I.- Se encuentra compuesto por el marco teórico, donde se detalla los antecedentes investigativos, basados en libros, revista, periódicos, etc. De igual manera el objetivo General y los Objetivos Específicos.

En el Capítulo II.- Abarca el marco metodológico que está compuesto por los materiales y métodos hacer utilizados como: el enfoque de investigación, modalidad básica de la investigación, nivel o tipo de la investigación, población, operacionalización de las variables, plan para el procesamiento de la información y por último análisis e interpretación de resultados.

En el Capítulo III.- Se define el análisis discusión de los resultados, interpretación de datos, donde se detalla los resultados del cuestionario aplicado a la población objeto de estudio, con su respectivo análisis e interpretación, de igual manera se realiza la verificación de la hipótesis planteada dentro del estudio.

En el Capítulo IV.- Encontramos conclusiones y recomendaciones;

Finalmente, se establece la bibliografía utilizada en el estudio y los anexos correspondiente cabe señalar que en este punto se estableció **la propuesta:** proporcionando un guía de atención al usuario que contribuirá al desarrollo laboral de la institución, de igual manera tiene una ventaja práctica ya que pretende ofrecer opciones de solución permitiendo superar de esta manera las diversas situaciones y mejorar el servicio de la atención al cliente.

## CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

### 1.1. Antecedentes Investigativos

En los últimos años, la capacitación para la atención al cliente ha sido uno de los puntos más importantes de toda empresa sea esta privada o pública.

Es por esta razón que el presente estudio estará basado en trabajos investigativos que están netamente relacionadas con el tema de estudio tanto a nivel internacional, nacional y local, los mismos que se detallan a continuación:

Según el autor (Sánchez & Hernández, 2011) en su tema de estudio: *“La capacitación como predictor de satisfacción del cliente en organizaciones turísticas”*, cita que: La satisfacción del consumidor se refiere a la evaluación de resultados derivados de sus experiencias de consumo. Un predictor de la misma, podría ser la formación del empleado de contacto. El objetivo de este trabajo fue analizar el papel predictivo que puede tener dicha formación en la relación calidad del servicio-satisfacción del consumidor, donde se obtuvo las siguientes conclusiones:

- Fue comprobada la hipótesis en donde se predice que la interacción entre capacitación y calidad relacional que percibe el cliente, influye significativa y positivamente en la satisfacción del mismo.
- La calidad funcional, al interaccionar con la capacitación, no afecta significativamente el nivel de la satisfacción.
- Se corrobora la existencia de una doble vía de predicción de la satisfacción del cliente, al incluir de manera agrupada la formación de los empleados. (pág. 211)

En la investigación de titulada ***“Importancia de la Calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas”***, del autor (López, 2013), cita que: La calidad en el servicio al cliente es uno de los puntos primordiales que se deben cumplir dentro de cada una de las empresas; sin importar el tamaño, estructura y naturaleza de sus operaciones, deben de demostrar la capacidad que tienen para desempeñarse en esta área, ya que al ser la primera imagen que se da a los clientes ayuda a mantenerse en la preferencia de los mismos, y si se llega a alterar pueden convertirse en una amenaza (pág. 5). Llegando a las siguientes conclusiones dentro del estudio:

Primeramente, se desprende el Desarrollo Económico Sostenible el cual resultado que existe una gran falta de sistemas y centro de información, centros de investigación e instituciones de educación superior y finalmente unidades de capacitación para el desarrollo, por otro lado, se destacaron como puntos positivos la facilidad para tener acceso al contexto regional su gran infraestructura agropecuaria y la disponibilidad de espacio físico para nuevas actividades económicas. (pág. 32)

**Por consiguiente el autor** (Bermúdez L, 2015) en su publicación de la revista ***InterSedes: Revista de las Sedes Regionales, vol. XVI, núm. 33, 2015***, menciona que:

La capacitación está orientada a la preparación técnica del recurso humano de las organizaciones para que este se desempeñe eficientemente en las funciones a él asignadas, produzca resultados de calidad, dé excelentes servicios a sus clientes, prevenga y solucione anticipadamente problemas potenciales dentro de la organización. Por medio de la capacitación se logra que el perfil del recurso humano se adecue a las necesidades de conocimientos, habilidades y actitudes requeridos en un puesto de trabajo (pág. 8).

Por otro lado el autor (Godoy J, 2017), en su tema de estudio ***“El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio”*** cita que:

Hoy día, la atención al cliente es una actividad desarrollada por las organizaciones con orientación a satisfacer las necesidades de sus clientes, logrando así incrementar su productividad y ser competitiva. El ciudadano es el protagonista principal y el factor

más importante en el juego de los negocios (pág. 25). De esta manera el autor plantea lo siguiente:

### ***Los diez Mandamientos de la Atención al Ciudadano***

- 1.- El cliente por encima de todo, es al cliente a quien debemos tener presente en todo momento.
- 2.- No hay nada imposible cuando se quiere, muchas veces los clientes solicitan cosas casi imposibles, pero con un poco de esfuerzo, se puede lograr lo que el desea.
3. - Cumplir todo lo que se prometa, el ciudadano debe sentirse confiado y esto depende de la credibilidad de la información que recibe y de quien se la transmite.
4. Solo hay una forma de satisfacer al cliente, cuando el ciudadano se siente satisfecho al recibir más de lo esperado y esto se logra conociendo muy bien a los clientes, concentrando toda la atención a sus necesidades y deseos.
- 5.- Para el ciudadano la empresa marca la diferencia, el capital humano que tiene contacto directo con los clientes tienen un gran compromiso, pueden lograr que éste regrese o que jamás quiera volver.
- 6.- Fallar en un punto significa fallar en todo, puede que todo funcione a la perfección, pero que pasa si se falla en la fecha de entrega, la calidad del producto, entre otros detalles del cierre de la venta, todo se va al piso.
- 7.- Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos, el capital humano debe estar orientado a logro de las ventas y capacitado para ello, conocer los productos, sus bondades y hasta sus desventajas, mantenerlos motivados, si estos factores no están cubiertos, las empresas no pueden pretender satisfacer a los clientes, es por ello que las políticas de recursos humanos deben ir de la mano de las estrategias de marketing.
- 8.- El juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente, la verdad es que son los clientes quienes, califican la atención recibida, si es buena vuelven o de lo contrario no regresan.
- 9.- Por muy bueno que sea un servicio siempre se puede mejorar, si se logra alcanzar los objetivos propuestos de servicio y satisfacción del consumidor, es necesario plantear nuevas metas, actualización, ya que la competencia no da tregua.
- 10.- Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo, todas las personas de la organización deben estar alineadas a satisfacer al cliente.

En base a los aportes presentados por los autores antes mencionados se puede citar que: La capacitación no es un hecho aislado de todo el proceso que lleva a cabo una empresa o institución, sino que forma parte de un todo coordinado que se planifica, se ejecuta y se evalúa. Tiene como fin primordial motivar al recurso humano para que se sienta en un ambiente de trabajo agradable en el que pueda desarrollar su capacidad creativa y productiva.

Por lo tanto, es esencial para la capacitación del capital humano que atiende público, la incorporación de elementos informativos y vivencia que promuevan un cambio actitudinal, cognoscitivo y conductual, en función de optimizar la calidad de la atención a los usuarios del servicio que ofrece la organización. La capacitación del capital humano permite cambiar sistemáticamente su conducta y excelencia en la ejecución de sus actividades incrementando su eficiencia organizacional.

En toda organización, el capital humano es un elemento fundamental para alcanzar los objetivos y metas que le permitan realizar la misión propuesta y para ello es necesario que este recurso esté capacitado desde el punto de vista profesional, técnico, moral y cultural. Por esto, surge la necesidad en toda empresa de implantar programas de capacitación, que le permita desarrollar, capacitar y actualizar al personal, con la finalidad de ampliar los conocimientos, habilidades y destrezas adecuadas para desempeñar eficazmente las tareas inherentes a cada cargo.

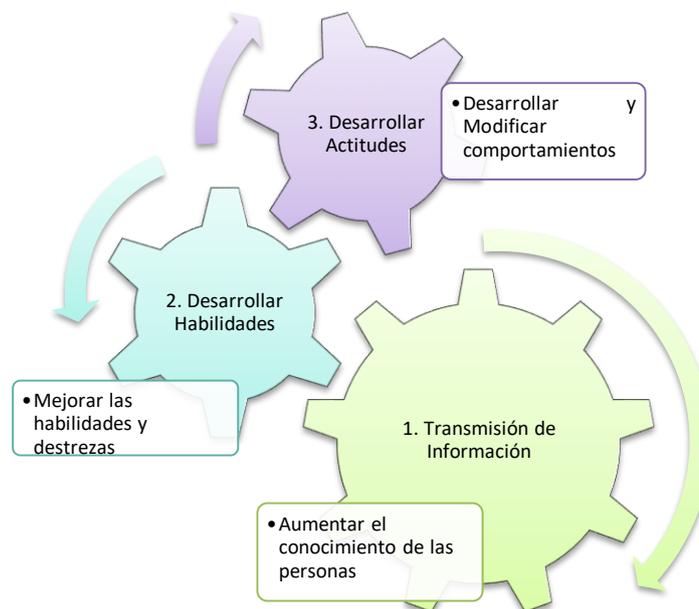
El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes. En segundo lugar, se ubica la mirada a la calidad del servicio al ciudadano y su relación con una adecuada captación y capacitación del capital humano, enmarcado en la gestión de recursos humanos. No cabe duda que la capacitación como función esencial del área de talento humano de las organizaciones, debe ponerse en práctica de manera casi que obligatoria en las organizaciones; “debe ser administrada adecuadamente, por lo que debe realizarse de acuerdo a las necesidades de sus áreas de trabajo, unidades o departamentos, con el propósito de que sus empleados realicen sus actividades de manera eficiente” (López G, 2015)

Así mismo el autor, (Chiavenato I, 2009), señala que, “la capacitación constituye el

núcleo de un esfuerzo continuo, diseñado para mejorar las competencias de las personas y, en consecuencia, el desempeño de la organización. Se trata de uno de los procesos más importantes de la administración de los recursos humanos” (pág. 377).

Es decir que la capacitación es un proceso de desarrollar cualidades en los recursos humanos, preparándolos para que sean más productivos y contribuyan mejor al logro de los objetivos de la organización.

**Gráfico N° 1: Procesos de Capacitación**



**Fuente:** (Chiavenato I, 2009)

**Elaborado por:** FREIRE, Lorena (2020)

Para desarrollar y preparar al recurso humano y obtener un mejor logro de objetivos, es necesario formar un proceso de capacitación y así modificar sistemáticamente el comportamiento de los colaboradores. La misma se relaciona con las habilidades y capacidades que exigen actualmente los puestos de trabajo.

La capacitación debe ser orientada al puesto actual, para mejorar las habilidades y competencias relacionadas con el desempeño del trabajo. El desarrollo de las personas se llama aprendizaje, el cual es un cambio positivo al comportamiento de un individuo que cuenta con nuevas habilidades, actitudes, aptitudes, competencias y destrezas. Una

gran parte de los programas de capacitación, busca cambiar las actitudes reactivas y conservadoras de la persona por actitudes proactivas e innovadoras para mejorar el espíritu de los colaboradores.

## **1.2.Objetivos**

### **1.2.1. Objetivo General**

Determinar cómo incide la capacitación en la calidad del Servicio al Cliente de la Dirección Provincial del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social de la Ciudad de Ambato provincia de Tungurahua.

### **1.2.2. Objetivos Específicos**

1. Conocer los procesos de capacitación de la Dirección Provincial del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social de la ciudad de Ambato.
2. Examinar la calidad de servicio al cliente de la Dirección Provincial del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social de la Ciudad de Ambato.
3. Identificar la relación entre la capacitación y la calidad de servicio al cliente en la Dirección Provincial del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social de la Ciudad de Ambato.
4. Proponer una guía de servicio al cliente que permita establecer procesos de atención y servicio de calidad a los usuarios de la Dirección Provincial del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

## CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

### 2.1.Materiales

Según los siguientes autores: (Herrera Medina & Naranjo, 2010), citan que: existen cuatro tipos de recursos que se deben definir dentro de una investigación:

- Recursos institucionales. - definido como aquel recurso que de manera directa apoya al investigador en el desarrollo de su proyecto, en especial se tomará en consideración el apoyo que brinden las instrucciones donde se lleva a cabo dicha investigación.
- Talento humano. - se especifica y se delimita las personas que van a ser útiles para el desarrollo de la investigación, como, tutor, investigador, personal de apoyo, en esta investigación se tomará en cuenta a las personas que constituyen una guía para la presente investigación.
- Recursos materiales. - son aquellos recursos que ayuden al desarrollo de la investigación, como quipos, transporte, materiales de escritorio, software además los gastos de administración, servicios entre otros.
- Recursos financieros. - aquel dinero que será necesario para cubrir la investigación, indicando el presupuesto y financiamiento. (págs. 123-126)

A continuación, se detalla un listado de recursos y materiales que fueron necesarios para la ejecución del presente estudio.

## **2.2.Métodos**

El diseño metodológico de la investigación se define como el procedimiento global de investigación que pretende dar de una condición clara y no ambigua contestaciones a las preguntas proyectadas en la misma para su mayor entendimiento y para el agrado de todos dentro del ámbito investigativo.

Además, por la naturaleza del presente trabajo, tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo en razón del problema y los objetivos a conseguir y, además, porque en el proceso se utilizan técnicas *cuanti-cualitativas*, para la comprensión y descripción de los hechos, orientándolos básicamente al conocimiento de una realidad cambiante, dinámica y holística.

### **2.2.1. Enfoque de la investigación**

#### **Investigación Cuantitativa**

Cuantitativo: (Hernández R & Fernández C, 2015), alude que este enfoque “Usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”.

La presente investigación es predominante al enfoque cuantitativo ya que se utilizara la recolección y el análisis de datos que permitan definir correctamente el problema, para contestar preguntas de investigación y aprobar la hipótesis planteada mediante la aplicación de un estimador estadístico, para de esta manera establecer patrones de comportamiento de una población mediante relación funcional de las variables para el correcto análisis de la información, de acuerdo a este enfoque se medirá el grado de relación que tiene la variable independiente con la variable dependiente.

#### **Investigación Cualitativa**

Como señala, (Pulido Rodriguez, Ballen Ariza , & Zuñiga Lopez, 2016, págs. 31,32), en su libro *titulado "Abordaje Hermenéutico de la Investigación Cualitativa"* que: “El enfoque de investigación de tipo cualitativo implica no solamente describir sino

interpretar y teorizar; inicialmente fue utilizado para estudiar comunidades étnicas y culturales y desde hace algún tiempo lo han acogido a otras disciplinas de las ciencias sociales”.

La investigación cualitativa es el trabajo de campo durante el cual el investigador observa, comparte y participa de la vida cotidiana y otros eventos sociales locales; se debe de aprender la lengua, documentar los casos estadísticamente, detallar los imponderables de la vida social y, sobre todo, tratar de construir la totalidad y el punto de vista de los actores locales sobre su vida social.

### **2.2.2. Modalidad básica de la investigación**

#### **Investigación Bibliográfica**

Para la elaboración del marco teórico del presente proyecto se ha utilizado la investigación bibliográfica que se usa para acceder a los documentos que tienen información para el trabajo, tales como libros, revistas, periódicos, investigaciones científicas y documentos en general. "Cuando averigua lo en libros y textos. Cuáles son los componentes generales de estudio. Puede incidir en problemas poco estudiados o de insuficiente literatura de apoyo" (p. 81) (Rivera, 2015)

#### **Investigación de campo**

Mediante la investigación de campo el investigador puede realizar las diferentes mediciones para poder llegar a una conclusión, él debe recoger las diferentes informaciones para poder realizar un verdadero análisis del problema de investigación como es la nutrición infantil. “Para ello se requiere de la elaboración de un plan de trabajo, el diseño de los instrumentos, del levantamiento de la información en el campo donde se presenta el fenómeno y de la concentración y el análisis de los resultados” (Muñoz, 2017, p. 226).

Hernández. (2012) anuncia: “La investigación de campo es el estudio sistemático de problemas, en el lugar en que se producen los acontecimientos con el propósito de descubrir, explicar las causas y efectos, entender su naturaleza e implicaciones, establecer los factores que lo motivan y permiten predecir la ocurrencia” (p. 69)

### **2.2.3. Nivel o tipo de la investigación**

#### **Investigación Descriptiva.**

Mediante este tipo de investigación, que utiliza el método de análisis, se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades. Combinada con ciertos criterios de clasificación sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio. López. (2015) manifiesta: “Tipo de investigación que describe de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés. Aquí los investigadores recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento intelectual” (p. 43)

Mediante este tipo de investigación, que requiere la combinación de los métodos analítico y sintético, en conjugación con el deductivo y el inductivo, se trata de responder o dar cuenta del porqué del objeto que se investiga.

#### **Investigación Explicativa.**

La investigación explicativa tiene el propósito de destacar los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior, es útil desarrollar este tipo de investigación porque, deduce el problema a partir de la información reunida y adecuada para su análisis de investigación permitiendo así futuras indagaciones. (Morocho, 2016), señala que: “Es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimiento” (p. 42).

### **2.2.4. Población**

La población en estudio será el personal de servicio al cliente de la dirección provincial del instituto ecuatoriano de Seguridad social del cantón Ambato provincia de

Tungurahua, ya que se entiende por población que es un conjunto de todos los elementos a ser investigados y analizados siendo de real interés. Es decir que se recogerá datos bajo la siguiente población:

**Tabla N° 1: Población**

<b>Población</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Personal de servicio al cliente</b>	60	100
<b>TOTAL</b>	60	100%

**Elaborado por:** FREIRE, Lorena (2020)

### 2.2.5. Operacionalización de las Variables

Tabla Nº 2: Variable Independiente: CAPACITACIÓN

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICAS/ INSTRUMENTOS	RESPONSABLE
La capacitación es el <b>proceso educativo</b> de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren <b>conocimientos, desarrollan habilidades y actitudes</b> en función de objetivos definidos.	Proceso educativo	Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Conoce la misión y visión de la institución?</li> </ul>	Cuestionario (ver Anexo N° 3. 1: Cuestionario )	Srta. Lorena Alexandra Freiré Vargas
	Conocimientos	Frecuencia Competencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Le han impartidos cursos de capacitación relevantes e importantes para su área de trabajo?</li> <li>• ¿Le proporcionan las herramientas necesarias para desarrollar su trabajo?</li> </ul>		
	Habilidades	Atención al cliente Interno/Externo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Considera que debe de organizar mejor su trabajo para el logro de objetivos?</li> </ul>		
	Actitudes	Desarrollo de conducta Autorrealización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Se le dieron a conocer lineamientos y valores de la institución?</li> </ul>		

**Elaboración:** Basado bajo el autor (Chiavenato I, 2009) encuesta aplicada bajo el autor (Cuota L, 2016) (ver anexo N° 1 Encuesta)

Tabla N° 3: Variable Dependiente: **CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE**

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICAS/ INSTRUMENTOS	RESPONSABLE
Es la amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones en función de: <b>Fiabilidad o confianza, Tangibilidad o Recursos Tangibles, Diligencia, Garantía, Empatía.</b>	Fiabilidad o Confianza	Apariencia del personal	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Será necesario mejorar la relación con los compañeros (as) y jefes inmediatos?</li> </ul>	<b>Cuestionario</b>	<b>Srta. Lorena Alexandra Freiré Vargas</b>
	Tangibilidad o Recursos Tangibles	Capacidad de Respuesta	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Ha recibido capacitación sobre atención a clientes?</li> </ul>		
	Diligencia	Efectividad Disponibilidad Actualización	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Considera que es necesario fortalecer el conocimiento y dominio de las actividades del puesto con una guía didáctica?</li> </ul>		
	Garantía	Cortesía	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Usted se encuentra profesionalmente preparado para ofrecer un servicio de calidad?</li> </ul>		
	Empatía	Atención Individualizada	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Puede identificar un problema y tomar la decisión de resolverlo?</li> </ul>		

**Elaboración:** Basado bajo el autor (Berry, Leonard, Parasuraman, & Valerie Z, 1993) encuesta aplicada bajo el autor (Cuota L, 2016) (ver anexo N° 1 Encuesta)

### **2.2.6. Plan para el Procesamiento de la Información**

Se procederá a la interpretación de los resultados obtenidos dentro de la investigación de la siguiente manera:

- Análisis de los resultados obtenidos y verificar si se relaciona con la hipótesis planteada y con los objetivos investigados.
- Revisión crítica de la información recogida; es decir limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta, no pertinente.
- Tabulación o cuadros según variables.
- Comprobar la hipótesis
- Realizar la correlación entre las variables en base a los resultados obtenidos
- Establecer conclusiones y recomendaciones finales.

### **2.2.7. Análisis e Interpretación de Resultados**

- Estudio estadístico de datos para presentación de resultados
- Análisis de los resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e interrogantes
- Interpretación de los resultados, con apoyo del marco teórico, en el aspecto pertinente.
- Establecimiento de conclusiones y recomendaciones.

## CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 3.1. Análisis y discusión de los resultados

Los instrumentos utilizados para recabar la información necesaria en este estudio. Encuesta dirigida a una población de 60, según la población establecida, con el objetivo de recabar información sobre: La capacitación y la calidad en el servicio al cliente en la dirección provincial del instituto Ecuatoriano de Seguridad Social del cantón Ambato provincia de Tungurahua.

### 3.2. Interpretación de datos

Para efectos de la presente investigación se procesará la información mediante los siguientes parámetros:

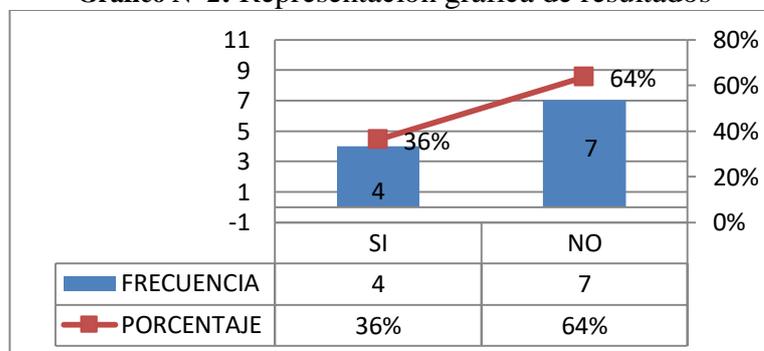
- Manejo de información, estudio estadístico de datos para presentación de resultados, acogiéndose a las siguientes matrices:

**Tabla N° 4: Cuantificación de resultados**

Pregunta	¿.....?		
	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
	SI	x	x%
	No	x	x%
	<b>Total</b>	x	x%

Realizado por: FREIRE, Lorena (2020)

**Gráfico N° 2: Representación gráfica de resultados**



Realizado por: FREIRE, Lorena (2020)

**Análisis descriptivo e interpretativo: ...**

### 3.2.1. Aplicación de la Encuesta:

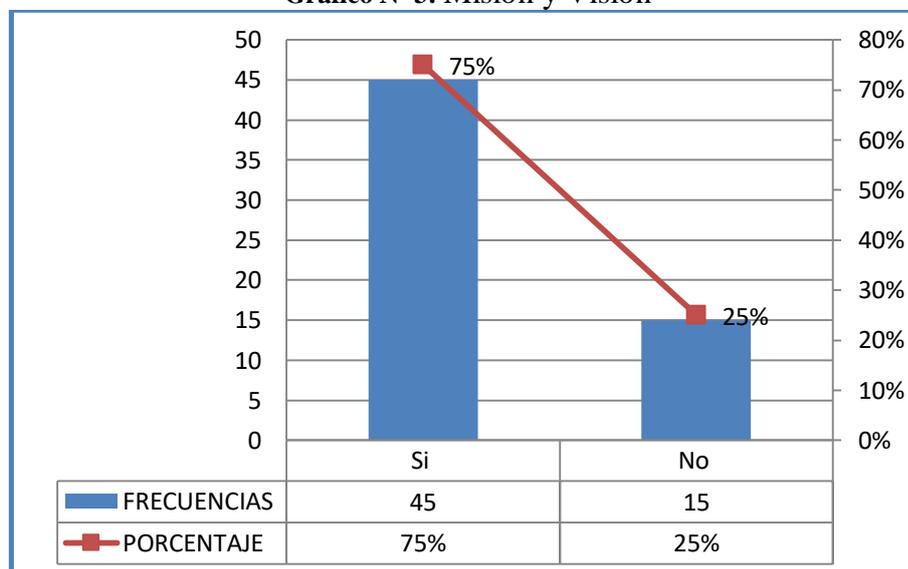
#### 1. ¿Conoce la misión y visión de la institución?

Tabla N° 5: Misión y Visión

ÍTEM	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
1	Si	45	75%
	No	15	25%
	Total	60	100%

Realizado por: FREIRE, Lorena (2020)

Gráfico N° 3: Misión y Visión



Realizado por: FREIRE, Lorena (2020)

#### Análisis descriptivo e interpretativo:

De los 60 encuestados, el 75% indican que: Si conocen la misión y visión de la institución, mientras que el 25 argumenta que no. Es decir, la mayor parte de la población si conoce la misión y visión de la institución. No cabe duda que: “La misión, visión y valores de cada empresa son conceptos ‘clásicos’ de marketing que, a pesar de los cambios y las nuevas tendencias en gestión empresarial, siguen estando de total actualidad debido al impacto positivo que tienen en todas las organizaciones para guiarlas hacia el éxito” (CEDEL, 2018, pág. 1).

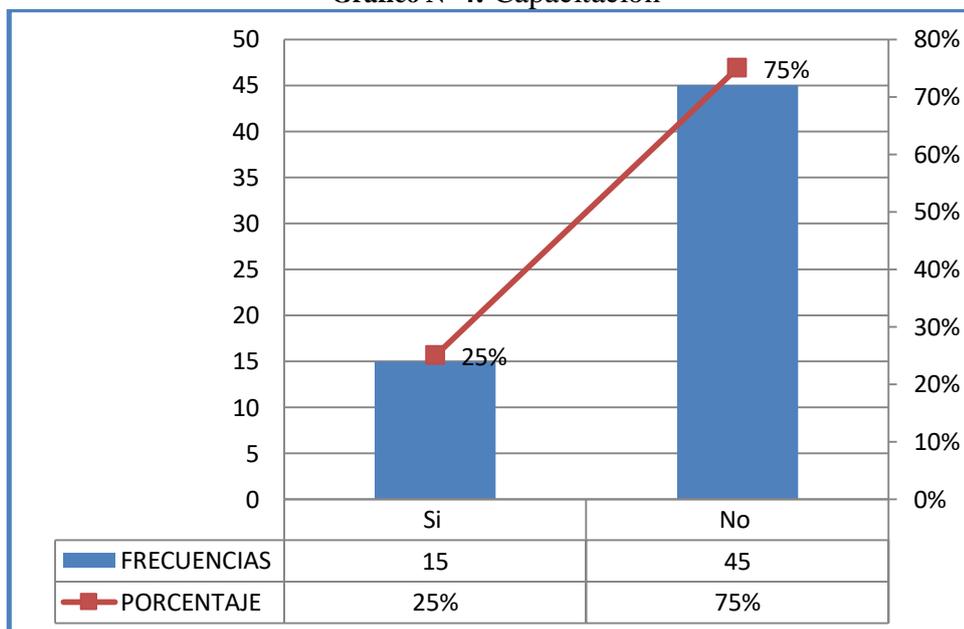
**2. ¿Le han impartidos cursos de capacitación relevantes e importantes para su área de trabajo?**

**Tabla N° 6: Capacitación**

ÍTEM	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
2	Si	15	25%
	No	45	75%
	Total	60	100%

Realizado por: FREIRE, Lorena (2020)

**Gráfico N° 4: Capacitación**



Realizado por: FREIRE, Lorena (2020)

**Análisis descriptivo e interpretativo:**

El 75% de los encuestados manifiestan que no le han impartidos cursos de capacitación relevantes e importantes para su área de trabajo, por otro lado, el 25% aluden que sí. Según los resultados obtenidos el mayor porcentaje de la población encuestada cita que no le han impartidos cursos de capacitación relevantes e importantes para su área de trabajo. Si bien es cierta “La capacitación es una de las inversiones más rentables que puede realizar una empresa. Una planificación adecuada del componente humano en una organización requiere de una política de capacitación permanente” (Barrios Y, 2016, pág. 2).

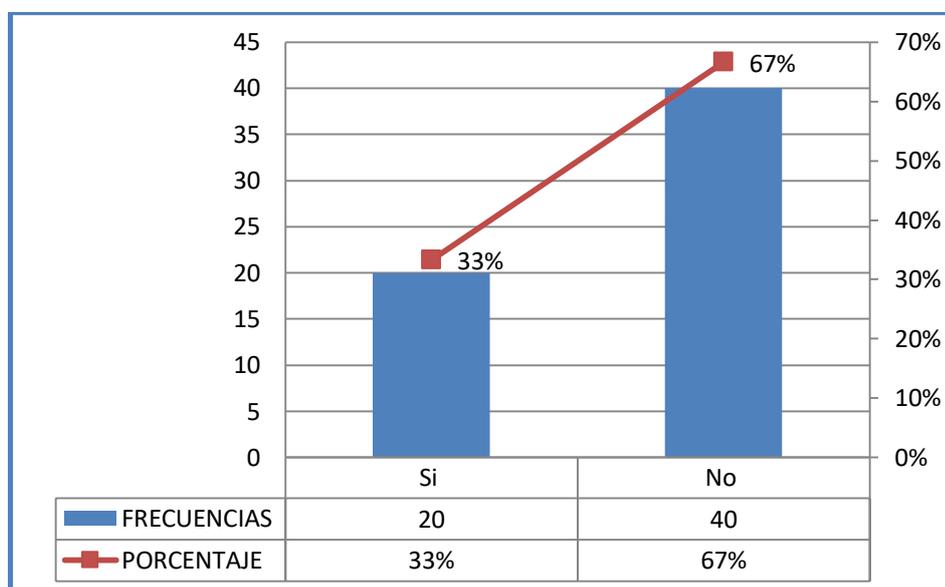
### 3. ¿Le proporcionan las herramientas necesarias para desarrollar su trabajo?

**Tabla N° 7:** Herramientas para desarrollar su trabajo

ÍTEM	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
3	Si	20	33%
	No	40	67%
	Total	60	100%

Realizado por: FREIRE, Lorena (2020)

**Gráfico N° 5:** Herramientas para desarrollar su trabajo



Realizado por: FREIRE, Lorena (2020)

#### **Análisis descriptivo e interpretativo:**

Según la tabla y gráfica establecida se menciona que el 67% de la población encuestada afirman que no le proporcionan las herramientas necesarias para desarrollar su trabajo, mientras que el 33% alude que sí, a esto se deduce que la mayor parte de la población encuestada manifiesta que no le proporcionan las herramientas necesarias para desarrollar su trabajo. Según el autor (Basile A, 2016), plantea que “Al utilizar herramientas necesarias para el trabajo se promueve la integración entre sectores, manteniendo un buen clima organizacional y, por ende, mejorar la calidad de vida de los colaboradores” (pág. 3).

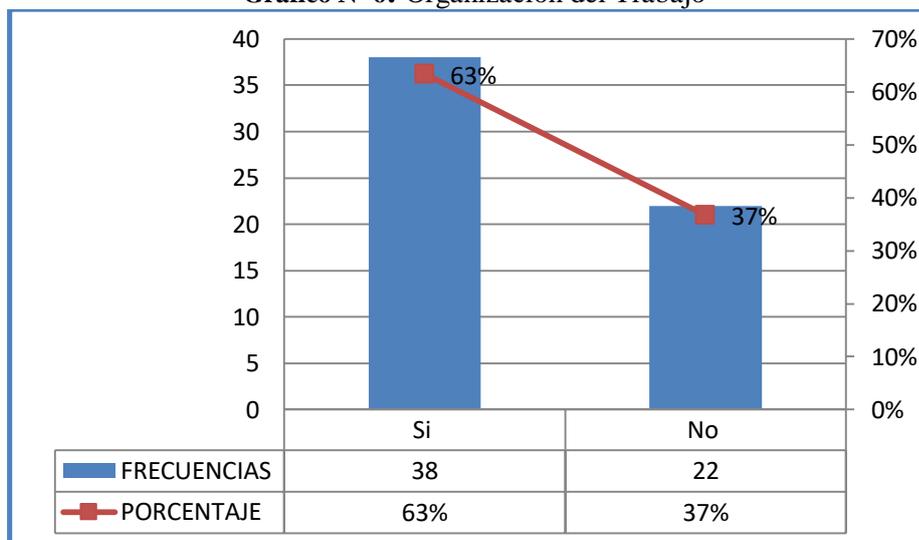
**4. ¿Considera que debe de organizar mejor su trabajo para el logro de objetivos?**

**Tabla N° 8: Organización del Trabajo**

ÍTEM	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
4	Si	38	63%
	No	22	37%
	Total	60	100%

Realizado por: FREIRE, Lorena (2020)

**Gráfico N° 6: Organización del Trabajo**



Realizado por: FREIRE, Lorena (2020)

**Análisis descriptivo e interpretativo:**

En relación a la pregunta planteada se aprecia que el 63% de la población encuestada manifiesta que, si debe de organizar mejor su trabajo para el logro de objetivos, mientras que el 37% manifiesta que no. Es clave mencionar que si se debe organizar mejor el trabajo para el logro de objetivos, el autor (Bolaños R, 2017) señala que: “La planificación se trata de definir cada paso con el fin de cumplir pequeños logros encaminados a cumplir una meta más grande. Planificar permite prevenir problemas que se pudieran presentar o, en su defecto, tener tiempo para solucionar y sobreponerse ante cualquier contratiempo que surja fuera de lo establecido” (Bolaños R, 2017, pág. 8).B Finalmente se indica que el mayor porcentaje de encuestados manifiestan si deben organizar mejor el trabajo para el logro de objetivos.

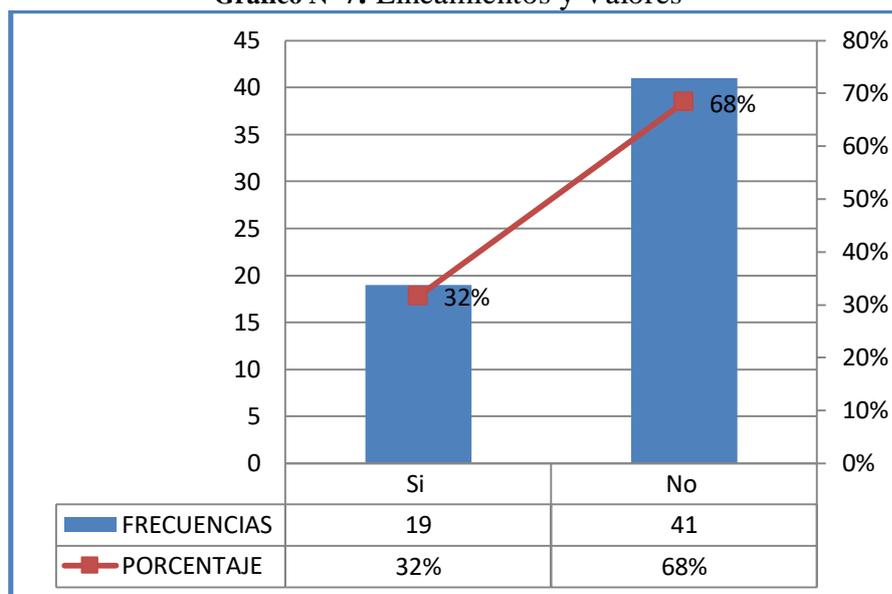
5. ¿Se le dieron a conocer lineamientos y valores de la empresa?

Tabla N° 9: Lineamientos y Valores

ÍTEM	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
5	Si	19	32%
	No	41	68%
	Total	60	100%

Realizado por: FREIRE, Lorena (2020)

Gráfico N° 7: Lineamientos y Valores



Realizado por: FREIRE, Lorena (2020)

**Análisis descriptivo e interpretativo:**

Según la tabla y la gráfica planteada anteriormente se menciona que el 68% de la población cita que el puesto que desempeña actualmente no permite demostrar sus competencias profesionales y personales. En base a los resultados hallados se deduce que la mayor parte de los encuestados no pueden desempeñar sus competencias profesionales. ( Great Hills, 2016), cita que “Mediante el Códigos de Ética, se estimula y fomenta la cultura organizacional, con valores comunes que sirvan como guía para los individuos que conforman las organizaciones podríamos dar mayores componentes éticos a una empresa, generar confianza, lealtad y sostenibilidad ante el mercado” (pág. 8).

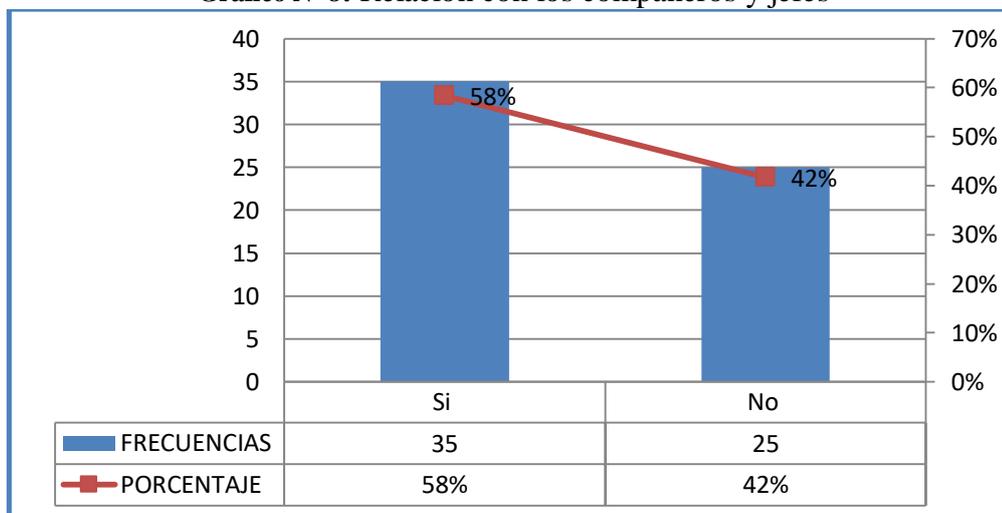
**6. ¿Será necesario mejorar la relación con los compañeros (as) y jefes inmediatos?**

**Tabla N° 10:** Relación con los compañeros y jefes

ÍTEM	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
6	Si	35	58%
	No	25	42%
	Total	60	100%

Realizado por: FREIRE, Lorena (2020)

**Gráfico N° 8:** Relación con los compañeros y jefes



Realizado por: FREIRE, Lorena (2020)

**Análisis descriptivo e interpretativo:**

De las 60 personas encuestadas el 58% de las mismas indica que si es necesario mejorar la relación con los compañeros (as) y jefes inmediatos?, mientras que un 42% indican que no. Se puede deducir en base al porcentaje mayor que si es necesario mejorar la relación con los compañeros (as) y jefes inmediatos a esto el autor (GPTW Institute, 2017), cita que: “Para construir un clima laboral sano, es importante que el vínculo que une a las personas con sus superiores sea lo más amable y correcto posible, manteniendo una relación estrecha en su justa medida” (pág. 9).

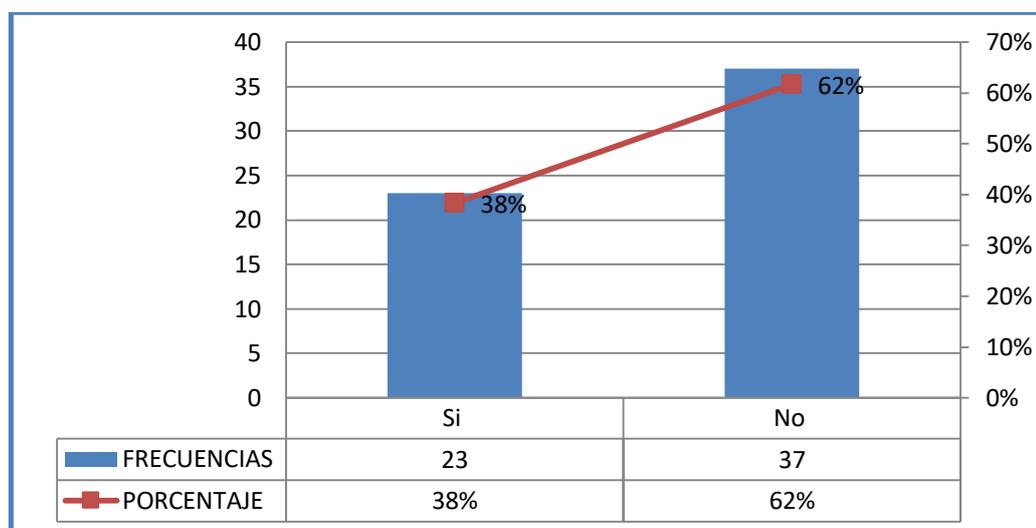
## 7. ¿Ha recibido capacitación sobre atención a clientes?

Tabla N° 11: Capacitación - Atención al cliente

ÍTEM	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
7	Si	23	38%
	No	37	62%
	Total	60	100%

Realizado por: FREIRE, Lorena (2020)

Gráfico N° 9: Capacitación – Atención al cliente



Realizado por: FREIRE, Lorena (2020)

### Análisis descriptivo e interpretativo:

Del 100% de la población encuestada el 62% responde que no ha recibido capacitación sobre atención a clientes, a su vez un 38% alude que sí. Con los datos obtenidos se puede mencionar que la mayor parte de la población no han recibido capacitación sobre atención a clientes. No obstante “Cuando se trata de conseguir el éxito empresarial la Capacitación en servicio al cliente es muy importante, de hecho, es posible que el secreto se encuentre en dos ejes fundamentales: Los clientes que requieren del servicio o el producto que vendemos y los empleados encargados de captar y retener dichos clientes” (Cacciavillani M, 2020, pág. 3).

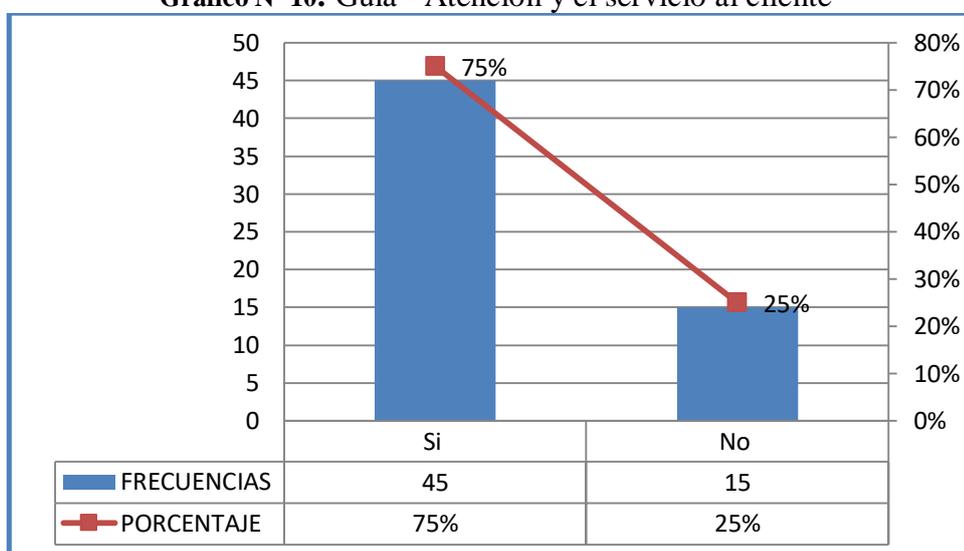
**8. ¿Considera que es necesario fortalecer el conocimiento y dominio de las actividades del puesto con una guía didáctica?**

**Tabla N° 12:** Guía - Atención y el servicio al cliente

ÍTEM	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
8	Si	45	75%
	No	15	25%
	Total	60	100%

Realizado por: FREIRE, Lorena (2020)

**Gráfico N° 10:** Guía - Atención y el servicio al cliente



Realizado por: FREIRE, Lorena (2020)

**Análisis descriptivo e interpretativo:**

De acuerdo a los datos arrojados mediante la aplicación de la encuesta el 75% de la población menciona que, si es necesario fortalecer el conocimiento y dominio de las actividades del puesto con una guía didáctica, mientras que el 25% alude que no. Es claro evidenciar en base a los datos arrojados que la mayor parte menciona que si es necesario fortalecer el conocimiento y dominio de las actividades del puesto con una guía didáctica. Para (López R, 2019, pág. 18), menciona que: “La atención al ciudadano se refiere a la actividad en sí que se lleva a cabo, es decir, atender, responder las dudas, solucionar problemas”.

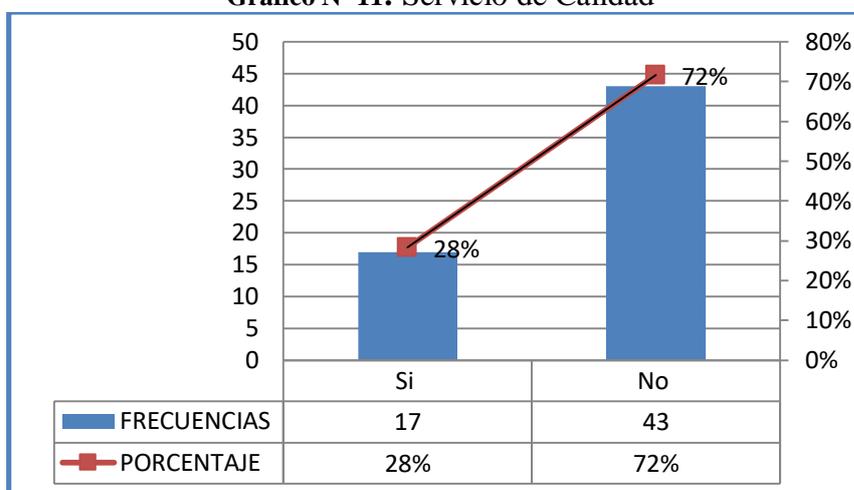
**9. ¿Usted se encuentra profesionalmente preparado para ofrecer un servicio de calidad?**

**Tabla N° 13: Servicio de Calidad**

ÍTEM	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
9	Si	17	28%
	No	43	72%
	Total	60	100%

Realizado por: FREIRE, Lorena (2020)

**Gráfico N° 11: Servicio de Calidad**



Realizado por: FREIRE, Lorena (2020)

**Análisis descriptivo e interpretativo:**

El 72% de la población encuestada manifiesta que no se encuentran profesionalmente preparado para ofrecer un servicio de calidad, mientras que un 28% cita que si lo están. “La calidad del servicio es muy importante en la actualidad, ya que, los clientes son cada vez más exigentes y están más informados gracias a la tecnología (Arranz A, 2018, pág. 39)”, retomando a la pregunta se deduce que el mayor porcentaje de la población no se encuentra profesionalmente preparada para ofrecer un servicio de calidad.

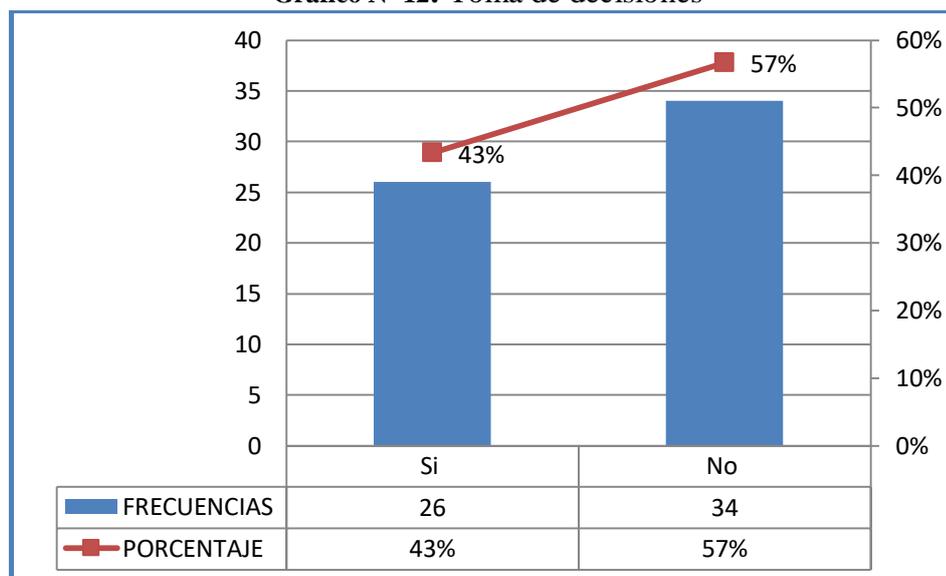
**10. ¿Puede identificar un problema y tomar la decisión de resolverlo?**

**Tabla N° 14:** Toma de decisiones

ÍTEM	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
10	Si	26	43%
	No	34	57%
	Total	60	100%

Realizado por: FREIRE, Lorena (2020)

**Gráfico N° 12:** Toma de decisiones



Realizado por: FREIRE, Lorena (2020)

**Análisis descriptivo e interpretativo:**

De acuerdo a lo manifestado en el cuestionario planteado el 57% de la población cita que: No puede identificar un problema y tomar la decisión de resolverlo. A su vez el 43% indica que sí. A esto se deduce que el mayor porcentaje de la población no puede identificar un problema y tomar la decisión de resolverlo. El autor cita que: “Cada día nos encontramos delante de situaciones problemáticas que crean situaciones de incertidumbre o aumentan las dificultades de conseguir lo que queremos, para resolver estas situaciones necesitamos una serie de habilidades que son básicas en nuestra vida privada y profesional, estas habilidades son también determinantes para el éxito personal” (León O, 2018, pág. 45).

### **3.3.Verificación de la hipótesis**

#### **3.3.1. Preguntas Extraídas**

Para realizar el cálculo correspondiente se tomó las siguientes preguntas:

- **Pregunta N° 7.** ¿Ha recibido capacitación sobre atención a clientes?
- **Pregunta N° 8** ¿Considera que es necesario fortalecer el conocimiento y dominio de las actividades del puesto con una guía didáctica?

#### **3.3.2. Hipótesis**

##### **Hipótesis General:**

La Capacitación influye en la Calidad de Servicio al Ciudadano de la Dirección Provincial del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social de la Ciudad de Ambato provincia de Tungurahua.

##### **Hipótesis Alternativa (Ha)**

La Capacitación **SI** influye en la Calidad de Servicio al Ciudadano de la Dirección Provincial del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social de la Ciudad de Ambato provincia de Tungurahua.

##### **Hipótesis Nula (Ho)**

La Capacitación **NO** influye en la Calidad de Servicio al Ciudadano de la Dirección Provincial del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social de la Ciudad de Ambato provincia de Tungurahua.

#### **3.3.3. Planteamiento de Hipótesis**

Para el cálculo de la verificación, se toma en cuenta dos variables de la hipótesis ya planteada de la siguiente manera:

#### **3.3.4. Estimador Estadístico**

Para el presente estudio es necesario aplicar el siguiente estimador estadístico CHI-

Cuadrado ( $X^2$ ), con el fin de realizar la prueba de hipótesis planteada, ya que permitirá determinar si el conjunto de frecuencias observadas  $f(o)$ , se ajustan a un conjunto de frecuencias esperadas  $f(e)$  o teóricas.

### Formula Chi-cuadrado

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

### 3.3.5. Modelo Matemático

$H_0$ = Hipótesis nula

$H_a$ = Hipótesis Alternativa

$x^2$ = Chi- Cuadrado

$F(o)$ = Frecuencias Observadas

$F(e)$ = Frecuencias Esperadas

$GL$ = Grados de Libertad

$F$ = Filas

$C$ = Columnas

### 3.3.6. Margen de Error

El margen de error aceptable para el estudio es del 5%

$\alpha = 0.05 = 5\%$

### 3.3.7. Distribución Muestral

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

En donde:

$GL = (2-1) (2-1)$

$GL = (1) (1)$

$GL = 1$

Según los cálculos realizados e identificados en la tabla de grados de libertad y en base al margen de error aceptable del 5% la hipótesis nula ( $H_0$ ) es = 3,841

### 3.3.8. Cálculo Matemático

**Tabla N° 15:** Frecuencias Observadas

ALTERNATIVAS	ATENCIÓN AL CLIENTE		TOTAL
	PREGUNTA 7	PREGUNTA 8	
SI	23	45	<b>68</b>
NO	37	15	<b>52</b>
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>120</b>

Realizado por: FREIRE, Lorena (2020)

Se adjunta fórmula para el cálculo de las frecuencias esperadas

$$fe = \frac{(Total\ o\ marginal\ de\ renglon)(total\ o\ marginal\ de\ columna)}{N}$$

**Tabla N° 16:** Frecuencias Esperadas

ALTERNATIVAS	ATENCIÓN AL CLIENTE		TOTAL
	PREGUNTA 7	PREGUNTA 8	
SI	34,0	34,0	<b>68,0</b>
NO	26,0	26,0	<b>52,0</b>
			<b>120,0</b>

Realizado por: FREIRE, Lorena (2020)

**Tabla N° 17:** Chi- Cuadrado

PREGUNTAS	O	E	O - E	(O - E) <sup>2</sup>	(O - E) <sup>2</sup>
					E
(PREGUNTA 7/ si	23	34,0	-11,00	121,00	3,56
PREGUNTA 7/ No	37	26,0	11,00	121,00	4,65
(PREGUNTA 8 / Si	45	34,0	11,00	121,00	3,56
PREGUNTA 8 / No	15	26,0	-11,00	121,00	4,65
				X <sup>2</sup> =	16,43

Realizado por: FREIRE, Lorena (2020)

### 3.3.9. Distribución del Chi – Cuadrado

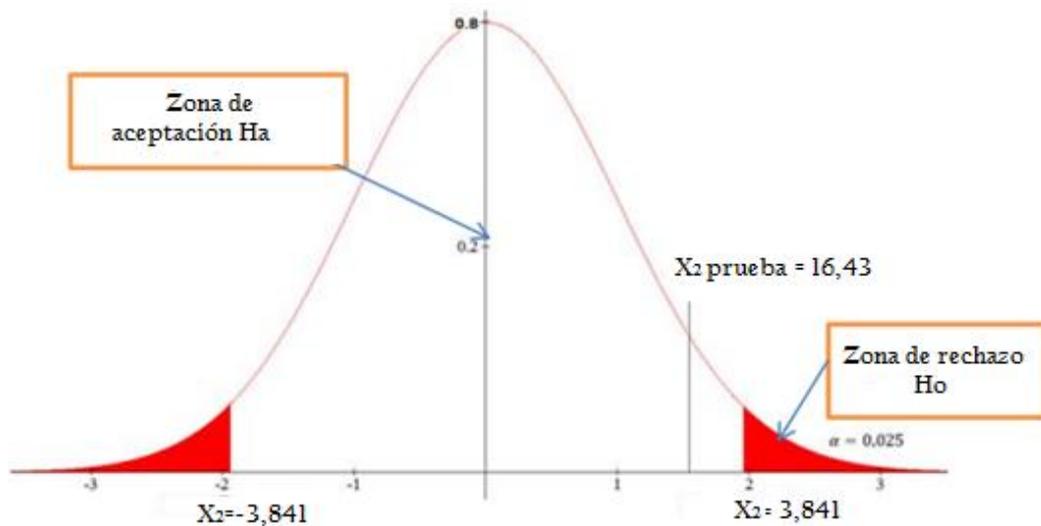
Tabla N° 18: Distribución del Chi- Cuadrado

DISTRIBUCIÓN $\chi^2$													
	0,995	0,990	0,975	0,950	0,900	0,750	0,500	0,250	0,100	0,050	0,025	0,010	0,005
1	0,000	0,000	0,001	0,004	0,016	0,102	0,455	1,323	2,706	3,841	5,024	6,635	7,879
2	0,010	0,020	0,051	0,103	0,211	0,575	1,386	2,773	4,605	5,991	7,378	9,210	10,597
3	0,072	0,115	0,216	0,352	0,584	1,213	2,366	4,108	6,251	7,815	9,348	11,345	12,838
4	0,207	0,297	0,484	0,711	1,064	1,923	3,357	5,385	7,779	9,488	11,143	13,277	14,860
5	0,412	0,554	0,831	1,145	1,610	2,675	4,351	6,626	9,236	11,070	12,833	15,086	16,750
6	0,676	0,872	1,237	1,635	2,204	3,455	5,348	7,841	10,645	12,592	14,449	16,812	18,548
7	0,989	1,239	1,690	2,167	2,833	4,255	6,346	9,037	12,017	14,067	16,013	18,475	20,278
8	1,344	1,646	2,180	2,733	3,490	5,071	7,344	10,219	13,362	15,507	17,535	20,090	21,955
9	1,735	2,088	2,700	3,325	4,168	5,899	8,343	11,389	14,684	16,919	19,023	21,666	23,589
10	2,156	2,558	3,247	3,940	4,865	6,737	9,342	12,549	15,987	18,307	20,483	23,209	25,188
11	2,603	3,053	3,816	4,575	5,578	7,584	10,341	13,701	17,275	19,675	21,920	24,725	26,757
12	3,074	3,571	4,404	5,226	6,304	8,438	11,340	14,845	18,549	21,026	23,337	26,217	28,300

Fuente: (Yacson, 2019)

### 3.3.10. Representación gráfica del chi cuadrado

Gráfico N° 13: Distribución del Chi- Cuadrado



Realizado por: FREIRE, Lorena (2020)

### 3.3.11. Decisión

Si la hipótesis Alternativa ( $H_a$ )  $\geq$  la hipótesis nula ( $H_o$ ) se rechaza la hipótesis nula ( $H_o$ ) y se acepta la hipótesis alternativa.

**Entonces:**  $16,43 (H_a) \geq 3,841(H_0)$ , por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa ( $H_a$ ).

**Es decir que:** La Capacitación SI influye en la Calidad de Servicio al cliente de la Dirección Provincial del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social de la Ciudad de Ambato provincia de Tungurahua.

### **3.3.12. Discusión de resultados:**

Mediante la aplicación de la encuesta se obtuvieron las siguientes conclusiones:

- La población si conoce la misión y visión de la institución
- Según los resultados obtenidos el mayor porcentaje de la población encuestada cita que no le han impartidos cursos de capacitación relevantes e importantes para su área de trabajo.
- No proporcionan las herramientas necesarias para desarrollar su trabajo.
- Se debe de organizar mejor el trabajo para el logro de objetivos
- No pueden desempeñar sus competencias profesionales
- Es necesario mejorar la relación con los compañeros (as) y jefes inmediatos
- No han recibido capacitación sobre atención a clientes
- Es necesario fortalecer el conocimiento y dominio de las actividades del puesto con una guía didáctica
- No existe conocimiento del organigrama de la institución.
- No puede identificar un problema y tomar la decisión de resolverlo

## **CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **4.1. Conclusiones**

Mediante la investigación realizada, se concluye que:

- En la Dirección Provincial del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social las temáticas de capacitación Gubernamentales recibidas no logran desarrollarse de manera eficaz por ende en ocasiones no se desempeñan correctamente afectando a la organización y al no identificar las verdaderas necesidades de capacitación, el trabajo se ha transformado en una rutina diaria, por lo cual ocasiona desmotivación en los funcionarios y por ende a sus usuarios.
- Es importante la capacitación en la calidad en el servicio al cliente debido a que existen invariables cambios tecnológicos y de conocimientos, lo que es necesario estar en constante actualización, aportando así al beneficio de la empresa y también al desarrollo personal y profesional de los funcionarios.
- El manejo de una guía dentro del área de servicio al cliente en la Dirección Provincial del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social permitirá lograr un desempeño óptimo y calidad en el servicio al cliente.

## 4.2. Recomendaciones

- Se recomienda, poner mayor interés en el Recurso Humano ya que este recurso es fundamental en toda organización, es decir motivando a su personal incentivándolos a desarrollarse tanto personal como profesionalmente y hacer que se sientan a gusto en su lugar de trabajo y logren un desempeño óptimo.
- La capacitación debe ser realizada en base a las necesidades que se presenta en la Dirección Provincial del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social de esta manera conseguir resultados positivos.
- Se debe capacitar al personal de forma práctica y apreciada como una inversión y no como un gasto, tomando en cuenta que es un proceso a corto plazo con resultados inmediatos, la capacitación es muy importante, por tanto, se debe proveer antes y durante el desempeño de las actividades.
- Se recomienda el uso de una guía para mejorar la atención y servicio al cliente (Usuario) lo cual permitirá satisfacer las expectativas de los afiliados, a su vez los colaboradores podrán fortalecer los conocimientos en cuanto a relaciones humanas garantizando el mejoramiento de la calidad en el servicio al cliente en la Dirección Provincial de Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

## BIBLIOGRAFÍA

- Great Hills. (Febrero de 2016). *"La importancia del Código de Ética en la empresa"*.  
Obtenido de <https://blog.ethicsglobal.com/la-importancia-del-codigo-de-etica-en-la-empresa/>
- Aneas T. (2016). *"Competencias profesionales, análisis conceptual y aplicación profesional"*. Copyring.
- Arranz A, A. (2018). *"Encuentra tus limites"*. Copyring .
- Barrios Y, Y. (Agosto de 2016). *"La importancia de la capacitación en la empresa"*.  
Obtenido de <https://www.esan.edu.pe>
- Basile A, A. (2016). "La importancia de contar con herramientas para determinar el clima laboral y el desempeño de los colaboradores". *www.observatoriorh.com*, 20.
- Bermúdez L, L. (2015). *"Capacitación: Una Herramienta de fortalecimiento de las PYMES"*. San Jose Costa Rica.
- Berry, Leonard, Parasuraman, & Valerie Z. (1993). *"Calidad total en la Gestión de Servicio"*. Madrid - España: Díaz de Santos .
- Bolaños R, R. (Septiembre de 2017). *"La importancia de planificar para lograr los objetivos"*. Obtenido de <https://universidadpanamericana>
- Cacciavillani M, M. (Mayo de 2020). *"Capacitación en servicio al cliente"*. Obtenido de [comparasoftware.com](https://comparasoftware.com)
- CEDEL. (Abril de 2018). *"La importancia estratégica de la misión, visión y valores en las empresas"*. Obtenido de <http://cedecpymes.org/importancia-estrategica-mision-vision-y-valores-empresas/>
- Chiavenato I. (2009). *"Gestión del talento Humano"*. México: McGraw Hill.
- Cuota L, L. (2016). *"La capacitación como herramienta efectiva para mejorar el desempeño de los empleados"*. Sonora, México: Instituto Tecnológico de Sonora, de Ciudad Obregón.
- Godoy J, J. (2017). *"El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio"*. Venezuela: Universidad Central de Venezuela.
- Goethe J, J. (2018). *"EL TRABAJO EN EQUIPO Y LOS SISTEMAS DE GESTIÓN"*.  
Obtenido de <http://www.calidad-gestion.com.ar/>

- González R, R. (2017). *"Gestión de Capacitación"*. Santiago de Chile : Universidad de Chile.
- GPTW Institute. (Enero de 2017). *"La importancia de tener una buena relación con tu responsable"*. Obtenido de <https://www.randstad.es/tendencias360/la-importancia-de-tener-una-buena-relacion-con-tu-responsable/>
- Gutierrez F, F. (2017). *"El tiempo como medida en el marketing de servicios"*. Copyring.
- Hernández R, R., & Fernández C, C. (2015). *Metodología de la Investigación*. ECUADOR: Copirying.
- Herrera Medina & Naranjo. (2010). *"Teoría de la investigación científica"*. Quito: Gráficas Corona.
- INEC. (2010). Obtenido de "Resultados Censo 2010": <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- León O, O. (2018). *"Tomar decisiones difíciles."*. Madrid: Mc Graw Hill. .
- López G, G. (2015). *"Capacitación"*. Instituto Tecnológico de Aguascalientes: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94403013>.
- López R, R. (2019). *"GUÍA RÁPIDA DE ATENCIÓN AL CLIENTE"*. INSTANSENT.
- López, M. (2013). *"Importancia de la Calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas"*. Sonora: ITSON.
- Manus V, V. (Marzo de 2017). *"La importancia del organigrama dentro de la empresa"*. Obtenido de <http://agenciachan.com/la-importancia-del-organigrama-dentro-la-empresa/>
- Miró D, D. (2015). *"El código de vestuario en el trabajo y los límites de la exigencia empresarial"*. Advocat BCN Consultors.
- Morocho, N. A. (2016). *Metodología Científica*. Ambato.
- Muñoz, C. (2017). *Como elaborar y asesorar una investigación de tesis* (Segunda ed.). México: Pearson Educación.
- Osorno A, A. (2020). *"La disponibilidad de los clientes puede ser un buen negocio"*. Canales en Latinoamérica de Nutanix.
- Pérez J, J., & Merino M, M. (2019). *"Experiencia"*. Obtenido de <https://definicion.de/experiencia>
- Pulido Rodriguez, R., Ballen Ariza , M., & Zuñiga Lopez, F. (2016). *"Abordaje Hermeneutico de la Investigacion Cualitativa"*. Bogota: Universidad

Cooperativa de Colombia.

Rienzo J, J. (2010). "*Estadística*". México: BRUJAS.

Rivera. (2015). *Metodología Científica*. Colombia: Editorial Santillan.

Sánchez & Hernández. (2011). "*La capacitación como predictora de satisfacción del cliente en organizaciones turísticas*". La Habana - Cuba : Instituto Superior Politécnico José.

Torregosa F, F. (2017). "*ntroducción a la documentación informativa*". Madrid: Universitas.

## ANEXOS

### Anexo N° 3. 2: Cuestionario

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA**  
**EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE PSICOLOGÍA INDUSTRIAL**



#### Saludos cordiales:

El objetivo de la presente encuesta es determinar cómo incide la influencia de la capacitación en la calidad del Servicio al Ciudadano de la Dirección Provincial del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social de la Ciudad de Ambato provincia de Tungurahua.

**Nota:** La presente encuesta es realizada con fines académicos.

**Instrucciones:** Marque con una x la respuesta que considere conveniente

1. ¿Conoce la misión y visión de la empresa?

SI            (.....)  
NO            (.....)

2. ¿Le han impartidos cursos de capacitación relevantes e importantes para su área de trabajo?

SI            (.....)  
NO            (.....)

3. ¿Le proporcionan las herramientas necesarias para desarrollar su trabajo?

SI            (.....)  
NO            (.....)

4. ¿Considera que debe de organizar mejor su trabajo para el logro de objetivos?

SI (.....)  
NO (.....)

5. ¿Se le dieron a conocer lineamientos y valores de la empresa?

SI (.....)  
NO (.....)

6. ¿Será necesario mejorar la relación con los compañeros (as) y jefes inmediatos?

SI (.....)  
NO (.....)

7. ¿Ha recibido capacitación sobre atención a clientes?

SI (.....)  
NO (.....)

8. ¿Considera que es necesario fortalecer el conocimiento y dominio de las actividades del puesto con una guía didáctica?

SI (.....)  
NO (.....)

9. ¿Tiene conocimiento del Organigrama de la empresa?

SI (.....)  
NO (.....)

10. ¿Puede identificar un problema y tomar la decisión de resolverlo

SI (.....)  
NO (.....)

*¡Gracias por su colaboración!*

## **PROPUESTA**

### **GUIA – ATENCIÓN Y SERVICIO AL CIUDADANO**

#### **Objetivo**

##### *Objetivo General*

- Proporcionar una guía que permita establecer procesos de atención y servicio a los usuarios del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

##### *Objetivo Específicos*

- Mejorar los aspectos intangibles de la atención al ciudadano en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social tales como: Recepción, actitudes, normas de cortesía, comunicación, comprensión, agilidad y rapidez a través de un plan de capacitación de forma constante y continúa.
- Agilizar los procedimientos en la atención al ciudadano en las oficinas del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, para la reducción de tiempo de espera.
- Medir de forma continua la satisfacción de los ciudadanos por la atención recibida por parte del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

La presente investigación proporciona un guía de atención al usuario que contribuirá al desarrollo laboral de la institución, de igual manera tiene una ventaja práctica ya que pretende ofrecer opciones de solución permitiendo superar de esta manera las diversas situaciones y mejorar el servicio de la atención al cliente, por medio de un correcto desenvolvimiento laboral, perfeccionando así el servicio a los usuarios con eficacia, efectividad y calidad en el asistencia brindada.

Además, para que los usuarios estén satisfechos es preciso que el servicio sea accesible, que el trato sea adecuado y que las respuestas sean rápidas, fiables, justas y comprensibles. Se puede concluir que la importancia de la aplicación de la guía permitirá al instituto ecuatoriano de Seguridad social identificar las causa que provocan la inadecuada atención, identificar las acciones de mejora a aplicar, analizar su viabilidad institucional, establecer prioridades en sus funciones, incrementar la eficacia y eficiencia de la gestión y motivar a la comunidad en cuanto al nivel de calidad.

La guía servirá de ayuda a proporciona una herramienta moderna de mucha utilidad para mejorar los procesos de atención y servicio a los usuarios del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, donde la institución está presentado inconvenientes, así también contribuirá a que se realice las actividades en forma eficiente.

Este documento busca ser óptimo puesto que brindará la información oportuna a todos sus colaboradores es decir todo lo referente a sus obligaciones, establecidas bajo los lineamientos propuestos facilitando el aprendizaje y capacitación para los actuales y nuevos colaboradores.

Por consiguiente, la guía será un objetivo para manejar con responsabilidad cada uno de los procesos de atención y servicio a los usuarios del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. El uso de este manual permitirá mantener informado al personal a que cumpla cada una de los procesos contables que se encuentran realizando.



**IESS**

INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL

# GUÍA DE ATENCIÓN Y SERVICIO AL CIUDADANO 2020

AUTORA: LORENA ALEXANDRA FREIRE VARGAS



## **INTRODUCCIÓN**

*La calidad en el servicio al ciudadano es uno de los pilares más importantes de toda institución, sea del sector que sea, es su cara visible al resto del mundo, quien gestiona la comunicación directa con los usuarios y quien, además, puede conseguir incrementar los beneficios. Es sin lugar a dudas una característica de calidad.*

*La importancia de servicio al cliente se caracteriza por la calidad de los servicios que se entrega y se considera como un valor adicional en el caso de productos tangibles y por supuesto, es la esencia en los casos de las empresas de servicios.*

*Actualmente, con la apertura de centros de atención a la ciudadanía, así como por el deseo de los ciudadanos en recibir un producto o servicio adecuado de calidad, hace que las bases fundamentales de éxito de toda organización estén fundamentadas en la atención al público y la excelencia en el servicio, tanto para una organización pública o privada.*

*La calidad de los servicios depende de las actitudes de todo el personal de la empresa. Es en este argumento, que las Contralorías de Servicios de la institución encuentran su razón de ser dentro del proceso de la modernización.*

*El propósito primordial de la realización de la guía de Atención y Servicio al ciudadano, es servir de guía a quienes conforman parte del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social del Cantón Ambato Provincia de Tungurahua para la atención de los usuarios de la institución.*

## CONTENIDO

### **CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DEL IEES**

- Base Legal
- Reseña Histórica
- Misión
- Visión
- Valores
- Objetivos Estratégico Institucional
- Estructura Orgánica
- Datos Informativos
- Beneficiarios

### **CAPÍTULO II: EL USUARIO**

- Elementos de servicio al Cliente
- Visión de Excelencia
- Valor Agregado
- Código de Calidad de Atención y Servicio al Cliente
- La Necesidad de cambiar el concepto e imagen de los servicios

### **CAPÍTULO III: COMUNICACIÓN**

- Elementos de comunicación verbal
- Aspectos que impiden la buena comunicación verbal
- Frases que se deben evitar en la comunicación verbal
- Comunicación no verbal
- Comunicación telefónica

### **CAPÍTULO IV: IMAGEN**

- Primera impresión
- ¿Cómo proyectarse exitosamente?
- Forma de Vestir



## **CAPÍTULO V: RELACIONES HUMANAS**

- Los factores positivos de las Relaciones Humanas
- Los factores negativos de las Relaciones
- Usos, costumbres y actitudes de los funcionarios
- Ausencia de colaboradores
- Cómo comportarse con un usuario “difícil”
- Manejando inconformidades

## **CAPÍTULO VI: INFRAESTRUCTURA**

- Equipos
- Ambiente General
- Infraestructura y equipos

**CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DEL IESS**

Las normas que se describen a continuación forman un Manual de Atención y Servicio al Cliente, su descripción está bajo la modalidad de capítulos y artículos y son de acatamiento obligatorio para todos los colaboradores que conforman

***Base Legal***

CAPITULO VI DE LA FORMACION Y LA CAPACITACION 10 de mayo del 2018.

**Sección 1a.**

De la formación y capacitación de las y los servidores públicos

Art. 195.- De la formación y capacitación.- El subsistema de capacitación y formación para el sector público constituye el conjunto de políticas y procedimientos establecidos para regular los estudios de carrera del servicio público para alcanzar capacitación, destrezas y habilidades, que podrían realizar las y los servidores públicos acorde con los perfiles ocupacionales y requisitos que se establezcan en los puestos de una organización, y que aseguran la consecución del portafolio de productos y servicios institucionales, su planificación y los objetivos establecidos en el Plan Nacional de Desarrollo.

Art. 196.- De los objetivos de la capacitación y formación.- Los objetivos de la capacitación y formación serán los siguientes: a) Contar con servidoras y servidores con formación y capacitación técnica, profesional o con especializaciones de cuarto nivel vinculadas con las necesidades y objetivos institucionales y nacionales; b) Propender a la generación de conocimientos científicos a través de la investigación aplicada a campos de interés nacional; y, c) Generar el desarrollo de capacidades, destrezas y habilidades en los servidores públicos.

Art. 197.- De los responsables de la capacitación y formación profesional.- La capacitación y formación estará bajo la responsabilidad del Comité



Interinstitucional del Sistema Nacional de Cualificaciones y Capacitación Profesional, que establecerá la política nacional de capacitación y formación del sector público. Las normas técnicas para la aplicación de sus disposiciones serán emitidas por el Ministerio de Relaciones Laborales, sin perjuicio de otras que se emitan para el efecto.

Así mismo: En la Constitución de la República del Ecuador en el artículo 227 determina que la administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación.

El artículo 54 de la Ley Orgánica del Servicio Público - LOSEP, establece que el Sistema Integrado de Desarrollo del Talento Humano del Sector Público está conformado, entre otros, por el Subsistema de Evaluación del Desempeño. 5

El artículo 76 de la Ley Orgánica del Servicio Público - LOSEP, señala que la evaluación del desempeño es el conjunto de normas, técnicas, métodos, protocolos y procedimientos armonizados, justos, transparentes, imparciales y libres de arbitrariedad que sistémicamente se orienten a evaluar bajo parámetros objetivos acordes con las funciones, responsabilidades y perfiles del puesto.

La evaluación se fundamentará en indicadores cuantitativos y cualitativos de gestión, encaminados a impulsar la consecución de los fines y propósitos institucionales, el desarrollo de las y los servidores públicos y el mejoramiento continuo de la calidad del servicio público.

El artículo 22 de la Ley para la Optimización y Eficiencia de Trámites Administrativos establece que las entidades públicas deberán implementar mecanismos para que los usuarios califiquen la atención recibida por parte de los servidores públicos, de acuerdo a la normativa expedida por el Ministerio del Trabajo.

El literal a) del artículo 120 del Reglamento General a la Ley Orgánica del Servicio Público – LOSEP, indica que la calidad del servicio, atención al usuario



y de la gestión institucional, en el ámbito de sus atribuciones y competencias será uno de los procesos que forman parte de la gestión de las Unidades de Administración del Talento Humano – UATH Institucional.

El artículo 138 del citado reglamento, establece como responsabilidad del Comité de Gestión de Calidad de Servicio y el Desarrollo Institucional: proponer, monitorear y evaluar la aplicación de las políticas, normas y prioridades relativas al mejoramiento de la eficiencia institucional y a su vez en el mismo artículo determina a los integrantes que lo conformarán.

### ***Reseña Histórica***

El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social es una entidad, cuya organización y funcionamiento se fundamenta en los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiariedad y suficiencia. Se encarga de aplicar el Sistema del Seguro General Obligatorio que forma parte del sistema nacional de Seguridad Social.

La Ley de Seguridad Social establece que la Dirección General ejerce la representación legal del IESS, administra el Instituto en concordancia con las disposiciones y políticas aprobadas por el Consejo Directivo, cumpliendo la misión fundamental del IESS: "proteger la población urbana y rural, con relación de dependencia laboral o sin ella, contra las contingencias de enfermedad, maternidad, riesgos del trabajo, discapacidad, cesantía, invalidez, vejez y muerte..." Para el efecto, en coordinación con la Subdirección General y con las Direcciones Provinciales se aplicaron mecanismos de planificación operativa anual, donde se plasman las estrategias que permiten ampliar la cobertura de aseguramiento tanto en el sector urbano como en el sector rural a nivel nacional.

El cumplimiento de las metas propuestas permite mantener y superar los índices de sostenibilidad de los Seguros Especializados, esto es: jubilaciones, prestaciones de salud, subsidios, riesgos del trabajo, cesantía, seguro social campesino. De este último, cabe recalcar que posee un importante liderazgo a nivel de Latinoamérica, por el alcance del sistema en la administración de prestaciones y la población afiliada. La actual administración ha puesto especial



interés en el control de la evasión y la elusión de las obligaciones patronales por parte de los empleadores, a quienes, mediante nuevas prácticas y políticas de socialización sobre deberes, obligaciones y derechos, creamos una cultura de compromiso social y cumplimiento oportuno, para lo cual ampliamos y facilitamos mecanismos de pago.

La actual administración mantiene una permanente comunicación con los Seguros Especializados, en aras de impulsar acciones y proyectos que permitan brindar nuestros servicios de: pensiones jubilares, montepío, servicios y prestaciones de salud, riesgos del trabajo y del seguro social campesino en proporción al incremento de los ingresos por aportes y la rentabilidad de las inversiones, manteniendo una mejora continua en nuestros procesos.

## **Misión**

*“Proteger a la población urbana y rural, con relación de dependencia laboral o sin ella, con las contingencias de enfermedad, maternidad, riesgos del trabajo, discapacidad, cesantía, invalidez, vejez y muerte, en los términos que consagra la Ley de Seguridad Social”.*

## **Visión**

*“El instituto Ecuatoriano de Seguridad Social se encuentra en una etapa de transformación, el plan estratégico que se está aplicando, sustentado a la ley de Seguridad Social vigente, convertirá a esta institución en una aseguradora moderna, técnica, con personal capacitado que atenderá con eficiencia, oportunidad y amabilidad a toda persona que solicite los servicios y prestaciones que ofrece”.*



## *Valores*

- **Honestidad:** Equitativo, razonable, robo.
- **Solidaridad:** Ayuda a sectores vulnerables
- **Honor :** Calidad moral
- **Mística:** Servicio desinteresado al cliente
- **Confianza:** En la institución aseguradora

## *Políticas*

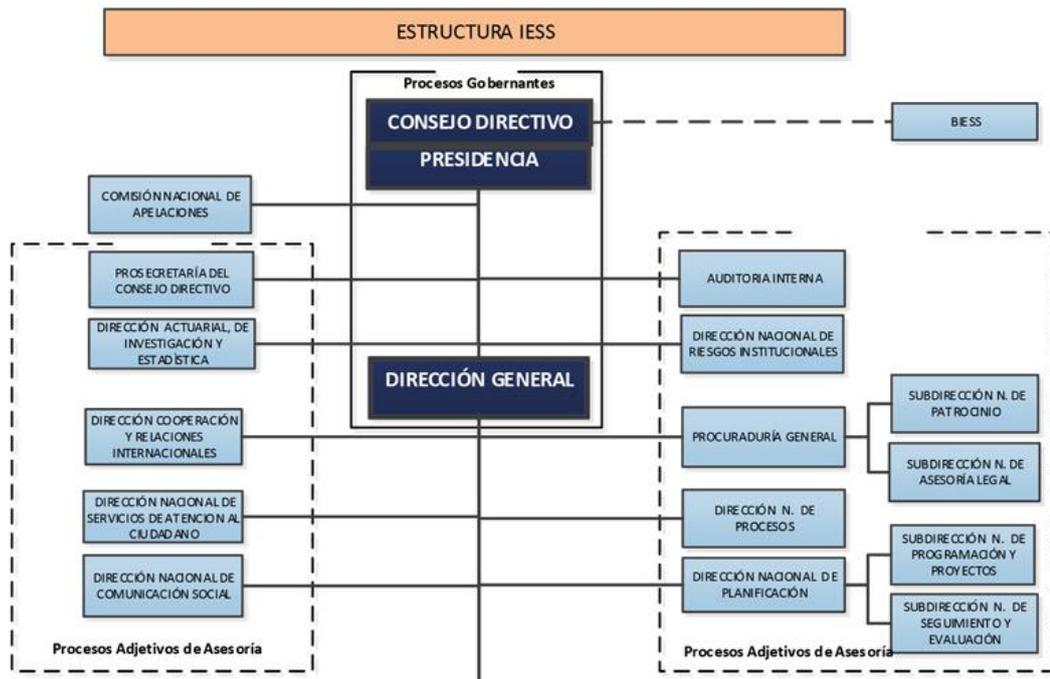
- Proporcionar los lineamientos a seguir en forma práctica y oportuna en lo referente a recursos, en forma eficiente y eficaz, cada uno de los procesos a realizar, dentro del proceso de atención y servicio a los usuarios.
- Contribuir a la mejora continua de atención y servicio a los usuarios, derivando de esta manera un adecuado manejo de cada uno de los procesos.

## *Objetivo Estratégico Institucional*

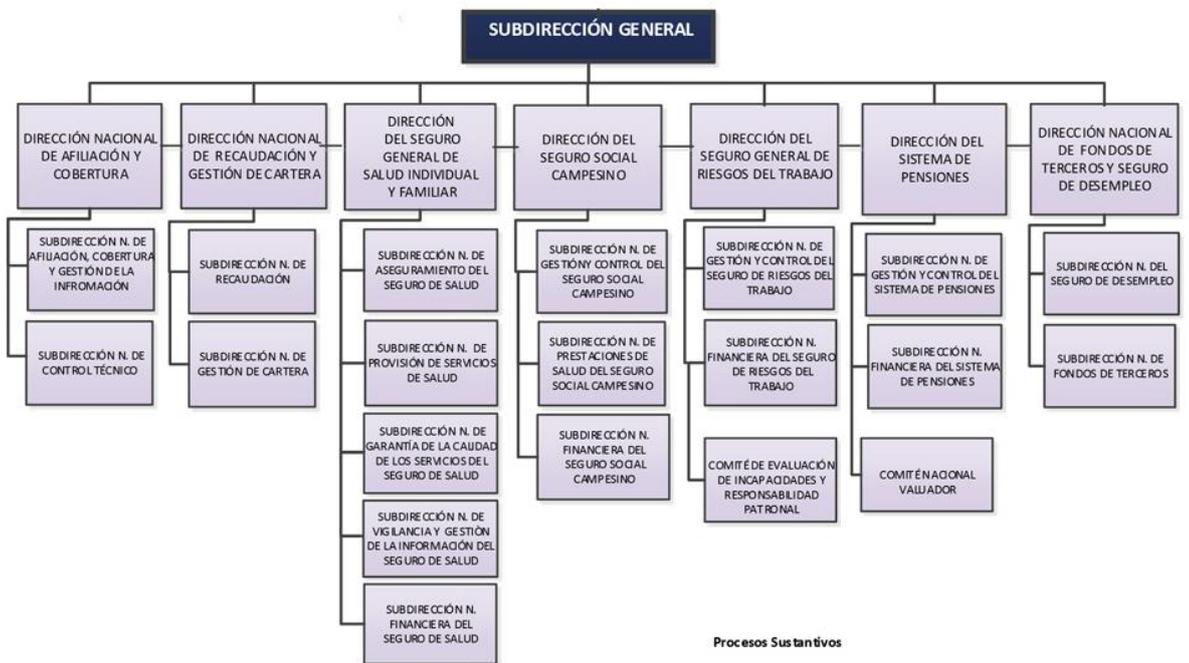
Garantizar la calidad, integralidad y continuidad de los servicios de salud que el Seguro de Salud Individual y Familiar (SGSIF) ofrece a la población afiliada, pensionista y beneficiaria, mediante el fortalecimiento de las intervenciones para el logro del equilibrio financiero del SGSIF y el desarrollo de recursos humanos satisfechos y dispuestos a brindar servicios de calidad



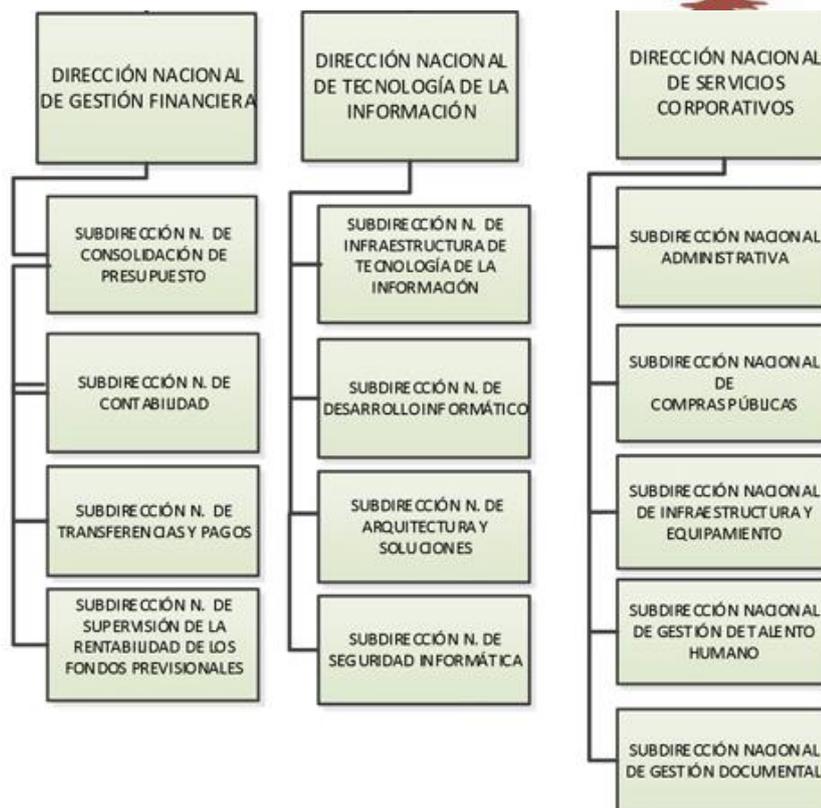
*Estructura orgánica*



Fuente: Pagina web IESS



Fuente: Pagina web IESS



Procesos Adjetivos de Apoyo

Fuente: Pagina web IESS

## *Datos Informativos*

**Provincia:** Tungurahua

**Cantón:** Ambato

**Lugar:** Dirección provincial Del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

**Tiempo de Duración:** De dos a tres meses de ejecución

**Periodo de Socialización:** Dar a conocer una guía / Conseguir un servicio de calidad.

## *Beneficiarios*

- Dra. Ruth Villacís- Directora Provincial
- Ing. Paulina Romero - Jefa del departamento de Recursos Humanos
- Lorena Alexandra Freire Vargas (investigadora)

## CAPÍTULO II: EL USUARIO

### *Elementos de servicio al Cliente*

Comprende dos elementos, la atención y servicio que le brindamos al cliente. La atención al cliente demanda cortesía, deseo de ayudar, entusiasmo, empatía, puntualidad. Se debe tratar al cliente como la persona más importante y la razón de ser de nuestro trabajo. El servicio demanda una mejora de los procesos internos que hacen contacto con el cliente. Nada se gana si la atención al cliente es excelente, pero los procesos no lo son.

### *Actitudes*

Según la Real Academia Española, la actitud es la disposición de ánimo de una persona, expresada mediante diferentes formas como la postura corporal, el tono de voz o los gestos.

Se espera de los servidores públicos que atienden a los ciudadanos con una actitud de servicio, entendida como su disposición de escuchar al otro, ponerse en su lugar y entender sus necesidades y peticiones; no se trata tanto de pensar en el ciudadano sino como el ciudadano, ser conscientes de que cada persona tiene una visión y unas necesidades diferentes, que exigen un trato personalizado. En este sentido, el servidor público debe:

- Anticipar y satisfacer las necesidades del ciudadano.
- Escucharlo y evitar interrumpirlo mientras habla.
- Ir siempre un paso más allá de lo esperado en la atención
- Comprometerse únicamente con lo que pueda cumplir.
- Ser creativo para dar al ciudadano una experiencia de buen servicio.

El ciudadano se llevará una buena impresión si el servidor:

- Entiende sus problemas.
- Es respetuoso.
- Lo orienta con claridad y precisión.



- Lo atiende con calidez y agilidad.

Por el contrario, se formará una impresión negativa cuando:

- Lo trata de manera altiva, desinteresada o condescendiente.
- Lo hace esperar innecesariamente o sin ofrecer una explicación por las demoras.
- No tiene la información o el conocimiento necesario para atender su solicitud.

Por supuesto, aunque el buen servicio sea la regla, si un usuario es grosero o violento, también es obligatorio exigirle respeto de manera cortés. Si el ciudadano persiste en su actitud, el servidor debe llamar a su supervisor y cederle el manejo de la situación.

### ***Visión de excelencia***

La visión de excelencia en el servicio al cliente en una institución, es que todos los funcionarios comprendan que deben exceder las expectativas que tiene el cliente mismo. Porque una atención y un servicio al cliente excelente es un requisito indispensable para la buena imagen de la empresa.

### ***Valor agregado***

El valor agregado más importante es la calidad de las relaciones humanas de los colaboradores, o sea, la excelencia del personal, ya que el valor agregado en el servicio al cliente consiste en todo aquello que el cliente percibe que no paga por ello y que mejora el servicio que recibe (buena atención, horarios, parqueos, centros de atención, diversas modalidades de pago, servicio por internet, y otros).

Por tanto, se deduce que todos los colaboradores deben de tener la actitud cortés de ayudar al cliente, como aspecto fundamental de su actividad. Todos y cada uno deben de estar capacitados para dar atención y servicio excelente al cliente. Conocer e intuir sus necesidades para tratar de satisfacerlas de la mejor manera posible.

Un servicio de calidad debe cumplir con ciertos atributos relacionados con la expectativa que el ciudadano – cliente tiene sobre el servicio que necesita. Como mínimo, el servicio debe ser:



- **Respetuoso:** los seres humanos esperan ser reconocidos y valorados sin que se desconozcan nuestras diferencias.
- **Amable:** cortés pero también sincero.
- **Confiable:** de la manera prevista en las normas y con resultados certeros.
- **Empático:** la capacidad de una persona para escuchar, entender, adaptarse y valorar adecuadamente las actitudes, necesidades y comportamientos de otra persona.
- **Incluyente:** de calidad para todos los ciudadanos sin distinciones, ni discriminaciones.
- **Oportuno:** en el momento adecuado, cumpliendo los términos acordados con el ciudadano.
- **Efectivo:** resuelve lo pedido.

## *Código de Calidad de Atención y Servicio al Cliente*

El Código de Calidad de Atención y Servicio al Cliente pretende desarrollar una cultura organizacional de relaciones internas de mayor calidad, que tenga como resultado la creación de un mejor ambiente de trabajo y una mayor satisfacción en todos los colaboradores.

Asimismo, debe servir de guía y recordatorio del comportamiento esperado de todos los colaboradores, como una herramienta útil y de fácil lectura, que ayude a éstos a aprender y aplicar conocimientos teórico-prácticos de una manera activa.

## *La Necesidad de cambiar el concepto e imagen de los servicios.*

Concientizar a los colaboradores de su deber de la satisfacción del usuario por medio de los siguientes conceptos:

- La personalización e individualización del cliente, a través del diálogo personalizado y una atención esmerada con procesos de calidad.
- La mejora en los tiempos de respuesta.

**Entender las necesidades básicas del cliente:** Necesidad de ser comprendido: interpretar bien lo que el cliente desea.



**Necesidad de ser bien recibido:** no recibir al cliente como extraño.

**Necesidad de sentirse importante:** el ego y la autoestima son poderosas necesidades humanas.

**Necesidad de comodidad:** las personas necesitan armonía y comodidad física (lugar donde esperar, sanitarios aseados, oficinas limpias y ordenadas, etc.)

### CAPÍTULO III: COMUNICACIÓN

#### *Elementos de comunicación verbal*

La comunicación verbal es aquella que se realiza por medio oral, cuando una idea aflora al pensamiento de una persona y ésta lo comunica por medio de su voz. Algunos elementos de la comunicación verbal son:

#### *Confianza*

Es necesario crear un ambiente de confianza cuando se está atendiendo al cliente, mostrando interés en darle un buen servicio y satisfacer sus necesidades.

Para esto es necesario seguir las siguientes indicaciones:

- Hable directo al cliente y mirándole el rostro.
- No vosee al cliente. Cuando se dirija hacia él hablele de usted.
- Muéstrese humano y sensible.
- Sea simple, evite tecnicismos, siglas que no sean comprensibles y explicaciones complejas.
- No interrumpa, deje que el cliente hable primero.
- Escuche con cuidado, no se distraiga.
- Tome notas, si fuese necesario.
- Respiración: Respire en forma natural, con tranquilidad.
- Aprenda a respirar profundo y elimine la ansiedad.
- Sonría: Una sonrisa transmite confianza.
- Sencillez y brevedad: Hable con términos y vocablos simples.
- Hable lo necesario.
- Orden: Hable ordenadamente, tenga un principio, un desarrollo y un final.

#### *Aspectos que impiden la buena comunicación verbal.*

- No sea prepotente, sea modesto al presentar sus ideas y paciente mientras escucha.
- No sea egocéntrico (es que yo...porque yo...yo he pensado...)



- Recriminar al interlocutor (está equivocado...no me ha entendido...).
- Lapsos o mente en blanco (eheee..sabe queee...esteee...).
- Falta de habilidad interpretativa o narrativa.
- Ser confrontativo.
- Timidez o indiferencia.
- Diferencias de profesión, estatus o condición social.
- Sentimientos, estados de ánimo.

***Frases que se deben evitar en la comunicación verbal.***

- Se debe tener cuidado con frases negativas o descuidadas para no perder la confianza del usuario, tales como:
  - ¿Entiende? –Connota que el usuario es poco inteligente-.
  - ¿Pero es que no ha leído el documento, señor?
  - ¿Y qué esperaba?
  - A mí no me pregunte por qué. Eso es lo que dice el reglamento.
  - Creo que anda en el baño o tomando café.
  - Él está ocupado resolviendo un asunto importante. Recuerde, nada es más importante que el usuario.
  - Es que en ese departamento nunca contestan.
  - ¡Es que tenemos cada funcionario!
  - Es que yo no me encargo de eso. Lo siento.
  - Eso era antes. Ahora lo hacemos diferente.
  - Eso nada tiene que ver conmigo. Es en otro lado.
  - Espere un momento. Tengo una llamada. El usuario presencial, es primero que el teléfono.
  - Estoy muy ocupado en este momento.
  - Explíquese bien, porque no lo entiendo.
  - La persona responsable de eso está enferma. ¿Podría volver otro día?
  - Mire señor, mejor vuelva cuando tenga todo listo.
  - No sea impaciente, por favor.
  - No tengo idea, mejor pregúntele a otro compañero.

- Perdón, pero si no me explica cómo se debe, yo no puedo atenderlo.
- Pero, ¿no leyó las instrucciones?
- Debí fijarse en eso antes de hacer el trámite.
- Ya le contesté eso.

Además, evite la excesiva confianza con los usuarios. Deles siempre un trato profesional. Nunca use frases como las siguientes:

- ¡Sí corazón, yo le dejo el mensaje!
- ¡No, mi amor, eso era antes!
- ¡Bueno, mi reina, con mucho gusto!
- ¿Cómo vas? No se tutea al usuario.

### ***Comunicación no verbal.***

La comunicación no verbal es conocida como lenguaje corporal, a continuación, se mencionan los principales elementos:

- **Naturalidad:** actúe con naturalidad, sin poses extrañas o que hagan sentir mal al cliente.
- **Contacto visual:** mire al rostro. Vea a los ojos. Esto revela decisión, sinceridad y valentía.
- **Labios:** no se los muerda, ni se los humedezca con la lengua, son muestras de timidez, inseguridad, tensión, titubeo e indecisión. Mantenga la boca cerrada, ambos labios unidos. Esto denota calma y seguridad en sí mismo, en cambio, la boca abierta, la mandíbula caída, sugieren nerviosismo, asombro y sorpresa.
- **Forma de sentarse:** no cruce las piernas, mantenga ambos pies sobre el piso, las manos sobre las rodillas o escritorio e inclínese ligeramente hacia delante. Esto sugiere seguridad en sí mismo. Mantener las piernas cruzadas y balancear una de ellas sugiere nerviosismo o impaciencia, timidez, temor. Evite los movimientos constantes y abruptos: éstos denotan intranquilidad e inquietud.
- **La voz:** la voz dice mucho de la personalidad, utilice un tono moderado y uniforme, sin titubear, Esto demuestra seguridad en sí mismo.



- Una voz vacilante es sinónimo de inseguridad y timidez, generalmente revela que la persona no domina el tema sobre el cual está hablando.
  - Un tono moderado y uniforme, audible en todo momento, revela seguridad y dominio de lo expresado, con ello se logra más impacto y firmeza.
  - Un tono bajo sugiere timidez, poca capacidad de decisión, inseguridad.
  - Un tono alto demuestra agresividad, poca educación y rudeza.
- **Las manos:** contrólelas en todo momento. Mantenga sus manos visibles, ocultarlas debajo de las piernas, detrás de un bolso, entre la bolsa o dentro del saco, sugiere timidez, falsedad y temor.
  - **Aprenda a escuchar:** una parte importante de la comunicación no verbal es la forma en que escucha. Para escuchar es importante hacer lo siguiente.
    - No interrumpa y no se distraiga.
    - Oiga con cuidado las principales ideas.
    - Observe a la otra persona cuando le habla.
    - Inclínese hacia la persona que le habla.
    - Demuestre que está profundamente interesado (a).
    - Haga preguntas.
    - Concrétese al tema que le plantea.

## *Comunicación telefónica*

Es importante estandarizar los guiones y estilos cuando se contesta el teléfono, para que el cliente siempre reconozca este estilo en todos los departamentos y unidades de la empresa. Ejemplos de frases y guiones para responder el teléfono:

Reglas del lenguaje telefónico:

Documentos:

Al realizar una llamada tenga delante todos los documentos que pueda necesitar, sin olvidar con que anotar.



- **Sonría:** La sonrisa se escucha por teléfono. Hace la voz más cálida y más simpática.
- **Vocalice:** Vocalice las palabras bien y moderadamente de manera que sea fácil de entender para el cliente. No ingiera ningún alimento, ni agua embotellada, ni confites, ni goma de mascar, porque perjudica la locución.
- **Escuche:** Cuando el otro habla, hágale saber que lo escucha (“sí”, “ya veo”, “de acuerdo”)
- **Anote:** Esto le permite fijar mejor las ideas y le evita repetir la llamada.
- **Identifíquese:** El identificarse personaliza la conversación y le da confianza al usuario. Por ejemplo: “buenos días, INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL DEL CANTÓN AMBATO, le atiende... (dar nombre)”.
- **Despedida:**
  - “Le agradezco su llamada. Que tenga un buen día”.
  - “Le agradezco su tiempo. Que tenga un buen día”.

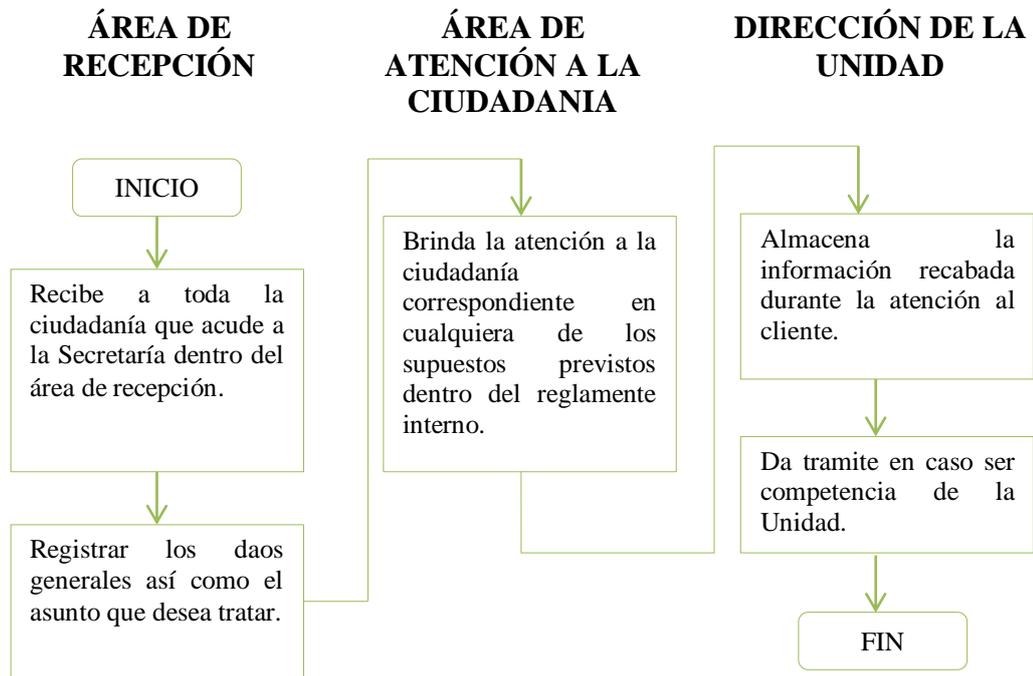
### *Procesos de recepción y atención a la ciudadanía.*

Para lograr este propósito los servidores públicos seguirán la siguiente rutina:

- La atención inicia con el contacto visual
- Saludar de inmediato, de manera amable y sin esperar a que sean ellos quienes saluden primero. (Anexo 5-3)
- Dar una atención completa y exclusiva durante el tiempo del contacto. • Utilizar los 30 primeros segundos para sorprender favorablemente, con un trato cordial, espontáneo y sincero.
- Trabajar para garantizar la satisfacción.
- Demostrar entusiasmo y cordialidad.
- Usar el sentido común para resolver los inconvenientes que se presenten.
- Los últimos 30 segundos cuentan para entregar un servicio satisfactorio.
- Finalizar el servicio expresando una despedida cordial.



**Flujograma N° 5 - 1. Proceso de recepción y atención a la ciudadanía**



**Realizado por:** FREIRE, Lorena (2020)

## CAPÍTULO IV: IMAGEN

La imagen de una persona, producto, empresa, se construye por medio de relaciones de largo plazo con todos los públicos con los que se relaciona, sean usuarios, amigos, familiares, proveedores, compañeros.

### *Primera impresión*

La primera impresión es un proceso de percepción de una persona a otra, que transcurre en muy poco tiempo. Nunca se tiene una segunda oportunidad de dar una primera impresión.

- ¿Qué apariencia tengo? (lo que ven)

La apariencia tiene que ver con los rasgos físicos, apariencia personal, expresiones, tacto y movimientos del cuerpo.

- Mi entorno y organización personal
  - Tenga el área de trabajo limpia y ordenada.
  - Muéstrese ordenado y organizado.
  - Tenga a mano lo que necesita para hacer su trabajo

Ver **ANEXO5-2** (El vigilante es el primer frente de contacto con el ciudadano).

### *¿Cómo proyectarse exitosamente?*

Es necesario comprender que debemos proyectarnos exitosamente hacia los clientes, para ello debemos pensar en cosas tales como:

- Lo primero que ve la gente es nuestra apariencia.
- Los usuarios primero tenderán una impresión por lo que vean externamente, lo cual abarca su higiene personal, su apariencia, su presentación personal, sus modales, su forma de caminar, cómo sonrío e incluso, entre otros aspectos, cómo da la mano.
- Cuide su higiene personal, desde su cabello y la forma en que lo peina, así como el estar bien rasurado o con una barba bien cuidada, si es hombre, y usar

un maquillaje discreto, en caso de las mujeres. Los colores y cortes de cabello, también deben ser discretos.

- Tenga especial cuidado con su rostro. El 80% de la atención del usuario se dirigirá a su rostro. Procure que su expresión facial y su arreglo personal sean correctos y oportunos.
- Cuide sus manos y uñas. Por la imagen, las manos, dedos y uñas, también deben lucir limpias y cuidadosas. Las uñas en las mujeres no deben de estar a medio pintar.
- Cuide mucho su aliento. Un descuido en esa área puede ser desagradable a su interlocutor(a).
- No se permiten tatuajes visibles, así como el “piercing” en lugares visibles, incluyendo boca y lengua.

## ***Forma de Vestir***

La ropa influye en el estado de ánimo. Vestir bien, no significa un estilo sofisticado, sino más bien, tener la intuición para elegir la ropa que mejor le quede según la ocasión.

Los colaboradores deben seguir los siguientes lineamientos en la forma de vestir:

Colores:

- En todas las prendas de vestir, los colores deben ser sobrios y discretos, adecuados para un ambiente de oficina.

## CAPÍTULO V: RELACIONES HUMANAS

Relaciones Humanas son el conjunto de reglas y normas para el buen desenvolvimiento del ser humano, en la sociedad, o en su trabajo.

### *Los factores positivos de las Relaciones Humanas*

- **Apertura:** ser conscientes de las diferencias entre los puntos de vista de los demás, debido a su edad, sexo, educación, cultura, valores, entre otros. Mantener la propia opinión frente a las divergentes, sin herir la sensibilidad de la otra persona.
- **Objetividad:** comprender que establecer buenas relaciones humanas no necesariamente implica hacer feliz a todos.

### *Los factores negativos de las Relaciones Humanas*

- **Falta de control de emociones desagradables:** cuando mostramos mal humor, resentimiento, rencor, entre otros.
- **Agresión:** cuando atacamos u ofendemos con palabras, gestos o actitudes. La agresión es una manifestación de frustración.
- **Sentimiento de superioridad o inferioridad:** sentirse mejor que los demás en cualquier aspecto. O subvalorarse, sintiéndose inferior a los demás a causas de defectos o carencias reales o imaginarias.

### *Usos, costumbres y actitudes de los funcionarios*

A continuación, se enumeran un conjunto de actos comúnmente aceptados como estilos de vida, costumbres, usos y actitudes sociales, que el Ministerio quiere promover entre sus funcionarios(as):

- Ajuste su personalidad al medio ambiente y tipo de personas.
- Atienda las críticas e inconformidades, son mejores que las alabanzas. Además, ofrezca sinceras disculpas cuando reciba una crítica.
- Cuando atienda a alguien no se muestre somnoliento(a) ni aburrido, eso es faltarle el respeto.



- Dé las gracias cada vez que pueda y con sinceridad.
- De nada sirven sonrisas o cortesía si su servicio no es lo que el usuario desea y espera.
- Demuestre credibilidad, cumpla lo que ofrece.
- Demuestre siempre ganas de ayudar.
- Es muy mala costumbre fijar la mirada en las personas que pasan.
- Escuche activamente.
- Establezca empatía (póngase en los zapatos de la otra persona).
- Esté consciente de su estado de ánimo.
- Evite la arrogancia y mantenga su mente abierta.
- Hable en tono adecuado.
- Haga comparaciones positivas.
- Haga sentir a las personas que las está esperando y son sus invitados.
- Las personas valoran el tacto y la discreción.
- Maneje las preguntas conforme se presenten.
- Mantenga un alto grado de formalidad y una apariencia impecable.
- Masticar goma de mascar, tomar agua en botella o ingerir cualquier otro alimento frente a un usuario es de muy mal gusto.
- Muéstrese amigable al presentarse.
- Muéstrese entusiasta con lo que hace y dice.
- No demuestre perturbación cuando esté esperando.
- No llame a nadie silbándole.
- No trate de adivinar qué quieren otras personas, pregúnteles, hágalo con cortesía.
- Nunca insulte la inteligencia de sus usuarios.
- Prometa menos, dé más.
- Proyecte sinceridad.
- No atienda agentes vendedores delante de un usuario.
- Utilice el nombre del usuario en algún momento durante la atención.
- Salude y haga sentir al usuario que está en un ambiente agradable.
- Establezca contacto visual. Mírelo a los ojos.
- Despídase con una sonrisa y una frase de cortesía.



- Si es interrumpido cuando atiende a un usuario, ofrezca una disculpa. Si el teléfono suena, pídale al usuario permiso para contestarle.
- No se distraiga con otra persona u otro trámite que no corresponda al usuario que atiende.

### *Ausencia de colaboradores*

A los clientes, en general, no les gusta que les digan que el colaborador no está, por la razón que sea, y se molestan más cuando le dicen que está almorzando o tomando café, que está en el Seguro Social o en una reunión, o cualquiera otra justificación.

A los clientes se molestan, si llaman más de una vez y se les da alguno de los mensajes expuestos, simplemente, al cliente no le interesa que el colaborador almuerce o se enferme o tome café, él quiere una respuesta a su problema.

La técnica a utilizar cuando está en la oficina, pero se encuentra almorzando, tomando café, en el baño o en una reunión, o en cualquier otro lugar, es indicar al usuario:

- **Disculpe:** el funcionario está con un cliente u ocupado en este momento y no lo puede atender. Si desea puede dejarle un mensaje o explicarme de qué se trata, para poder ayudarlo.

Ahora, si no está en la oficina y está ausente por vacaciones, matrimonio, enfermedad, lactancia, muerte de familiar o alguna otra razón, nunca lo explique, la mejor respuesta es:

Disculpe: es que el compañero tomó unas merecidas vacaciones y vuelve hasta tal fecha. Si desea, puede dejarle un mensaje o explicarme de qué se trata, para poder ayudarlo.

### *Cómo comportarse con un usuario “difícil”*

Aunque no se quiera, tarde o temprano, puede pasar, y se tendrá que atender y dar satisfacción a un usuario que esté disgustado o que, por alguna condición personal, podría considerarse “difícil”.



A continuación, algunos consejos prácticos:

- En primer lugar, mantenga la calma. No lo tome como algo “personal”, deje que el usuario se desahogue, pero póngale atención y muéstrese interesado.
- El usuario podría haber llegado ya disgustado por alguna otra razón. Demuestre su profesionalismo, manténgase calmado y tranquilo ante esta situación.
- Escuche al usuario. Déjelo que se exprese. No lo interrumpa. Al dejarlo hablar, generalmente se calma, es como una “válvula de escape”.
- Escúchelo y trate de comprender bien cuál es el problema. Concéntrese en entender cuál es la causa que provocó el disgusto.
- No eche la culpa al desconocimiento, algún compañero o proceso, aunque no sea totalmente culpa de la institución el malestar que el usuario exhibe. Es más conveniente intentar calmarlo, sin provocar que se sienta “culpable”.
- Use frases como “lo comprendo”, “qué pena”, “claro que sí”, “disculpe”. Esas frases calman a la persona, pues demuestran que está consciente del malestar que está manifestando y de su causa.
- Procure que el usuario salga satisfecho. Recuerde que lo que se prefiere es no perder a un usuario. El cliente que hoy está disgustado. Por eso, busque la mejor solución que pueda darle.
- No intente ganar una discusión: intente ganar un usuario. Recuerde que una “discusión” ganada a un usuario es, de todos modos, una “discusión perdida”. Si se quiere “ganar” la discusión, no se meta en ella.
- Si tiene que pasar el caso a otro compañero o al jefe, procure explicarles todo el detalle, porque es aún más molesto para el usuario, tener que explicar dos veces una situación tensa.
- Nunca asegure que no volverá a suceder, a menos que esté completamente seguro de que así será.

### ***Manejando inconformidades***

Al atender a un usuario disgustado o “difícil”, lo que diga con su cuerpo es tan importante como lo que exprese verbalmente. Le presentamos algunos consejos para manejar adecuadamente su comunicación no verbal en esos casos “especiales”.

- Mire al usuario a los ojos. Lo peor que podemos hacer es evitar su mirada, pues el usuario puede pensar que no le estamos poniendo atención, que lo estamos ignorando o que simplemente, su inconformidad no nos interesa.
- Si puede, acérquese un poco más al usuario, trate de inclinar su cuerpo un poco hacia delante. Con esto, también demuestra interés, en lo que está diciendo.
- No cruce los brazos sobre su pecho: porque está demostrando, al menos subconscientemente, que está en desacuerdo con la persona que habla.
- Si es posible, no se coloque totalmente frente a frente con el usuario, prefiera ubicarse ligeramente de lado, en ángulo. Debido a que es más fácil “discutir” con alguien que está de frente.
- Cuide el tono de su voz. Recuerde que muchas veces no cuenta tanto lo que decimos, sino cómo lo decimos. Projete siempre un tono respetuoso.
- Y si el usuario eleva la voz, ¡baje la suya! Se necesitan dos para discutir.

### ***Atención a personas alteradas***

En muchas ocasiones llegan a las entidades públicas ciudadanos inconformes, confundidos, ofuscados, o furiosos, a veces por desinformación. En estos casos, se recomienda:

- Mantener una actitud amigable y mirar al interlocutor a los ojos; no mostrarse agresivo verbalmente ni con los gestos ni con la postura corporal.
- Dejar que el ciudadano se desahogue, escucharlo atentamente, no interrumpirlo ni entablar una discusión con él.
- Evitar calificar su estado de ánimo, y no pedirle que se calme.
- No tomar la situación como algo personal: la ciudadanía se queja de un servicio, no de la persona.
- No perder el control; si el servidor conserva la calma es probable que el ciudadano



también se calme.

- Cuidar el tono de la voz: muchas veces no cuenta tanto qué se dice, sino cómo se dice.
- Usar frases como “lo comprendo”, “qué pena”, “claro que sí”, que demuestran consciencia de la causa y el malestar del ciudadano.
- Dar alternativas de solución, si es que las hay, y comprometerse sólo con lo que se pueda cumplir.
- Si el mismo problema ocurre con otro ciudadano, para dar una solución de fondo.

## CAPÍTULO VI: INFRAESTRUCTURA

El cliente se impacta por lo que perciba del ambiente físico donde es atendido, y de los equipos y sistemas. Esto por supuesto incluye: colores, rotulación exterior e interior, mobiliario y equipo de oficina, servicios sanitarios, salas de espera, orden, limpieza y, en general, el estado de la infraestructura, las instalaciones físicas y los equipos.

### *Equipos*

La condición y apariencia de los equipos que utilizemos impactan al cliente, lo mismo que el escritorio, cubículo o mostrador.

Igual que la gente se forma una primera impresión de la persona que lo atiende, también se da en cuanto a la calidad y el nivel de las instalaciones de la institución, con sólo ver cómo se encuentra su infraestructura.

Los factores “limpieza” e “higiene” entran en juego como componentes esenciales del servicio al cliente. Otros factores que intervienen son los llamados “impactos sensoriales”, estos factores se pueden clasificar en tres grupos:

### *Ambiente General*

- Oficina ordenada.
- Limpieza de oficina y baños.
- La decoración.
- Libre de basuras.
- Ventilación adecuada.
- Iluminación adecuada.
- La temperatura y los aires acondicionados.

### *Infraestructura y equipos:*

- Equipos limpios y en buen estado.
- Archivos, escritorios y mobiliario ordenado.
- Rótulos y letreros internos, limpios, ordenados y actualizados.



- La pintura externa e interna del edificio en buen estado.
- La limpieza de los vidrios.
- El estado de los cielos rasos.
- El estado de los pisos.
- Los baños: ¿Funcionan bien lavatorios e inodoros? - ¿Tienen jabón? - ¿Tienen papel higiénico?
- La música o el nivel de ruido que haya en el ambiente.



## ANEXOS

### Anexo N° 5 - 1. Protocolo de atención al ciudadano en ventanillas

#### Inicio de la atención

##### Saludo

- Servidor: “Buenos días o tardes, en qué trámite le podemos servir?... no olvide calificar la atención al finalizar su trámite, muchas gracias”. (Esta última frase aplica cuando las ventanillas de atención tengan calificadores de servicio).

#### Situaciones en las cuales se debe aclarar la consulta que el ciudadano expresó

- Servidor: “Perdón un momento... con respecto a su trámite...”, “Disculpe que le interrumpa...”, “Sobre su trámite permítame que le explique...”.
- Servidor: Perdón por la interrupción... ¿Podría indicarme más detalles sobre su consulta para servirle?”.
- Servidor: “Disculpe que le interrumpa... ¿Podría indicarme más detalles sobre su consulta?”.

#### Situaciones en las cuales se debe ausentar el servidor de la ventanilla

- Servidor: “Permítame por favor unos minutos mientras proceso/verifico/consulta en el sistema...”.
- Servidor: “¿Podría esperarme unos minutos mientras proceso/verifico/consulta en el sistema...”.
- Servidor: Por favor, ¿podría esperarme unos minutos para consultar su duda con mi jefe inmediato/compañero...”.
- Servidor: “Permítame unos minutos mientras le traigo su documento/carpeta/certificado...”. Al retornar agradecer siempre por la espera
- Servidor: “Muchas gracias por su espera, con respecto a su consulta/trámite/caso/ le indico que....”.
- Servidor: “Muy gentil por su espera, le informo que...”.

### **Situaciones en las que se realiza una consulta a otro servidor que está con un ciudadano**

- Servidor: “Disculpe la interrupción señor/señora/señorita...”.
- Servidor: “Perdón por la interrupción... Compañero (a) ayúdeme con....”.
- Servidor: “¿Me permiten interrumpirlos?, deseo hacerle una consulta a mi compañero(a)...”. Una vez que finalice la interacción de los 2 servidores, utilizar la siguiente expresión “Gracias por su comprensión / muchas gracias por su tiempo / disculpas por la interrupción...”.

### **Situaciones en las que no se dé una solución satisfactoria al ciudadano**

- Servidor: “Estimado señor/señora/señorita, lamentamos no poder servirle en este momento debido a que....”.
- Servidor: “Señor/señora/señorita... Le solicito su comprensión/disculpas, lamentablemente no podemos servirle ya que...”.
- Servidor: “Estimado señor/señora/señorita, lamento no poder servirle debido a que el trámite lo puede realizar en el Departamento / Agencia....., se puede dirigir con el servidor/servidora.....”.

### **Final de la atención**

#### **Despedida**

- Servidor: “Por favor solicito su calificación sobre el servicio recibido”.
- Servidor: “Fue un placer atenderle”; “Recuerde que estamos para servirle”; “Que tenga un buen día / una buena tarde”.

## Anexo N° 5 - 2. Vigilante:



Vigilante: Buenos días (tardes),  
bienvenido(a) al IESS.

¿En qué podemos servirle?

“Por favor lo contactaré con la persona a  
cargo, aguarde un momento”

Es el primer frente de contacto con el ciudadano.

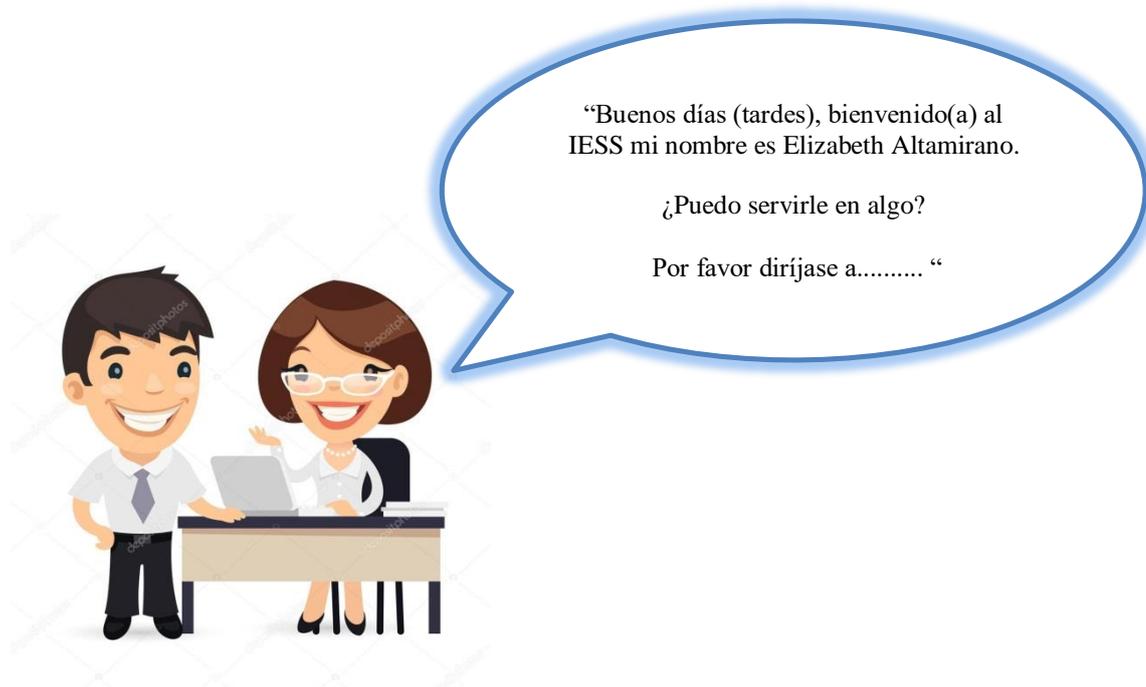
Su trabajo, además de precautelar el bienestar físico de quienes trabajamos en el IESS, es guiar a los ciudadanos en sus necesidades y curiosidades más básicas sobre el servicio.

### **Si es del caso, abrir la puerta**

Orientar al ciudadano al punto o servicio solicitado o indicado, según el proceso establecido.

**Nota:** En ningún caso debe presentar una actitud de obstrucción al acceso o desconfianza con relación al ciudadano. En caso que no haya atención de oficinas por cualquier motivo, se debe comunicar el usuario el justificativo formal ante la falta de atención.

## Anexo N° 5 - 3. Anfitriones, Informadores



Es el segundo frente de contacto con el ciudadano, su trabajo frente a los ciudadanos es guiarlos para dar solución a sus necesidades. Dentro de este grupo se encuentran: recepcionistas y secretarias de área.