



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ
MANUEL FÉLIX LÓPEZ**

CARRERA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

**TESIS PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO
COMERCIAL CON MENCIÓN ESPECIAL EN ADMINISTRACIÓN
PÚBLICA**

TEMA:

**PROPUESTA DE UN MODELO DE MEJORAMIENTO DE LA
CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE DEL MIDUVI DE LA
PROVINCIA DE MANABÍ**

AUTORAS:

**ALMEIDA QUIJIJE MARÍA LEONELA
ZAMBRANO MACÍAS YENNY MONSERRATE**

TUTOR:

DR. VICTOR MARCELO PAZMIÑO MENA. Mgs.

CALCETA, JUNIO DE 2014

DERECHOS DE AUTORÍA

Almeida Quijije María Leonela y Zambrano Macías Yenny Monserrate, declaran bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedemos los derechos de propiedad intelectual a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual y su reglamento.

.....
ALMEIDA QUIJIJE MARÍA L.

.....
ZAMBRANO MACÍAS YENNY M.

CERTIFICACIÓN DE TUTOR

ING. VICTOR PAZMIÑO MENA, certifica haber tutelado la tesis **PROPUESTA DE UN MODELO DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE DEL MIDUVI DE LA PROVINCIA DE MANABÍ**, que ha sido desarrollada por Almeida Quijije María Leonela y Zambrano Macías Yenny Monserrate, previa la obtención del título de Ingeniero Comercial con mención especial en Administración Pública, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TESIS DE GRADO DE TERCER NIVEL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

.....
ING. VICTOR PAZMIÑO MENA, MGS.

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaran que han **APROBADO** la tesis **PROPUESTA DE UN MODELO DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE DEL MIDUVI DE LA PROVINCIA DE MANABÍ**, que ha sido propuesta, desarrollada y sustentada por Almeida Quijije María Leonela y Zambrano Macías Yenny Monserrate, previa la obtención del título de Ingeniero Comercial con mención especial en Administración Pública, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TESIS DE GRADO DE TERCER NIVEL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

.....
Eco. Jesenia Aracely Zamora
Cusme
MIEMBRO

.....
Lic. María Gabriela Montesdeoca
Calderón
MIEMBRO

.....
Dra. Grether Lucía Real Pérez
PRESIDENTA

AGRADECIMIENTO

No hay en la vida palabra más bella que la gratitud, es por eso que al concluir mi tesis quiero agradecer primeramente a Dios por haberme permitido concluir esta etapa tan importante de mi vida.

A mis padres, por su apoyo incondicional y por estar conmigo en cada etapa de mis estudios, facilitándome todo para concluir con mi carrera.

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí por ser un pilar fundamental en el proceso de aprendizaje, inculcándome cada uno de los valores y principios que serán de mucho beneficio en mi etapa profesional.

A mi Tutor y al Tribunal ya que con sabios consejos supieron guiarme en la etapa de culminación de la Tesis y tener así un trabajo de calidad.

A mi familia por estar conmigo en cada una de mis etapas de estudios y por cada palabra de aliento para no decaer en este proceso; a todos mis sinceros agradecimientos.

.....
MARÍA LEONELA ALMEIDA QUIJIJE

AGRADECIMIENTO

El sentimiento más sublime del ser humano es el agradecimiento, pero sobre todo significa reconocer que nuestro éxito es producto de los esfuerzos y sacrificio de un sin números de personas que están tras nuestros pasos, por eso con corazón emocionado expreso mi gratitud a:

- Dios por iluminarme cada día en sabiduría y entendimiento.
- A mis padres que me brindaron un espíritu de superación y por contar siempre con su apoyo incondicional.
- A mi esposo por haber puesto toda mi paciencia, perseverancia y motivarme, para que pueda superarme y llegar hacer una profesional en la vida.
- Al Tribunal por sus conocimientos entregados con generosidad y empatía de excelentes docentes.
- Al tutor Dr. Víctor Pazmiño por el apoyo y enseñanza para culminar este trabajo.
- A la ESPAM por haberme abierto sus puertas y formarnos con sus conocimientos como verdaderos politécnicos.

.....
YENNY MONSERRATE ZAMBRANO MACIAS

DEDICATORIA

Este trabajo fruto de mi esfuerzo y dedicación constante quiero dedicarlo primeramente a Dios por darme la vida y la oportunidad de triunfar en esta nueva etapa como profesional.

A mis hijos Alan, Fiorela y Santiago que son mi motor de aliento para seguir adelante, por ser ellos la razón para no desfallecer y vencer cada obstáculo que se me presente en la vida.

A mis padres Horacio Almeida y Narcisa Quijije por ser un ejemplo a seguir, ya que ellos me enseñaron que en la vida hay que vencer los obstáculos para llegar al éxito y ser feliz y nadie mejor que ellos que el vivo ejemplo de constancia.

A mi esposo David Mendoza por estar conmigo cada día apoyándome moral, espiritual y económicamente para terminar mi carrera y ser una profesional de éxito y ejemplo a seguir a mis hijos.

A mis hermanos José Luis, Williams y Jeniffer por estar conmigo dándome palabras de motivación para seguir adelante.

.....
MARÍA LEONELA ALMEIDA QUIJIJE

DEDICATORIA

Con mucho cariño y afecto dedico el presente trabajo de tesis a:

Dios omnipotente, por el don de la vida, por las bondades que día a día se manifiesta a través de la naturaleza, mis padres, mi esposo, mi futuro hijo y mis catedráticos, etc.

A mis padres, por ser verdaderos soporte de mi existir, porque a pesar de las dificultades ellos constantemente están preocupados por mi superación personal y profesional.

A mi esposo por su compañía constante y su apoyo incondicional tanto económico como emocional.

A mis catedráticos de la ESPAM por los conocimientos impartidos durante estos años.

A la ESPAM por ser el pilar fundamental en la formación profesional y humana de nuestra vida.

.....
YENNY MONSERRATE ZAMBRANO MACIAS

CONTENIDO GENERAL

| | |
|---|------|
| CARÁTULA | i |
| DERECHOS DE AUTORÍA | ii |
| CERTIFICACIÓN DE TUTOR | iii |
| APROBACIÓN DEL TRIBUNAL | iv |
| AGRADECIMIENTO..... | v |
| AGRADECIMIENTO..... | vi |
| DEDICATORIA..... | vii |
| DEDICATORIA..... | viii |
| RESUMEN | xiii |
| PALABRAS CLAVES | xiii |
| ABSTRACT | xiv |
| KEY WORDS | xiv |
| CAPÍTULO I. ANTECEDENTES | 1 |
| 1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA | 1 |
| 1.2. JUSTIFICACIÓN..... | 2 |
| 1.3. OBJETIVOS..... | 4 |
| 1.3.1. OBJETIVO GENERAL..... | 4 |
| 1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 4 |
| 1.4. IDEA A DEFENDER | 4 |
| CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO..... | 5 |
| 2.1. CALIDAD..... | 5 |
| 2.2. CALIDAD EN EL SERVICIO | 6 |
| 2.3. SERVICIO | 7 |
| 2.4. GESTIÓN DE LA CALIDAD TOTAL..... | 8 |
| 2.5. EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO | 10 |
| 2.6. EL CLIENTE..... | 11 |
| 2.7. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE | 12 |
| 2.8. MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE..... | 13 |

| | |
|---|----|
| 2.9. EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DEL CLIENTE..... | 14 |
| 2.10. MINISTERIO DE DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA..... | 15 |
| 2.11. MODELO SERVQUAL | 16 |
| 2.12. HERRAMIENTAS DE DIAGNÓSTICO | 16 |
| 2.13. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN | 17 |
| CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO | 19 |
| 3.1. UBICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN | 19 |
| 3.2. DURACIÓN | 19 |
| 3.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN..... | 19 |
| 3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS | 20 |
| 3.5. UNIVERSO Y MUESTRA..... | 21 |
| 3.6. VARIABLES DE ESTUDIO..... | 22 |
| 3.7. PROCEDIMIENTO | 22 |
| PRIMERA FASE: ANALIZAR LAS BIBLIOGRAFÍAS REFERIDAS A TEORIAS DE CALIDAD DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE | 22 |
| SEGUNDA FASE: DIAGNOSTICAR LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES INTERNOS Y EXTERNOS PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL MIDUVI..... | 23 |
| TERCERA FASE: ELABORAR UN PLAN DE MEJORA QUE APORTE A BRINDAR SERVICIOS DE CALIDAD Y EN EL TIEMPO REQUERIDO POR LOS USUARIOS..... | 23 |
| CUARTA FASE: SOCIALIZAR EL MODELO DE MEJORAMIENTO A LA MÁXIMA AUTORIDAD DEL MINISTERIO DE DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA DE LA PROVINCIA DE MANABÍ..... | 24 |
| CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN..... | 25 |
| 4.1. DIAGNÓSTICAR LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES INTERNOS Y EXTERNOS..... | 25 |
| 4.1.1. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS | 26 |
| 4.1.2. ANÁLISIS DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS TRABAJADORES . | 28 |
| 4.1.3. ÁRBOL DEL PROBLEMA | 33 |
| 4.2. ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MEJORA..... | 35 |
| RESUMEN EJECUTIVO | 37 |

| | |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN | 38 |
| JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA..... | 39 |
| GENERALIDADES DEL PLAN..... | 40 |
| OBJETIVO GENERAL | 40 |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 40 |
| DIAGNÓSTICO DEL MIDUVI..... | 41 |
| MISIÓN | 41 |
| PROPUESTA DE UN MODELO DE MEJORA PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE..... | 43 |
| ESTRATEGIAS Y ACCIONES PARA LA MEJORA | 44 |
| DISPOSICIONES GENERALES PARA LA APLICABILIDAD DEL PLAN DE MEJORA | 45 |
| 4.3. SOCIALIZACIÓN DE LA PROPUESTA DE MEJORA..... | 45 |
| CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 46 |
| 5.1. CONCLUSIONES..... | 46 |
| 5.2. RECOMENDACIONES | 47 |
| BIBLIOGRAFÍA | 48 |
| ANEXOS | 52 |

CONTENIDO DE CUADROS Y FIGURAS

| | | |
|--------------|--|----|
| Cuadro 4.1. | Resultados de las preguntas efectuadas a los usuarios de la institución..... | 27 |
| Cuadro 4.2. | Dimensión de fiabilidad en la percepción del servicio..... | 28 |
| Cuadro 4.3. | Dimensión de capacidad de respuesta en la percepción del servicio..... | 29 |
| Cuadro 4.4. | Dimensión de seguridad en la percepción del servicio..... | 29 |
| Cuadro 4.5. | Dimensión de empatía en la percepción del servicio..... | 30 |
| Cuadro 4.6. | Dimensión de elementos tangibles en la percepción del servicio..... | 30 |
| Cuadro 4.7. | Aspectos generales acerca a la percepción del servicio..... | 31 |
| Gráfico 4.1. | Tabulación de encuesta..... | 27 |
| Figura 1. | Árbol de problemas..... | 34 |

RESUMEN

El objetivo de este estudio fue evaluar la calidad del servicio para poder determinar el grado de satisfacción de los usuarios del MIDUVI de la provincia de Manabí, ya que se tomó como punto de partida las constantes quejas por partes de los usuarios. El tipo de investigación fue descriptiva, no experimental, para lo cual se elaboró y aplicó un instrumento de recolección de datos a una muestra donde intervinieron 385 usuarios los cuales expusieron sus puntos de vistas y las mejoras que requieren. Para ello se aplicó una encuesta modificada al modelo multidimensional SERVQUAL instrumento que se basa en medir la calidad en cinco dimensiones que son: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles, esta fue adaptada a una encuesta que permitió medir los conocimientos de los clientes de los servicios que se brindan en esta entidad. Entre los hallazgos obtenidos, se destaca que existe un alto grado de satisfacción en los usuarios en cualquiera de sus categorías, teniendo así los niveles más altos de insatisfacción en las dimensiones de empatía (72%), y seguridad (61%) y dentro de sus debilidades estuvieron las dimensiones de tangibilidad (56%), fiabilidad (55%) y capacidad de respuesta (46%). Se concluye que el grado de satisfacción de los usuarios por la calidad del servicio que prestan la entidad es un estudio negativo.

PALABRAS CLAVES

Calidad del servicio, satisfacción del usuario, evaluación del servicio, plan de mejora.

ABSTRACT

The aim of this study was to evaluate the quality of service in order to determine the degree of user satisfaction in MIDUVI province of Manabí, and it was taken as a starting point the constant complaints by users. The research was descriptive, not experimental, for which it was developed and implemented a data collection instrument with a sample that involved 385 users who shared views and requirements to be improved. To do an amended multidimensional model SERVQUAL instrument is based on measuring the quality in five dimensions reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles and this was adapted to a survey that allowed to measure the knowledge of customers services provided in this state. Among the findings, emphasizes that there is a high degree of satisfaction in any category, thus having the highest levels of satisfaction in the dimensions of empathy (72%), and safety (61 %) and within best strengths were the dimensions of tangibility is (56 %), reliability (55 %) and responsiveness (46%). It is concluded that the degree of satisfaction with the quality of service provided the entity by this study is positive.

KEY WORDS

Service quality, satisfaction, service evaluation, improvement plan

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La calidad en el servicio se ha considerado uno de los asuntos más importante en el mundo de los negocios, el objetivo principal es cumplir con los requerimientos del cliente y cerciorarse de que todos los procesos de la organización contribuyan a satisfacer sus necesidades; por tal motivo para ser competitivos en el mundo actual hay que brindar bienes y servicios de alta calidad, la Constitución de la República del Ecuador 2008 la cual, en su Art.- 52 menciona que las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

Del mismo modo en el Art. 85 al referirse a las políticas públicas, servicios públicos y participación ciudadana se reconocen determinados aspectos relacionados con la calidad de los servicios públicos; entre ellos, la prestación de bienes y servicios públicos bajo el principio de solidaridad, la participación de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades en la formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios públicos.

Hoy en día los demandantes de servicio requieren calidad, continuidad y efectividad de los mismos. Para mejorar la calidad de los servicios se requiere de la aplicación de métodos y técnicas que permitan identificar las debilidades, fortalezas y poder aplicar el mejoramiento continuo, además se requiere de la decisión y el compromiso de las autoridades para llevarlo a cabo.

Según Morales (2009), la calidad del servicio es un elemento clave que permite crear herramientas que ayuden a ejecutar cada uno de los objetivos establecidos dentro de la institución, por lo que una de las principales estrategias debe ser establecer un plan de calidad, con una adecuada optimización de los recursos, reducción de costes y una mejora continua.

Pero no todo es perfecto en las instituciones públicas ya que existen dificultades las mismas que se deben cubrirse para el mejoramiento de los servicios, motivo por el cual es necesario realizar un modelo de mejoramiento de la calidad del servicio en el MIDUVI, el mismo que facilitará determinar las diferentes percepciones de los servicios en cuanto a la calidad que se refiere.

Por tal motivo la creación de este modelo permitirá conocer las áreas de la entidad que requieren un mejoramiento el cual contribuirá a brindar servicios de calidad y en el tiempo requerido a los clientes del Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda y cubrir los siguientes problemas: mejorar la percepción de la calidad de los servicios que se ofrecen, optimizar el tiempo y los recursos en la calidad de los procesos, en la eficiencia de los tiempos de espera, en las actitudes negativas de los servidores públicos y en la información brindada a los clientes, y en las instalaciones ofrecidas.

Debido a esta problemática en estudio se formula la siguiente interrogante:

¿La propuesta de un modelo de mejoramiento de calidad permitirá ofrecer servicios de calidad a los clientes del MIDUVI de la provincia de Manabí?

1.2. JUSTIFICACIÓN

En la actualidad todas las tareas sociales importantes, tratan sobre el desempeño económico, el cuidado de la salud, la educación o la protección del medio, la búsqueda de nuevos conocimientos o la defensa; se confían hoy a organizaciones dirigidas por sus propias administraciones. El desempeño de la sociedad moderna o incluso la supervivencia de cada individuo depende cada vez más del desempeño de estas instituciones.

La importancia de un modelo de mejoramiento de calidad, es relevante en un sentido práctico al detectar las oportunidades de crecimiento hacia la excelencia institucional, así mismo se espera contribuir en la aportación de un

plan de mejora que permita conducir a un mejor funcionamiento y desempeño de cada una de las actividades que se desarrollan en el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda para hacer frente a los problemas que se generan a causa de la inadecuada atención a los usuarios.

Por otro lado la investigación tiene sustento teórico y legal en la Ley Orgánica de Servicio Público en su Art. 2 determina que el servicio público tienen por objetivo proponer al desarrollo profesional, técnico y personal de las y los servidores públicos, para lograr el permanente mejoramiento, eficiencia, eficacia, calidad y productividad del Estado y normas que fundamentan el procedimiento de mejora de la calidad de servicio.

Al mismo tiempo en la guía de conducta para los Servidores Públicos del MIDUVI se debe cumplir con lo estipulado en el Art. 22 y 24 de la LOSEP, el mismo que puede emplearse para preparar a los empleados de la Institución en cuanto a la competitividad y mejorar la calidad de servicios a través de la intervención de los integrantes de la organización, en pro de los objetivos propuesto por la institución de esta forma eleva la eficiencia y el servicio.

En lo que respecta al ámbito económico la calidad en los servicios públicos tiene un papel fundamental sobre todo en lo que al ahorro y tecnología se refiere porque lleva implícita la reducción de tiempo de esperas, aumento de la productividad, mejora en la transparencia y responsabilidad que redundan en beneficios para la colectividad, convirtiéndose en una tarea permanente y dinámica que aporta un nuevo ambiente laboral, lo cual significa que no sólo se debe brindar un buen servicio, sino facilitar la accesibilidad de los usuarios a ellos.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Diseñar una propuesta de mejora que contribuya a elevar la calidad de los servicios a los clientes del MIDUVI de la provincia de Manabí.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar las bibliografías referidas a teorías de calidad de servicio y atención al cliente.
- Diagnosticar las necesidades de los clientes internos y externos para mejorar la calidad del servicio en el MIDUVI.
- Elaborar un plan de mejora que aporte a brindar servicios de calidad y en el tiempo requerido por los usuarios.
- Socializar el modelo de mejoramiento a la máxima autoridad del Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda de la provincia de Manabí.

1.4. IDEA A DEFENDER

Si se evalúa la calidad del servicio, se podrá elaborar un programa de mejoramiento en la atención al cliente del Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda de la provincia de Manabí.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

Este capítulo persigue como objetivo exponer y valorar desde un marco teórico, aquellos elementos que serán abordados en capítulos posteriores y que están vinculados a factores determinantes en la evaluación, análisis y diagnóstico de la calidad de los servicios en el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda de la provincia de Manabí.

2.1. CALIDAD

De acuerdo con Montaudon (2010) menciona que la calidad se refiere a la posibilidad de conjuntar esfuerzos para trabajar hacia un objetivo común, además está relacionada con el hecho de que la empresa comprenda las necesidades del cliente y las pueda satisfacer a través de un producto con precio, esquema de distribución y promoción adecuadas.

Se puede definir la calidad como el conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes, estas que no han sido atendidas por ninguna empresa pero que son demandas por el público es decir los clientes, además la calidad es el nivel de excelencia que la empresa ha escogido alcanzar para satisfacer a su clientela clave, representada, al mismo tiempo la medida en que se logra dicha calidad (Vértice, 2010).

A pesar de la diversidad en las definiciones se puede observar que existen elementos coincidentes referidos por los diferentes autores como: requisitos, cliente, satisfacción de expectativas, eficiencia, cumplimiento y un indiscutible enfoque hacia el logro de la satisfacción del cliente. En otras palabras, la persecución de un objetivo limitado puede comprometer la satisfacción del usuario, por tanto, la palabra calidad debe expresar un concepto global y unificador que cubra todo lo referente al objetivo de “excelencia” al que debe tender toda empresa.

2.2. CALIDAD EN EL SERVICIO

Según por Morrillo (2011) la calidad de los servicios se ha constituido en elemento fundamental de la oferta de muchos sectores de actividad administrativa, además representa un aspecto diferenciador, un atributo indispensable para los consumidores de un servicio determinado, donde la evaluación a dicha calidad se encuentra ubicada en el plano competitivo, en este sentido, es importante que los proveedores de servicio se preocupen por gestionar la calidad si desean tener éxito, mantener o incrementar sus utilidades o simplemente sobrevivir en un medio competitivo.

La calidad de los servicios se define como la excelencia de la atención al cliente durante todo el proceso de compra desde el contacto inicial hasta la entrega, prestación del bien o servicio, la mejora de la calidad se constituye un factor clave para las estrategias competitiva dirigidas a satisfacer a los clientes y conseguir lealtad de los mismos, por ello la medición de la calidad se ha convertido en un tema de investigación importante y se han desarrollado numerosas escalas de medida (Del Águila, 2012).

En forma general, se puede decir que la calidad del servicio es el grado en el que el servicio satisface las necesidades o requerimientos del consumidor, y en lo posible excederlos, lo que implica hacer las cosas necesarias bien y a la primera, con aptitud y espíritu de servicio. Además la calidad en el servicio se puede medir o diagnosticar a través de una evaluación para así determinar las percepciones del cliente referente a las dimensiones del servicio brindado. Por ello, en la calidad del servicio resulta importante las actitudes, la comunicación, forma de trato, garantías, percepciones, comportamientos, provenientes de las distintas personas que tratan con el cliente, siendo estos los que juzgan la calidad con la consiguiente carga subjetiva.

2.3. SERVICIO

El servicio constituye una distinción clave en el mercado, especialmente cuando la elección se hace entre productos que no se pueden diferenciar por ninguna otra dimensión significativa para el consumidor. Los bienes intangibles denominados servicios tienen una estructura inmaterial es decir, son aspectos que reciben los clientes de la empresa y sus empleados, a través de ellos se solucionan dificultades, carencias o necesidades particulares, por lo tanto el servicio se caracteriza por, ser intangible, es heterogéneo porque los servicios son prestados por seres humanos, por lo tanto varían de un proveedor a otro, no existe separación entre la producción y el consumo, ya que los servicios generalmente se producen al mismo tiempo que se están consumiendo, caduca los servicios al no ser productos que se puedan almacenar, deben utilizarse en el momento en que estén disponibles (Pérez, 2010).

Según menciona Dávila (2012) la distinción entre un servicio y un producto es el paradigma de que el cliente deriva el valor del servicio a través de un elemento intangible, para lo cual es necesario identificar las determinantes o dimensiones para ser capaz de especificar, medir, controlar y mejorar la calidad del servicio percibida por el cliente, sin embargo el objetivo principal es manipular a esta, esto es esencial para identificar aspectos que puedan influir potencialmente el juicio general del cliente sobre el servicio, estas dimensiones son una técnica de salida y una relacionada con los procesos.

Con las conceptualizaciones de los diferentes autores, se puede decir que los servicios son una actividad o una serie de actividades de naturaleza más o menos intangibles que se generan en la interacción que se produce entre el cliente y los empleados de servicios y los recursos o bienes físicos que se proporcionan como una solución a los problemas o necesidades de los clientes. Se puede concluir que los servicios son prestaciones y experiencias más que objetos, es decir los servicios no tienen existencia más que en la medida en que son producidos y consumidos, sin existir la posibilidad de inspeccionar el

servicio antes de adquirirlo, por lo tanto los servicios están basados en las actitudes, expectativas y percepciones individuales.

2.4. GESTIÓN DE LA CALIDAD TOTAL

De acuerdo con Fraiz (2012), la Gestión de la Calidad Total es un enfoque para la mejora continua de cada uno de los aspectos de la empresa, mejora las actividades la calidad interna y el rendimiento de las empresas calidad externa, permite a las instituciones lograr un mejora significativa en la satisfacción de los clientes, la satisfacción de los empleados, el impacto social y los resultados empresariales, permite superar las expectativas de los mismos, además este sistema pone énfasis en la satisfacción del cliente externo e interno, está impulsado por los beneficios o motivos que se derivan de la calidad, en el sentido que la mejora continua de los productos y servicios ofrecidos genera resultados positivos y medibles, como son mayores beneficios, ahorro de costes, incremento de cuota de mercado, proporciona una ventaja competitiva frente a los competidores.

El sistema de calidad ISO 9000 se utiliza para las mejoras de la administración y el aseguramiento de la calidad en las empresas, como un esquema globalmente reconocido para demostrar ante cualquier interesado, la confiabilidad de los bienes y servicios que ofrece un establecimiento productivo, incluso se afirma que es la columna vertebral sobre la cual se sustenta la calidad en las empresas más exitosas en el ámbito internacional (Vicher, 2012).

La norma ISO 9000 (2008) sostiene que la “calidad” debería ser una decisión estratégica que tome la alta dirección de la organización, teniendo como claros propósitos:

- Identificar y satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes y otras partes interesadas (empleados, proveedores, propietarios,

sociedad) para lograr ventaja competitiva y para hacerlo de una manera eficaz y eficiente.

- Obtener, mantener, y mejorar el desempeño global de una organización y sus capacidades.

Además las normas de calidad establecen ocho principios para la gestión de calidad:

- **Organización enfocada al cliente.-** las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberán comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer los requisitos y esforzarse por exceder sus expectativas.
- **Liderazgo.-** los líderes establecen unidad de propósito y dirección de la organización. Deben de crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en la consecución de los objetivos.
- **Participación del personal.-** el recurso humano es la esencia de una organización. Su total compromiso posibilita que sus capacidades sean usadas para el beneficio de la misma.
- **Enfoque al proceso.-** los resultados deseados se alcanzan más eficientemente cuando los recursos y actividades relacionadas se gestionan como proceso.
- **Enfoque del sistema hacia la gestión.-** identificar, entender y gestionar un sistema de procesos interaccionados para un objetivo dado, mejora la eficiencia y eficacia de la organización.
- **Mejora continua.-** debe ser un objeto permanente de la organización.

- **Enfoque objetivo para la toma de decisiones.**- las decisiones efectivas se toman en base a análisis de datos y en la información.
- **Relación mutuamente beneficiosa con el suministrador (proveedor).**- una organización y sus suministradores son interdependientes. Relaciones mutuamente beneficiosas intensifica la capacidad de ambos para crear valor.

Es criterio propio, que la Gestión de la Calidad Total se la considera como un sistema que busca mantener una ventaja competitiva a través del compromiso global de una organización y de la participación en equipo para así obtener la satisfacción de los consumidores o usuarios. Por tanto, el enfoque de la gestión de calidad total es una estrategia que abarca a todas las personas y a todos los procesos de la organización, con el objetivo de conseguir la excelencia institucional a través de la mejora continua de los servicios, proporcionando confianza tanto a la organización como a sus clientes, de su capacidad para proporcionar productos que satisfagan los requisitos de forma coherente.

2.5. EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

Para Ribeiro (2008) los clientes desean exactamente lo que desean, en el momento, en el lugar y la forma que lo desean. Por lo que una organización que aspire a dar a sus clientes lo que desean debe conocer e indagar en su mercado, además una forma de conocer la calidad de los servicios, es preguntándoles. Actualmente los instrumentos de medición han tomado la forma de cuestionarios, en donde se evalúan distintos elementos que forman parte del producto y del servicio (Shaq y Haynes, 2009).

La Ley Orgánica del Servicio Público (2010), en su CAPÍTULO III, Art. 9 dice: De la evaluación de la calidad de servicio público.- La evaluación de la calidad de servicio público consiste en el análisis y medición del nivel de cumplimiento de los parámetros establecidos en la presente norma; por parte de las instituciones. Además en el Artículo 76 inciso segundo dice: 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 los servidores públicos y el mejoramiento continuo de la calidad del servicio público prestado por todas las entidades, instituciones, organismos o personas jurídicas señaladas en el artículo 3 de esta Ley.

Es criterio de los autores, que la evaluación de la calidad percibida del servicio es el proceso de determinación del nivel de la calidad otorgada, el cual se materializa por la diferencia entre el nivel de expectativas y sus percepciones, en cada momento de la verdad del ciclo de servicio y tiene como resultado la valoración general del cliente o usuario medida a través del grado de satisfacción. Este proceso permite determinar la eficacia de la gestión de la calidad y debe abarcar las tres etapas que conforman el ciclo de vida de la calidad del producto o servicio, utilizando indicadores directamente relacionados con la satisfacción del cliente.

2.6. EL CLIENTE

Según Vértice (2010) el cliente clave es aquella persona que por sus expectativas y sus necesidades, impone a la empresa el nivel de servicio que debe alcanzar, también se denomina el público objetivo, actualmente los mercados se segmentan cada vez más como consecuencia de la diversidad creciente de los gustos y preferencias de los clientes.

Para Mallar (2010) menciona que una serie de cambios políticos y sociales han modificado los estilos de vida, revolucionando las áreas económicas y tecnológicas, es así que los clientes se vuelven cada vez más exigentes y la competencia se transformó en feroz, creando un marco en que la necesidad de mejorar el rendimiento operativo y el logro de la eficiencia se transforman en un imperativo estratégico.

Según los autores se define al cliente o usuario como la persona o conjunto de personas que satisface sus necesidades adquiriendo bienes y servicios generados en el proceso productivo por otra persona o conjunto de personas, es preciso delimitar que el usuario es la persona que se beneficia con la prestación de un servicio público, bien como propietario del inmueble en donde éste se presta o como receptor directo del mismo, a este último se le denomina también consumidor.

2.7. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Según García (2012) definen la satisfacción de cliente es una predicción de las intenciones futuras de volver a adquirir un servicio o producto, es de vital importancia determinar cuáles son los atributos que anteceden a este constructo, una clientela satisfecha repercute positivamente en la situación económica y competitiva en los mercados a través del incremento del volumen de adquisiciones de productos, el descenso de los costes de comunicación, la atracción de nuevos clientes, el bajo coste por el mantenimientos de un cliente fiel, la creación de barreras de entrada y la construcción de una marca.

La ISO 9001 (2008) en el apartado 8.2.1 la satisfacción del cliente puede definirse como el resultado de comparar las expectativas previas del cliente, puestas en los productos o servicios y en los procesos e imagen de la empresa, con el valor percibido al finalizar la relación comercial. Conocer la opinión de los clientes es fundamental para establecer posteriormente acciones de mejora en la organización.

Además la Constitución de la República del Ecuador (2008) en su Art. 52., dice que las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. Así mismo el Art. 53, manifiesta que las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas

usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación. El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

Como criterio personal en relación a los planteamientos antes descritos, es que aunque la satisfacción del cliente es un parámetro que parece sencillo de determinar por depender básicamente de dos aspectos como son las expectativas y percepciones; es bastante complejo, ya que involucra la manera como las personas perciben la calidad, lo cual lleva inmersos un sin fin de aspectos psicológicos que varían de cliente en cliente, incluso cuando se trata de prestar un mismo servicio.

2.8. MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Según Rodríguez (2012) el procedimiento para medir la satisfacción del cliente en empresas de servicio se sustenta en los siguientes principios tales como:

El mejoramiento continuo de la calidad este procedimiento que puede perfeccionarse cada vez más, para ello se establece la metodología para el mejoramiento continuo, basado en el Deming.

El aprendizaje se trata de crear habilidades en cuanto a los conocimientos, los valores, la cooperación, la comunicación y la motivación, en el personal de servicio, a través de su formación en aspectos generales de la calidad.

La creatividad se debe fomentar un ambiente que desarrolle las iniciativas referentes a la calidad en el marco del sistema de gestión de esta. La orientación al cliente se trata de que el servicio esté orientado hacia él, quien define la calidad desde su punto de vista.

El liderazgo de la dirección tiene que ver con el respaldo y la participación de la alta dirección en la creación de una política, con objetivos, misión y visión encaminados a la calidad.

La participación del personal se realiza a través de áreas de trabajo, equipos de mejora y comités de calidad entre otros.

La relación con el cliente es fundamental para el desarrollo y estabilidad de las organizaciones, tanto así que un alto nivel de satisfacción del cliente en una institución puede llevarla a beneficios como una mejor posición competitiva, aumentar su cuota en el mercado o a un impacto positivo en su desempeño financiero (Galvis, 2011).

Sin importar cuál es el método más utilizado para medir la satisfacción del cliente, lo verdaderamente importante es que el parámetro que sea aplicado constituya la principal fuente para determinar las expectativas y percepciones que tiene el consumidor o usuario con respecto al servicio, los cuales dependen de gran parte de sus necesidades y exigencias particulares.

2.9. EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DEL CLIENTE

Según Fernández (2010) el conocimiento del cliente y sus motivaciones son una parte muy importante para conocer al cliente, se la obtiene estudiando la base de datos que tiene la empresa, a través de esta la empresa obtiene una gran información sobre los hábitos de consumo o sobre las necesidades de los clientes, pero es insuficiente, pues no se tiene suficiente datos para averiguar o tener la certeza de que el cliente ha percibido bien la atención y el trato recibido, ni tampoco si ha quedado satisfecho, ni se aprecia todo el esfuerzo que se hace por él, ni el nivel de fidelización que tiene la institución, lo más adecuado es medir el nivel de satisfacción del cliente mediante la encuesta a través del área de servicio al cliente.

Medir la percepción del cliente externo es un recurso útil para la mejora continua, impulsa el trabajo de equipo, la toma de decisiones sustentadas en información confiable y oportuna, priorizando sus necesidades y satisfacción, por lo que medir la percepción del usuario es un trabajo que nunca termina nunca (Milina, 2011).

Tal como se ha expuesto en los puntos anteriores, la satisfacción es función de las expectativas y percepciones del cliente; es por ello que para efectos del presente estudio, resulta importante ver con más detenimiento estos dos parámetros. Se puede decir que la calidad de servicio necesita ser medida cuantitativamente, mediante la aplicación de un instrumento, para permitir al empresario evaluar y, posteriormente, mejorar la calidad de servicio percibida.

2.10. MINISTERIO DE DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA

De acuerdo a Izaguirre Vélez (2010) define al Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda como aquella entidad que busca asegurar un hábitat adecuado y sustentable incrementando los mecanismos para que las familias ecuatorianas puedan acceder a una vivienda digna, con énfasis en los grupos de atención prioritaria.

Los objetivos estratégicos del MIDUVI son Incrementar los mecanismos para que las familias ecuatorianas puedan acceder a una vivienda digna, con énfasis en los grupos de atención prioritaria. Intensificar las capacidades de los prestadores de servicios públicos de agua potable, alcantarillado y tratamiento de aguas residuales a nivel nacional. Aumentar las capacidades de los GAD's en la planificación y gestión de los asentamientos humanos en el territorio nacional (MIDUVI, 2014).

El gobierno de Ecuador a través del MIDUVI (Ministerio de desarrollo urbano y vivienda) ofrece este beneficio para la compra o mejoramiento de la vivienda, al

que pueden acceder los ecuatorianos mediante la recolección de los requisitos que se solicitan para obtener una vivienda.

2.11. MODELO SERVQUAL

Según Zeithaml y Bitner (2008) el modelo de SERVQUAL, es una técnica que sirve para ver el desempeño entre la calidad en el servicio y las necesidades del cliente. Este método sirve para medir para la mejora de la calidad en el servicio y servirá para determinar la primera parte del proceso para el control de la calidad. La clave de esto está en ajustar el cuestionario a las características específicas de cada servicio en cuestión, de modo que los resultados puedan identificarse directamente con la realidad de la empresa.

El modelo SERVQUAL es una herramienta que permite la evaluación de la calidad de los servicios, está compuesta por cinco dimensiones: La fiabilidad, definida como la prestación del servicio prometido de modo cuidado y estable en el tiempo; La capacidad de respuesta disposición del personal para prestar ayuda y servicio rápido a los usuarios; La seguridad atención, habilidades credibilidad y confianza; La empatía capacidad para entender la perspectiva del usuario; Los aspectos tangibles apariencia de la instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación (Morales, 2009).

Este modelo define la calidad del servicio como la diferencia entre las percepciones reales por parte de los clientes del servicio y las expectativas que sobre este se habían formado previamente. Además este instrumento permite aproximarse a la medición mediante la evaluación por separado de las expectativas y percepciones de un cliente, apoyándose en los comentarios hechos por los consumidores en la investigación.

2.12. HERRAMIENTAS DE DIAGNÓSTICO

El diagnóstico según Botero y Peña (2009) alude, en general, al análisis que se realiza para determinar cualquier situación y cuáles son las tendencias.

Esta determinación se realiza sobre la base de datos y hechos recogidos y ordenados sistemáticamente, que permiten juzgar mejor qué es lo que está pasando.

El diagrama de causa y efecto también conocido coloquialmente como árbol del problema, es una herramienta de análisis que se utiliza para categorizar causas potenciales de un problema o cuestión de manera ordenada, analizar qué es lo que está sucediendo realmente con un proceso y capacitar a los equipos, las personas acerca de nuevos procesos y procedimientos corrientes (Chang, 2010).

El plan de mejora se basa en una nueva filosofía de gestión que destaca el papel de las personas, como eje de las organizaciones, pone el acento en los procesos y en los resultados, revalorizado el gusto por el trabajo bien hecho, asume la ética de la responsabilidad ante los ciudadanos y ante la sociedad y promueve un dinamismo de las organizaciones e instituciones públicas orientado a su mejora continua (Espeñeira, 2012).

La finalidad del diagrama de causa y efecto es ayudar a los equipos de mejora a detectar los diferentes tipos de causas que influyen en un problema, seleccionar los principales y jerarquizarlos. Normalmente no se prevé cómo se va a comprobar que las medidas propuestas mejoran la situación o solucionan el problema para el que se elaboró el plan.

2.13. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación Cegarra (2012) se define como el proceso creador mediante el cual la inteligencia humana busca nuevos valores, su fin es enriquecer los distintos conocimientos del hombre, provocando acontecimientos que le hablan del porqué de las cosas, penetrando en el fondo de ellas con mentalidad exploradora de nuevos conocimientos.

Muchas veces se entiende por investigación cualquier tipo de diligencia para descubrir algo, pero con las definiciones antes expuestas de la investigación según los autores se puede definir a la investigación como una metodología científica que permite obtener información o conocimiento de un fenómeno o hecho a estudiar para la solución de un problema. Además la investigación es un medio por el cual, se indaga, averigua datos o se busca solucionar problemas lo que permitirá obtener nuevos conocimientos.

La investigación de campo según Sampieri (2009) consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. Los estudios descriptivos miden de forma independiente las variables, y aun cuando no se formulen hipótesis, las primeras aparecerán enunciadas en los objetivos de investigación.

La investigación no experimental según Sampieri (2009) hace referencia al tipo de diseños de investigación transaccional o transversal recolecta datos en un solo momento en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

Se puede concluir que este tipo de investigación se basa en informaciones o datos obtenidos directamente de la realidad donde ocurre la problemática planteada, es decir en el lugar de los hechos, la cual permitirá verificar las condiciones de la problemática, haciendo posible su revisión y análisis. De acuerdo a lo antes mencionado, esta investigación se clasifica del tipo descriptiva ya que busca estudiar las características importantes de la investigación de manera que se describen cada uno de los entornos en donde esta herramienta es capaz de ejecutar todos los procesos necesarios para generar la distribución. La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables.

CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO

3.1. UBICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se llevó a cabo en el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda de la provincia de Manabí, el mismo que se encuentra ubicado en la Av. Metropolitana, Eloy Alfaro km 1 ½ vía a Manta.

3.2. DURACIÓN

El tiempo de duración para efectuar la propuesta de un modelo de mejoramiento de la calidad del servicio al cliente del MIDUVI de la provincia de Manabí fue de nueve meses, tiempo en el que se estructuró y se sustentó de manera teórica el modelo que permitió realizar dicha propuesta.

3.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Para la realización de este trabajo se aplicaron diferentes metodologías a las personas vinculadas directa e indirectamente a la actividad que desarrolla Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda de la provincia de Manabí.

El tipo de diseño de la investigación se fundamentó en un estudio no experimental, de campo, descriptivo y evaluativo que generó la información para desarrollar el trabajo; basándose en datos que se obtuvieron por indagación a expertos referentes a las condiciones actuales de la institución que permitieron la realización de una evaluación objetiva bajo una serie de criterios.

- **NO EXPERIMENTAL.-** la investigación fue no experimental, ya que se basó en observaciones de las situaciones existentes y en su contexto natural; así como de la información suministrada para luego realizar el análisis de estas.

- **DE CAMPO.-** porque se obtuvo información de las personas indicadas y a la vez se recogió la información en su ambiente natural, dado que el proceso de investigación se desarrolló en un lugar específico en este caso en el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda.

- **DESCRIPTIVA.-** la investigación se caracterizó por ser de tipo descriptiva, ya que a través de este se pudo describir, registrar, analizar e interpretar la situación actual de la empresa y así poder plasmar lo mejor posible con la información más fiel de lo que es el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda.

3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Entre las técnicas e instrumentos que se utilizaron en el presente trabajo fueron:

La guía de observación, permitió registrar la descripción detallada de la entidad y de los servicios que brinda a la colectividad el MIDUVI, que concedió obtener información verídica del hecho investigativo, la misma que se convirtió como guía técnica directa en la recolección de la información, permitiendo consignar las observaciones correspondientes a las actividades que llevan a cabo los jefes departamentales de la unidad; además la aplicación de esta técnica sirvió como registro observacional, para verificar y dar confiabilidad a la información obtenida por otras fuentes.

Otros instrumentos que se utilizaron, fueron las encuestas dirigidas a los usuarios consumidores del servicio, que permitieron determinar el grado de satisfacción de cada uno de ellos respecto a la percepción de los servicios brindados por el MIDUVI de la provincia de Manabí.

Así como la herramienta servqual la misma que permitió de una manera directa medir en cinco dimensiones el servicio que ofrece la entidad a la colectividad y de esta manera buscar los cambios necesarios para las fallas en las que se están incurriendo y poder brindar servicios de calidad y calidez en el tiempo

requerido por los usuarios. Además nos permitirá evaluar a la entidad de manera directa permitiéndole una comparación directa con otras organizaciones dedicadas a las mismas actividades.

Esta investigación se apoyó, en la elaboración del árbol de problema basado en el diagrama causa-efecto plasmado por Kaoru Ishikawa (1943) el cual fue una ayuda importante para facilitar el análisis de problema y sus soluciones en la calidad de los servicios, dado que es una forma de organizar y representar las diferentes teorías propuestas sobre la causas del problema a investigar y se utiliza en las fases de diagnóstico y solución.

3.5. UNIVERSO Y MUESTRA

La población total para la muestra de los usuarios fue de 280.029.

Para obtener el tamaño de la muestra de los clientes fue preciso utilizar una fórmula estadística relacionada con las poblaciones finitas, en donde se utilizó un nivel de confianza del 95% (ANEXO 2), un margen de error del 5% y en cuanto a las variabilidades la positiva se consideró como el 50% y la negativa del otro 50%.

La fórmula para determinar esta muestra fue la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot N}{Ne^2 + Z^2 p \cdot q} \quad [3.1]$$

Dónde:

n = Muestra

z= Nivel de Confianza (1.96)

p= Variabilidad positiva (0.5)

q= Variabilidad negativa (0.5)

e= Error (5%)

N= Tamaño de la población

3.6. VARIABLES DE ESTUDIO

Las variables de estudio, se basarán en la siguiente idea a defender:

<<Si se elabora un modelo de mejoramiento de calidad, se podrá ofrecer mejores servicios en el MIDUVI de la provincia de Manabí>>

- **VARIABLE INDEPENDIENTE:** Elaboración de una modelo de mejoramiento de calidad.
- **VARIABLE DEPENDIENTE:** Mejorar la calidad servicios.

3.7. PROCEDIMIENTO

En lo que respecta a los procedimientos que se llevaron a cabo para la elaboración de un modelo de mejoramiento de calidad, se trabajó con el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda de la provincia de Manabí.

Las fases que se ejecutaron para poder determinar el grado de satisfacción de los usuarios fueron las siguientes:

PRIMERA FASE: ANALIZAR LAS BIBLIOGRAFÍAS REFERIDAS A TEORIAS DE CALIDAD DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE

Para tener conocimiento amplio de lo que es calidad de servicios y la atención al cliente se realizaron consultas continuas en libros e investigaciones realizadas con anterioridad de los servicios que brinda el MIDUVI de la provincia de Manabí, además se utilizaron herramientas que permitieron tener una visión más amplia de los campos de acción donde se desenvuelve la entidad.

SEGUNDA FASE: DIAGNOSTICAR LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES INTERNOS Y EXTERNOS PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL MIDUVI

La realización de esta fase se basó en las visitas continuas, para así identificar los posibles problemas respecto a la satisfacción por la calidad de los servicios, procesándolos y analizándolos con la finalidad de que dichos resultados permitan la esquematización para a evaluación de la calidad de los servicios.

En esta fase se utilizó la técnica de la encuesta y el método SERVQUAL el cual se elabora bajo cinco dimensiones que son los elementos tangibles que se encarga de medir las instalaciones físicas, equipos, los empleados con los que cuenta, la fiabilidad que se mide mediante la habilidad de prestar los servicios de manera precisa, la capacidad de respuesta mediante el deseo de ayudar a los clientes y servir de forma rápida; la seguridad que consiste en la habilidad para transmitir confianza a los clientes y por último la empatía que es la atención individualizada al cliente.

Además de la utilización del árbol de problema que es una herramienta que nos permitió identificar el problema de estudio, ya que a través del se identifican las causas y efectos a tratar y las relaciones entre ellas, además sirve para conseguir soluciones exactas a problemas planteados de una manera ágil y eficaz.

TERCERA FASE: ELABORAR UN PLAN DE MEJORA QUE APORTE A BRINDAR SERVICIOS DE CALIDAD Y EN EL TIEMPO REQUERIDO POR LOS USUARIOS

El desarrollo de un plan de mejoras fue una fuente fundamental para el MIDUVI de la provincia de Manabí porque le permitió renovar los procesos que ellos realizan, lo cual hace que la entidad esté en constante actualización;

permitiéndoles que sean más eficientes y competitivos, fortalezas que le ayudarán a ofrecer un servicio de calidad.

A través del plan de mejora se dará credibilidad al proceso de evaluación, para evitar que se convierta en un proceso burocrático, que no arraigue o que se vuelva repetitivo.

Por lo tanto, el plan de mejora tiene que ser una herramienta realmente enfocada hacia la acción, y hay que evitar que se convierta en un gran documento formalista o, simplemente, en una serie de buenas voluntades, deseos y aspiraciones.

CUARTA FASE: SOCIALIZAR EL MODELO DE MEJORAMIENTO A LA MÁXIMA AUTORIDAD DEL MINISTERIO DE DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA DE LA PROVINCIA DE MANABÍ

El plan de mejora, implicó crear oportunidades para perfeccionar la calidad en la entrega de servicios públicos; para responder adecuadamente a las necesidades organizacionales y satisfacer así a los usuarios. Esta razón en particular hace necesario que se sociabilice a los directivos del Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda de la provincia de Manabí los resultados que se obtendrían en aplicar dicho plan, las mismas que de manera periódica sirva para solucionar los posibles problemas detectados por la evaluación de la calidad de los servicios.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo se presenta el análisis de los resultados obtenidos, luego de la tabulación de datos obtenidos de las encuestas aplicadas a los sujetos que integran la población en estudio. El cuestionario se aplicó a 385 personas usuarias del servicio, que conforman la muestra del total de la población del cantón Portoviejo. Dando cumplimiento a objetivos planteados en este estudio se precisó diagnosticar las causas-efectos del problema, que analizados permitieron establecer soluciones que sirvieron de base en la elaboración de un modelo de mejora a la calidad del servicio en los diferentes departamentos del Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda, mediante la puesta en marcha del método SERVQUAL la misma que se basa en el estudio estratégico de cinco dimensiones las misma que permiten obtener información precisa y verídica del hecho de estudio.

La aplicación de estos instrumentos en la evaluación de la calidad de los servicios del Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda del cantón Portoviejo fue con la finalidad de detectar de forma generalizada el grado de satisfacción de los usuarios. A continuación se presenta la discusión e interpretación de los resultados obtenidos de acuerdo a la percepción de los usuarios con respecto a la calidad del servicio prestado.

4.1. DIAGNÓSTICAR LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES INTERNOS Y EXTERNOS

Se expone la búsqueda, porcentaje y el grado de mejoramiento de la institución, es que de vital importancia que se expongan las necesidades y los cambios que necesitan los trabajadores de la entidad. Además se pretende establecer si las necesidades de los clientes que cubren en su totalidad, todo esto mediante la utilización de métodos, técnicas y herramientas especializadas en la investigación.

4.1.1. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

Para la puesta en marcha de esta fase fue necesario realizar un muestreo el cual consiste en tomar una parte de la población, en este caso el total corresponde a 385 personas, las mismas que son conocedoras de los servicios que ofrece el MIDUVI a la colectividad.

Luego se realizó la encuesta la cual poseía preguntas de mucha importancia para poder medir el grado de satisfacción de los usuarios cuando requieren algún servicio por parte de la entidad y estas se realizaron en un total de 7 preguntas en donde se evalúa la atención al cliente, comunicación utilizada, calidad en las respuestas, entre otras dimensiones que se detallan a continuación.

Una vez realizada las encuestas al total de personas de la muestra se procedió a realizar la tabulación y el correspondiente informe con gráficas, análisis y conclusiones.

Cuadro 4.1. Resultados de las preguntas efectuadas a los usuarios de la institución.

| CATEGORIAS | ATENCIÓN BRINDADA | | COMUNICACIÓN UTILIZADA | | SOLICITUD DE INFORMACIÓN | | RESPUESTA A LAS NECESIDADES | | PRONTITUD EN LA ATENCIÓN | | RECLAMOS Y SUGERENCIAS | | CUMPLIMIENTO DE NORMAS | |
|--------------------|-------------------|------------|------------------------|------------|--------------------------|------------|-----------------------------|------------|--------------------------|------------|------------------------|------------|------------------------|------------|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| Muy Satisfactorio | 77 | 20 | 80 | 21 | 5 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 25 | 6 |
| Satisfactorio | 80 | 21 | 60 | 16 | 60 | 16 | 60 | 16 | 60 | 16 | 60 | 16 | 170 | 44 |
| Neutra | 100 | 26 | 90 | 23 | 90 | 23 | 90 | 23 | 200 | 52 | 70 | 18 | 70 | 18 |
| Poco Satisfactorio | 120 | 31 | 140 | 36 | 200 | 52 | 180 | 47 | 70 | 18 | 200 | 52 | 90 | 23 |
| Insatisfactorio | 8 | 2 | 15 | 4 | 30 | 8 | 55 | 14 | 55 | 14 | 55 | 14 | 30 | 8 |
| TOTAL | 385 | 100 | 385 | 100 | 385 | 100 | 385 | 100 | 385 | 100 | 385 | 100 | 385 | 100 |

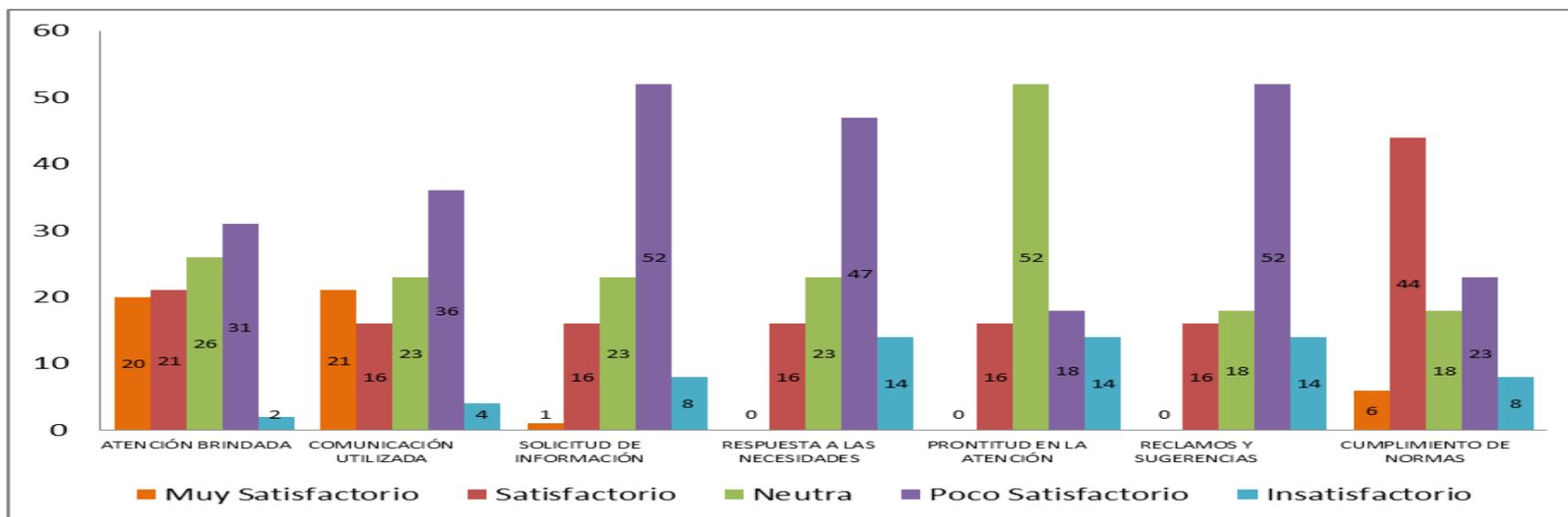


Gráfico 4.1. Tabulación de encuesta

4.1.2. ANÁLISIS DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS TRABAJADORES

La satisfacción de los clientes produce calidad percibida en los servicios; otros consideran la calidad del servicio como el vehículo para la satisfacción de los clientes. Una explicación sería la aportada por Hoffman y Bateson (2006) que define que la satisfacción contribuye a los consumidores a formular sus percepciones acerca de la calidad de los servicios.

Schiffman y Lazar (2005) señalan que los usuarios juzgan la calidad de un producto o servicio tomando como base las diferentes señales de información que han llegado a asociar con dicho producto. A continuación se presenta la discusión e interpretación de los resultados obtenidos de acuerdo a la percepción de los usuarios con respecto al grado de satisfacción por la calidad del servicio prestado por el MIDUVI de la provincia de Manabí.

Cuadro 4.2 Dimensión de fiabilidad en la percepción del servicio

| Fiabilidad | Total | Siempre | Casi siempre | A veces | Pocas veces | Nunca |
|--|--------------|----------------|---------------------|----------------|--------------------|--------------|
| La dirección financiera realiza la labor esperada con seguridad y de manera correcta | 270 | 12% | 9% | 23% | 25% | 31% |
| La dirección financiera dirige el trabajo de manera eficaz | 115 | 16% | 7% | 24% | 20% | 33% |
| TOTAL | 385 | 14% | 8% | 23% | 23% | 32% |

Tal y como se observa en el cuadro 4.2 los usuarios de los servicios del MIDUVI una percepción negativa acerca de la manera en como dirigen las actividades y el correcto direccionamiento de las mismas por el personal financiero. Siendo los resultados obtenidos como en un negativo 22%, un 23% mediamente y un 55% positivo.

Cuadro 4.3. Dimensión de capacidad de respuesta en la percepción del servicio.

| Capacidad de respuesta | Total | Siempre | Casi siempre | A veces | Pocas veces | Nunca |
|---|--------------|----------------|---------------------|----------------|--------------------|--------------|
| El personal de la unidad se muestra dispuesto a ayudar a los usuarios | 120 | 17% | 13% | 21% | 22% | 27% |
| El personal de la unidad agiliza los trámites de los servicios requeridos | 80 | 31% | 10% | 19% | 16% | 24% |
| El trato del personal con los usuarios es considerable y amable | 65 | 14% | 10% | 30% | 18% | 28% |
| La unidad da respuesta rápida a las necesidades y problemas de los usuarios | 120 | 14% | 7% | 31% | 22% | 26% |
| TOTAL | 385 | 19% | 10% | 25% | 20% | 26% |

Esta dimensión destaca la atención y la prontitud para hacerle frente a las solicitudes y a los problemas de los clientes. La responsabilidad también comprende la noción de flexibilidad y la capacidad para personalizar el servicio a las necesidades del usuario. En este orden de ideas, se observa en el Cuadro 4.3, la percepción manifestada por los usuarios en cuanto a la capacidad de respuesta del servicio (disponibilidad de ayuda, trato personalizado, agilización de trámites, entre otros.) fue de carácter negativa, en un 46%, mientras tanto la satisfacción se considera positivo en un 29% y moderado en un 25% debido a que pocas veces la unidad muestra responsabilidad en la prestación de servicios.

Cuadro 4.4. Dimensión de seguridad en la percepción del servicio

| Seguridad | Total | Siempre | Casi siempre | A veces | Pocas veces | Nunca |
|--|--------------|----------------|---------------------|----------------|--------------------|--------------|
| El personal está totalmente calificado para las tareas que tiene que realizar. | 155 | 11% | 8% | 28% | 19% | 34% |
| El personal da una imagen de honestidad y confianza en la prestación de servicios. | 230 | 6% | 3% | 22% | 25% | 44% |
| TOTAL | 385 | 8% | 6% | 25% | 22% | 39% |

En cuanto a la percepción de la dimensión seguridad en el servicio, en el Cuadro 4.4 se observan los resultados obtenidos, destacándose la percepción

negativa (61%). Por otra parte el 25% de usuarios se sienten moderadamente satisfechos y el 14% en una escala positiva respecto al grado de seguridad para prestar los servicios ofrecidos por el MIDUVI.

Cuadro 4.5. Dimensión de empatía en la percepción del servicio

| Empatía | Total | Siempre | Casi siempre | A veces | Pocas veces | Nunca |
|---|--------------|----------------|---------------------|----------------|--------------------|--------------|
| El horario de la unidad asegura que se pueda contar con ella siempre que se necesite. | 134 | 7% | 7% | 23% | 32% | 31% |
| La unidad conoce los intereses y necesidades de los usuarios. | 131 | 7% | 2% | 15% | 31% | 45% |
| La unidad informa de una manera clara y comprensible a los usuarios. | 120 | 9% | 4% | 12% | 26% | 49% |
| TOTAL | 385 | 7% | 4% | 17% | 30% | 42% |

La empatía se define como la atención cuidadosa e individualizada donde la organización le brinda y transmite a sus clientes un servicio personalizado o adecuado y le genera la idea de ser únicos y especiales. De acuerdo a los resultados obtenidos, se destaca la percepción negativa manifestada en brindar atención a los intereses y necesidades de los usuarios. Resultados que se evidencian en el análisis de satisfacción como: escala negativa un 72%, escala positiva un 11% y en escala moderada en un 17% en lo que concierne al horario de atención, conocimiento de necesidades y de la información brindada de manera clara y comprensible.

Cuadro 4.6. Dimensión de elementos tangibles en la percepción del servicio

| Bienes tangibles | Total | Siempre | Casi siempre | A veces | Pocas veces | Nunca |
|--|--------------|----------------|---------------------|----------------|--------------------|--------------|
| El personal cuenta con materiales suficientes para llevar a cabo su trabajo. | 115 | 11% | 17% | 9% | 22% | 41% |
| El personal dispone de tecnología adecuada para realizar su trabajo. | 270 | 7% | 7% | 37% | 24% | 25% |
| TOTAL | 385 | 9% | 12% | 23% | 23% | 33% |

El grado de satisfacción de los usuarios en cuanto a los elementos tangibles, es decir la parte visible de la oferta del servicio que transmite representaciones físicas o imágenes del servicio fue negativa. En el cuadro 4.6, se observa que los usuarios en un 56% se sienten insatisfechos por la disponibilidad adecuada de materiales y medios tecnológicos en la prestación de servicios. En tanto que un 23% de los usuarios se sienten medianamente satisfechos y un 10% satisfechos.

Cuadro 4.7 Aspectos generales acerca a la percepción del servicio

| Aspectos generales | Total | Siempre | Casi siempre | A veces | Pocas veces | Nunca |
|---|------------|------------|--------------|------------|-------------|------------|
| Ha observado mejoras en el funcionamiento general de la Dirección Financiera. | 154 | 15% | 15% | 35% | 17% | 18% |
| Se siente satisfecho por la calidad de servicio que brinda la dirección financiera. | 231 | 14% | 3% | 17% | 35% | 31% |
| TOTAL | 385 | 15% | 9% | 26% | 26% | 24% |

En cuanto al grado de satisfacción del usuario, cabe mencionar que según las encuestas realizadas, tenemos que un 50% de los usuarios se encuentran completamente insatisfechos y que unos de los factores más importantes ante esta deficiencia es la calidad en la prestación del servicio y de las acciones negativas que tiene la dirección financiera en mejorar día a día. Solo un 24% de los usuarios tienen una satisfacción positiva y el 26% una satisfacción mediana.

ANÁLISIS GENERAL

El estudio sobre la medición de la satisfacción desde la evaluación de la calidad del servicio según las dimensiones de la calidad analizadas, se puede apreciar que existe un alto grado de insatisfacción en los usuarios en cualquiera de sus categorías, teniendo así en las dimensiones de empatía (72%), y seguridad (61%) los niveles más altos de deficiencia, y dentro de sus

debilidades estuvieron las dimensiones de tangibilidad (56%), fiabilidad (55%) y capacidad de respuesta (46%); resultados contrarios a la investigación realizada por Casalino (2008) en donde la dimensión confiabilidad mostró como resultado una insatisfacción de 55,64%, y las dimensiones tangibles (52,42%), seguridad (47,66%), respuesta rápida (43,95%) y empatía (41,53%) tuvieron un nivel de satisfacción positiva.

Sin embargo, al evaluar al personal que presta sus servicios en las grandes superficies de la ciudad Ibagué y ponderar los resultados determinó que el nivel de satisfacción de los clientes es del 58%, siendo un nivel bajo el que refleja la insatisfacción de los clientes, en donde la insatisfacción se acentúan en aspectos como la agilidad en la respuesta, el interés del empleado en la situación del cliente y la efectividad en la solución.

Además en una evaluación de la calidad del servicio desarrollada por Atención y González, (2007) en la editorial de la Universidad de Zulia se puede observar como la satisfacción de la calidad es considerada aceptable a nivel de los indicadores de fiabilidad, empatía y capacidad de respuesta, mientras que en la dimensión tangibilidad y seguridad el nivel de satisfacción es bajo. Debe notarse que los mencionados estudios siguieron una misma metodología de medir la satisfacción del usuario.

En general los resultados de esta investigación comparados con los antes citados muestran que aunque los usuarios evalúen mal determinadas variables de la atención brindada por el MIDUVI, tienden a calificar en términos más bien negativos la calidad del servicio.

4.1.3. ÁRBOL DEL PROBLEMA

De acuerdo al estudio realizado y mediante la elaboración del árbol del problema, se manifiesta en forma clara que la deficiencia que presenta el MIDUVI se basa en que no brindar una adecuada atención a sus usuarios en lo que respecta a los servicios que brinda, por lo cual se exponen que las principales causas son:

- Inadecuación en los sistemas que permitan cubrir necesidades.
- Deficiente trabajo en equipo en la prestación del servicio.
- Inexistencia de entrega oportuna de requerimientos y servicios.
- No se cubren las necesidades expuestas por los clientes.
- Escases en el talento humano y tecnológico.

Estas causas son las que dieron pauta a presencia de efectos que muestran la insatisfacción de los usuarios del MIDUVI en los servicios que buscan de la misma; es por tal motivo que se representan en la siguiente gráfica de forma clara y precisa.

EFFECTOS

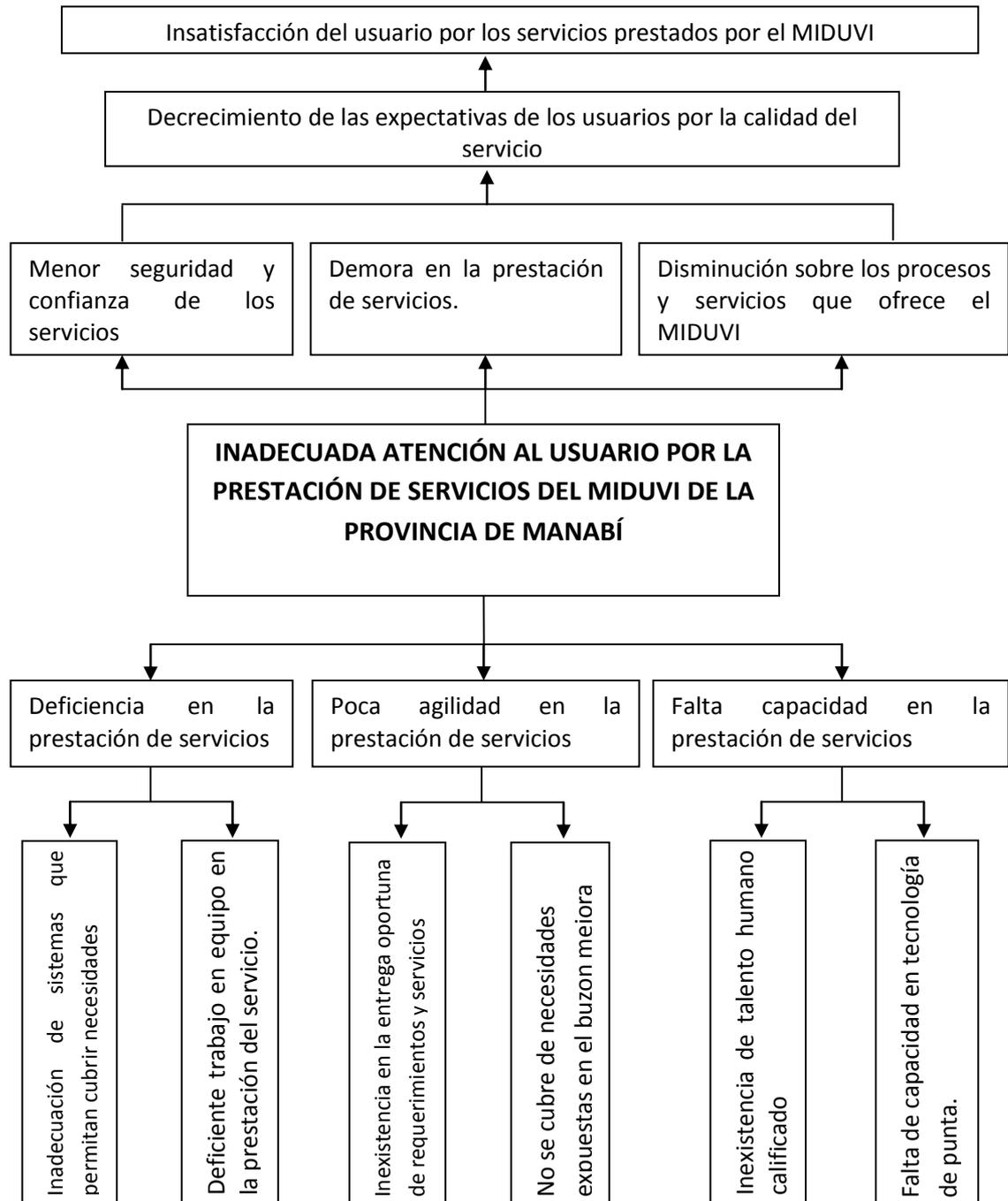


Figura 1. Árbol de problemas

4.2. ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MEJORA

Es el paso fundamental de toda una investigación que permitió crear un Plan el cual contribuirá de manera organizada y precisa en el mejoramiento de los servicios para los clientes, como en los puestos de trabajo para incrementar de esta manera servicios ágiles y precisos que cubran necesidades.

Es por ello que cada uno de estos requerimientos, es de vital importancia cubrir no solo las necesidades de los usuarios, sino la de los propios trabajadores que son el eje central para un buen funcionamiento y desarrollo de cada actividad dentro y fuera de institución.



**PLAN DE MEJORA EN LA CALIDAD DE LOS
SERVICIOS BRINDADOS A LOS CLIENTES
DEL MIDUVI**

“La calidad del servicio depende de la
calidad personal”

RESPONSABLES:

ALMEIDA QUIJIJE MARIA LEONELA
ZAMBRANO MACIAS YENNY MONSERRATE



RESUMEN EJECUTIVO

Las empresas que prestan servicios, son aquellas organizaciones destinadas a cuidar intereses o satisfacer necesidades de los clientes, las mismas que deben poseer una imagen que ofrezca respaldo, confianza, que permita a la organización y al futuro o actual de sus clientes, sentir la calidad y la seguridad de sus servicios; la primera impresión informativa debe ser ecuánime, clara y precisa, ya que de ello dependerá el establecimiento de adecuados canales de interacción, premisa válida en todos los momentos de la etapa vital de la empresa pero también en aquellos casos en los que se busca consolidarse como institución.

Para lograr lo anterior, las empresas deberán ser cautelosas en lo que respecta a las acciones que debe emprender para lograr la satisfacción de los clientes y una de las alternativas está dada en razón de la aplicación de principios gerenciales pertinentes a la vez que la búsqueda de apoyo en los procesos tecnológicos de avanzada, ingredientes con los cuales se garantizará la satisfacción de aquellos sectores identificados como clientes internos y clientes externos.

Para lograr lo anterior, se busca la incorporación del componente tecnológico como herramienta de gran valor cuando se trata de solucionar los problemas empresariales, así como también en la aplicación de los componentes teóricos ligados a la gerencia, ambos componentes dirigidos a establecer un adecuado equilibrio que conduzca a la consolidación de la calidad total y la eficiencia, deseable para toda empresa que busca la rentabilidad, sin olvidar la importancia que tiene la satisfacción del cliente servido.



INTRODUCCIÓN

La propuesta de este plan de mejora tiene por objeto servir de apoyo a la gestión de la calidad de los servicios brindados a los clientes del MIDUVI y por tanto alcanzar el éxito institucional basado en la prestación de servicios de calidad.

Este plan integra la decisión estratégica sobre cuáles son los cambios que deben incorporarse a los diferentes procesos que se llevan a cabo en dicha entidad, para que sean traducidos en un mejor servicio percibido por sus usuarios. Dicho plan además de servir de base para la detección de mejoras, debe permitir el control y seguimiento de las diferentes acciones a desarrollar, así como la incorporación de acciones correctoras antes posibles contingencias no previstas.

Además para que los ciudadanos estén satisfechos es preciso que la información y el servicio sean accesibles, 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 este plan de mejora permitirá al MIDUVI identificar las causas que provocan debilidades detectadas, 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.



JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

En este mundo de constantes cambios, las empresas enfrentan grandes desafíos que las obligan a modernizar sus labores administrativas, con el fin de guiar a su personal hacia la realización de sus actividades de forma más eficiente. Hoy en día, para lograr sobrevivir total o parcialmente en el mercado, es de vital importancia que las empresas brinden especial atención a las expectativas y percepciones de los clientes respecto a los servicios requeridos por ellos, ya que esto les permitirá innovar en la satisfacción de las necesidades de los usuarios.

El MIDUVI, por considerarse empresa pública con autonomía propia y descentralizada, necesita establecer un plan que promueva cambios que beneficien e involucren a todos los que laboran dentro de ella, para lograr alcanzar la excelencia institucional en lo que se refiere a brindar servicios de calidad. El desarrollo del plan de mejora traerá beneficios para todo el personal, ya que al ponerlo en práctica, se darán resultados positivos, tales como:

- Los empleados resolverán los problemas con mayor rapidez.
- Aumento de la productividad y optimización de los recursos para lograr las metas establecidas.
- Existirá mayor participación entre los empleados.
- Se logrará mejorar la calidad en los servicios, pues los empleados hacen propia la cultura de mejora continua.



GENERALIDADES DEL PLAN

OBJETIVO GENERAL

Brindar al MIDUVI, una herramienta administrativa, objetiva, clara y sencilla, basada en un Plan de Mejora Continua como estrategia que contribuya a prestar servicios de calidad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Mejorar los procesos y competencias en el ámbito laboral, conociendo cada una de las áreas que forman parte de la misma.
- ✓ Proveer al personal de las diferentes áreas, las oportunidades necesarias para su desarrollo profesional dentro de la institución.
- ✓ Lograr una mayor eficiencia y productividad en la prestación de servicios a los usuarios.
- ✓ Satisfacer las necesidades de los usuarios con respecto a la calidad.



DIAGNÓSTICO DEL MIDUVI

MISIÓN

Formular normas, políticas, directrices, planes, programas y proyectos de hábitat, vivienda, agua potable, saneamiento y residuos sólidos, a través de una gestión eficiente, transparente y ética para contribuir al buen vivir de la sociedad ecuatoriana.

VISIÓN

Ser el eje estratégico del desarrollo social a nivel nacional, a través de la conformación de un Sistema Nacional de Asentamientos Humanos y ciudades incluyentes, solidarias, participativas y competitivas, para garantizar un hábitat sustentable de la sociedad ecuatoriana.

VALORES

EQUIDAD: Como principio que garantiza la justicia social y que asegura el adecuado acceso a los recursos para el buen vivir. En el aspecto económico la equidad significa la distribución justa de la riqueza entre los miembros de una sociedad. En el aspecto social significa construir las condiciones que permitan una relación de igualdad entre los miembros de una sociedad, reconociendo las diferencias etarias, de género, culturales, sociales y económicas. En relación al tema habitacional la equidad implica crear las condiciones que garanticen el acceso universal al derecho a la vivienda, la ciudad y el hábitat.



SOLIDARIDAD: La solidaridad significa un apoyo comprometido. En relación al tema habitacional, la solidaridad implica el apoyo sostenido a los sectores menos favorecidos a partir de compromisos sociales y política públicas.

TRANSPARENCIA: Implica garantizar los mecanismos para el acceso democrático de la información sobre los procesos de planificación, diseño y evaluación de las políticas, programas y acciones públicas en materia de vivienda, asentamientos humanos y hábitat.

RESPONSABILIDAD: La responsabilidad es un concepto bastante amplio, que guarda relación con el asumir las consecuencias de todos aquellos actos que realizamos en forma consciente e intencionada. Se trata de uno de los valores humanos más importantes, el que nace a partir de la capacidad humana para poder optar entre diferentes opciones y actuar, haciendo uso de la libre voluntad, de la cual resulta la necesidad que asumir todas aquellas consecuencias que de estos actos se deriven.

CORRESPONSABILIDAD: Compromiso compartido entre el Estado y la Sociedad para asumir el reto de contribuir al ejercicio pleno del derecho a la vivienda, la ciudad y el hábitat como elemento constitutivo del buen vivir.

LEALTAD: La lealtad es hacer aquello con lo que uno se ha comprometido aun entre circunstancias cambiantes, es un corresponder, una obligación que se tiene con los demás, es considerado un compromiso que desarrolla confianza.

HONESTIDAD: La honestidad es una cualidad humana que consiste en comportarse y expresarse con coherencia y sinceridad, y de acuerdo con los valores de verdad y justicia.

PROPUESTA DE UN MODELO DE MEJORA PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE

| DIMENSIONES | DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA | CAUSAS QUE PROVOCAN EL PROBLEMA | OBJETIVOS A CONSEGUIR | BENEFICIOS ESPERADOS |
|-------------------------------|--|---|--|---|
| FIABILIDAD | Deficiencia en la prestación de servicios. | Prestación de servicios de manera incorrecta. | Desempeñar de manera correcta el servicio a la primera vez. | Brindar servicios de calidad que cubran necesidades básicas. |
| | | Inadecuado procesos en la dirección del trabajo. | | |
| SEGURIDAD | Falta de talento humano calificado | No contar con el personal calificado según las competencias. | Fortalecer la capacidad de recursos humanos mediante capacitaciones en atención al cliente. | Disponer de personal competente que brinde seguridad y confianza en la atención a usuarios. |
| | | Incorrecta prestación en los servicios que brinda. | | |
| CAPACIDAD DE RESPUESTA | Demora en la prestación de servicios. | Tiempo de espera prolongada en la atención a los usuarios. | Brindar el servicio con prontitud a los usuarios | Proporcionar respuesta oportuna en la prestación de los servicios a los usuarios. |
| | | Falta de disponibilidad de ayuda a los requerimientos de los usuarios | | |
| EMPATÍA | Deficiencia en mantener informados a los usuarios del tiempo estimado en la entrega de los servicios | Falta de información de manera clara y precisa de los procedimientos a los usuarios. | Mejorar la cultura organizacional del MIDUVI. | Mejorar la calidad y cobertura de los servicios ofrecidos. |
| ASPECTOS TANGIBLES | Recursos materiales y tecnológicos deficientes. | Equipos de oficina en mal estado o inexistente. | Mejorar la imagen institucional mediante la correcta aplicación de recursos materiales y tecnológicos. | Establecer los direccionamientos para brindar servicios eficientes en Manabí |
| | | Escasez de recursos materiales para la entrega del servicio | | |
| ASPECTOS GENERALES | Inadecuada atención al usuario en los servicios | Falta de capacidad en dar respuestas rápidas a las necesidades y problemas de los usuarios. | Satisfacer las necesidades de los usuarios por los servicios prestados por el MIDUVI. | Cubrir las expectativas de los usuarios mediante la correcta prestación de servicios. |
| | | Ofrecer servicios deficientes con problemas de aplicación. | | |

ESTRATEGIAS Y ACCIONES PARA LA MEJORA

| ESTRATEGIAS | ACTIVIDADES | ACCIONES DE MEJORA | | | | INDICADOR |
|---|--|-----------------------------------|--|----------------|--------------|--|
| | | QUIEN | COMO | CUANDO | DONDE | |
| SERVICIOS DE CALIDAD QUE CUBRAN NECESIDADES BÁSICAS | Proporcionar servicios que generen confianza y seguridad. Planificar los procesos en la prestación de servicios. | Personal del servicio al cliente. | Capacitaciones efectuadas por la entidad tanto al personal como a los usuarios | may-14 | En el MIDUVI | Mediante las disminuciones de quejas que se presentan el buzón de servicios. |
| DISPONER DE PERSONAL COMPETENTE QUE BRINDE SEGURIDAD Y CONFIANZA EN LA ATENCIÓN A USUARIOS. | Mejorar ambiente laboral inspirando confianza a los usuarios por el servicio requerido. Contar con personal idóneo para brindar un servicio de calidad. | Jefes departamentales | Charlas brindadas por la entidad a todo el personal que labora en la entidad. | jul-14 | En el MIDUVI | El mejoramiento y trabajo que muestra la entidad. |
| PROPORCIONAR RESPUESTA OPORTUNA EN LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS A LOS USUARIOS | Facilitar respuesta apropiada a los usuarios. | Servicio al cliente | Cubriendo los requerimientos que presenten los usuarios por parte del MIDUVI | Todo el año | En el MIDUVI | La satisfacción de los usuarios. |
| MEJORAR LA CALIDAD Y COBERTURA DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS | Mejorar la comunicación interna y externa. Tener una buena relación con los clientes. Brindar respuestas oportunas en los servicios requeridos. | Empleados de la entidad. | Satisfacer de forma oportuna las necesidades tanto internas como externas | Todo el año | En el MIDUVI | Mejoramiento de la cultura organizacional de la entidad |
| ESTABLECER LOS DIRECCIONAMIENTOS PARA BRINDAR SERVICIOS EFICIENTES EN MANABI | Cubrir el total de las necesidades requeridas de los usuarios brindando servicios ágiles y oportunos | Jefe departamentales | Capacitación al talento humano con los temas de actualidad. | Cada dos meses | En el MIDUVI | Mejoramiento de la imagen institucional mediante la correcta aplicación de recursos intelectuales. |
| CUBRIR LAS EXPECTATIVAS DE LOS USUARIOS MEDIANTE LA CORRECTA PRESTACIÓN DE SERVICIOS | Direccionamiento en los sectores donde el MIDUVI presta sus servicios. | Servicio al cliente | Prestación de servicios de calidad. | Todo el año | En el MIDUVI | Satisfaciendo las necesidades de los usuarios por los servicios prestados por el MIDUVI. |

DISPOSICIONES GENERALES PARA LA APLICABILIDAD DEL PLAN DE MEJORA

Para llevar a cabo las acciones de mejora propuestas es necesario especificar las tareas concretas que deberán realizarse para la consecución de los objetivos. Para ello hay que determinar quién será el responsable de la puesta en marcha y de la ejecución de los objetivos, de las estrategias y de las acciones de mejora.

Algo importante que hay que tener en cuenta es:

- Los planes de mejora son documentos que recogen y formalizan los objetivos de mejora y las correspondientes actuaciones dirigidas a fortalecer los puntos fuertes y a resolver los puntos débiles de la unidad.
- Los planes de mejora de una unidad sólo serán realmente eficaces si son coherentes con los de la propia institución.
- El seguimiento del plan de mejora permite obtener información sobre el grado de logro de los objetivos del plan.

4.3. SOCIALIZACIÓN DE LA PROPUESTA DE MEJORA

La socialización de la propuesta se planificó una serie de actividades en la que se incluye una capacitación a todos los empleados de la institución con la finalidad de que dieran sus opiniones y referencias sobre el modelo de mejora propuesto.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este capítulo se plantean las conclusiones obtenidas y se recomiendan aspectos importantes observados durante la realización de este trabajo.

5.1. CONCLUSIONES

- ✓ Mediante la investigación se hizo un análisis de las bibliografías referidas a teorías de calidad de servicio y atención al cliente, con el fin de estructurar una herramienta que permita conocer la calidad de atención al usuario en la prestación de servicios del MIDUVI de la provincia de Manabí.
- ✓ El diagnóstico realizado al MIDUVI permitió medir la satisfacción desde la evaluación de la calidad del servicio según las dimensiones de la calidad analizadas, se puede apreciar que existe un alto grado de insatisfacción por los usuarios, en cuanto a la calidad del servicio percibida por la institución.
- ✓ El plan de mejora elaborado de una manera organizada, garantiza el incremento de la calidad de los servicios brindados por el MIDUVI, permitió identificar las causas que provocan debilidades detectadas, 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 socialización del plan de mejora a los directivos de la institución, contribuye a optimizar el desempeño organizacional, visualizar nuevas oportunidades y amenazas, enfocar la misión de la organización y orientar de manera efectiva su dirección y liderazgo.

5.2. RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda al MIDUVI evaluar semestralmente la calidad del servicio para conocer su estado actual y detectar los principales problemas o dificultades que se tiene en la prestación de servicios.
- ✓ La realización de capacitaciones continuas permitirán brindar servicios de calidad a la colectividad, con el objetivo de mejorar la competitividad en el sector público.
- ✓ Aplicar el plan de mejora a fin de obtener logros cuantitativos y cualitativos en la calidad de los servicios, es decir, mejorar la accesibilidad a los servicios públicos, disminuir los tiempos de espera, lograr eficacia en los servicios, brindar información y orientación adecuada de los servicios y alcanzar la calidad en imagen institucional.
- ✓ Se recomienda socializar el plan de mejora para lograr la activa participación por parte de la gerencia y el personal implicado en el proceso de mejoramiento, además en el caso que la institución aplique esta plan deberá someterse a revisión en un tiempo prudencial, para confirmar el funcionamiento adecuado y hacer las mejoras que sean necesarias.

BIBLIOGRAFÍA

- Botero, M. y Peña, P. 2009. Calidad en el servicio: el cliente incognito. Suma psicológica, ed. 13. Vol. 2. p. 217-228
- Chang, R. 2010. Las herramientas para la mejora continua de la calidad. Volumen 1. Ediciones GRANICA S. A. Argentina. Primera edición. Página 47.
- Cegarra, J. 2012. Metodología de la investigación científica y tecnológica. 1 ed. Editorial Diaz Santos. P. 41.
- Constitución de la República del Ecuador. 2008. Asamblea Nacional del Ecuador. *Decreto Legislativo*. Montecristi, Manabí. Ecuador.
- COOTAD. 2011. Código Orgánico de Ordenamiento Territorial, Autonomía y Descentralización – COOTAD. 1ed. V&M Gráficas. Quito.
- Dávila, M. 2012. Las dimensiones de la calidad del servicio en el proceso de distribución y comercialización de energía eléctrica. Revista Contaduría y Administración. Universidad Nacional Autónoma de México. Vol. 57. No. 3. p. 178.
- Del Águila, O. 2012. Factores determinantes de la calidad de los servicios electrónicos en el contexto de los operadores postales. Universia Business Review. Portal Universia S.A. Madrid, España. No. 35. p. 115.
- Espeñeira, E. 2012. La autoevaluación y el diseño de planes de mejora en centros educativos como proceso de investigación e innovación en Educación Infantil y Primaria Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado Asociación Universitaria de Formación del Profesorado Zaragoza, España. Vol. 15. No. 01. p. 148.

- Fernández, D. 2010. Comunicación empresarial y atención al cliente. 1 ed. España. Editorial. Paraninfo. P. 223.
- Fraiz, J. 2012. Motivaciones para implementar un Sistema de Gestión de la Calidad análisis empírico en el sector turístico español. Revista Cultura y Turismo. Vol. 06. No. 01. P. 41.
- Galvis, E. 2011. Medición de la satisfacción de clientes en clínicas y hospitales de Bucaramanga y área metropolitana Scientia Et Technica, Universidad Tecnológica de Pereira Colombia. Vol. 14. No. 49. p. 92.
- García, F. 2012. La satisfacción de clientes y su relación con la percepción de calidad en Centro de Fitness: utilización de la escala CALIDFIT. Revista de Psicología del Deporte. Universitat de les Illes Balears Palma de Mallorca, España. Vol. 21. No. 02. p. 310.
- ISO 9000 (2008). Norma Internacional Traducida. Sistemas de Gestión de Calidad. 4ed. ISO. Ginebra. P. 6-10.
- Izaguirre, V. 2010. La expropiación en el Derecho Municipal Ecuatoriano. Guayaquil, EC. Departamento de publicaciones de la Universidad de Guayaquil.
- LOSEP, 2010. Ley Organica del Servicio Público (LOSEP). 1 ed. Quito. Ecuador
- Mallar, M. 2010. La gestión por procesos un enfoque de gestión eficiente. Revista Visión de Futuro. Vol. 13. Vol. 01. P. 15.
- MIDUVI, 2014. Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda del Ecuador. Objetivos estratégicos de la institución. Consultado el 15 de enero del 2014. Disponible en: <http://www.habitatyvivienda.gob.ec/>

- Milina, L. 2011. Percepción del cliente interno y externo sobre la calidad de los servicios en el Hospital General de Cárdenas, Tabasco, 2011. Salud en Tabasco, Secretaría de Salud del Estado de Tabasco Villahermosa, México Vol. 18. No. 2. p. 57.
- Montaudon, C. 2010. Explorando la noción de calidad. Revista Acta Universitaria. Universidad de Guanajuato México. Vol. 20. No. 02. P. 53.
- Morales, V. 2009. Evaluación de la Calidad en Organizaciones Deportivas: Análisis de Generalizabilidad. Revista de Psicología General y Aplicada. Vol. 62. N° 1-2. p. 99-110.
- _____.2009b. Evaluación de la calidad en organizaciones deportivas: adaptación del modelo SERVQUAL. Revista de Psicología del Deporte. Universitat de les Illes Balears. España. Vol. 18. No.2. p. 138.
- Morrillo, M. 2011. Medición de la calidad del servicio en las instituciones financieras a través de la escala de Servqual. Revista Contaduría y Administración. Universidad Nacional Autónoma de México Distrito Federal, México. No. 234. p. 102.
- Pérez, V. 2010. Calidad total en la atención al Cliente. Pautas para garantizar la excelencia. 2ed. España. Editorial Vigo. P. 29.
- Sampieri, R. 2009. Metodología de la investigación. 2 ed. McGraw Hill.
- Ribeiro, D. 2008. Customer's expectations factors in restaurant. USA. International Journal of Quality y Reliability Management. Vol. 8 y 9. No. 19. P. 1055-1067.
- Rodríguez, Z. 2012. Procedimiento para medir la satisfacción del cliente en empresas de servicio. Revista Libre Acceso. No. 03. P.68.

Vértice, 2010. Atención al Cliente Comercio. 1 ed. España. Editorial Vértice. P.2.

Vicher, M. 2012. Utilidad o futilidad: calidad e ISO en la administración pública Convergencia. Revista de Ciencias Sociales. Universidad Autónoma del Estado de México. Vol. 19. No.60. p. 220.

Zeithaml, V., y Bitner. M. 2008. Marketing de servicios, Un enfoque de integración del cliente a la empresa. 2ed. McGraw-Hill. México. p 31-90.

ANEXOS

ANEXO 1
GUÍA DE OBSERVACIÓN

| GUÍA DE OBSERVACIÓN | | | | | |
|---|---|--------------|---------------|-------------|-------|
| EVALUACIÓN EN LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE LA DIRECCIÓN FINANCIERA | | | | | |
| Departamento: Jefe departamental: | Fecha: Observador: | | | | |
| CRITERIO / COMPORTAMIENTO OBSERVABLE DE LAS ACTIVIDADES | ESCALA DE CALIFICACIÓN | | | | |
| | Siempre | Casi siempre | Mediana mente | Pocas veces | Nunca |
| Inicio de actividades | | | | | |
| Propicia un clima agradable antes de brindar el servicio | | | | | |
| Demuestra Interés en atender las necesidades de los usuarios | | | | | |
| Escucha activamente las necesidades o requerimientos de los usuarios | | | | | |
| Explica los procedimientos para llevar a cabo el servicio requerido | | | | | |
| Desarrollo de las actividades | | | | | |
| Cuenta con recursos materiales suficientes para llevar a cabo su trabajo | | | | | |
| Trabaja en equipo con el personal del departamento para brindar un mejor servicio | | | | | |
| Se esmera en brindar el servicio en el menor tiempo posible | | | | | |
| Está atento a las inquietudes de los usuarios | | | | | |
| Finalización de actividades | | | | | |
| El proceso en brindar el servicio lo realiza de manera correcta | | | | | |
| Genera un ambiente de satisfacción en el usuario | | | | | |

ANEXO 2 ENCUESTA

INSTRUCCIONES:

- Solicito a usted de la manera más comedida se digne en responder las preguntas detalladas a continuación, las cuales están orientadas a ejecución de un trabajo investigativo.
- Califique su nivel de satisfacción de acuerdo con las siguientes afirmaciones:

1. **Muy buena**
2. **Buena**
3. **Neutra**
4. **Mala**
5. **Muy mala**

1. **¿Cómo es la atención brindada por el personal a los clientes?**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

2. **¿La comunicación utilizada por los funcionarios es de una calidad?**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

3. **¿Cuándo los clientes se acercan a las oficinas del MIDUVI a solicitar información relacionada con disponibilidad de vivienda como es la información proporcionada por los funcionarios?**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

4. **¿La calidad de respuesta a sus necesidades como la califica?**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

5. **¿Cuándo acude a solicitar un servicio tiene problemas en encontrar a las personas que le dan las respuestas a sus requerimientos?**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

6. **¿La atención ante sus reclamos y sugerencias?**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

7. **¿Para el otorgamiento de vivienda del MIDUVI cumple con las leyes, reglamentos, normas, pautas de funcionamiento?**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

ANEXO 3 MODELO SERVQUAL

| Fiabilidad | Dimensión de fiabilidad en la percepción del servicio. | | | | |
|---|---|---------------------|----------------|--------------------|--------------|
| | Siempre | Casi siempre | A veces | Pocas veces | Nunca |
| La dirección financiera realiza la labor esperada con seguridad y de manera correcta | | | | | |
| La dirección financiera dirige el trabajo de manera eficaz | | | | | |
| Capacidad de respuesta | Dimensión de capacidad de respuesta en la percepción del servicio. | | | | |
| | Siempre | Casi siempre | A veces | Pocas veces | Nunca |
| El personal de la unidad se muestra dispuesto a ayudar a los usuarios | | | | | |
| El personal de la unidad agiliza los trámites de los servicios requeridos | | | | | |
| El trato del personal con los usuarios es considerable y amable | | | | | |
| La unidad da respuesta rápida a las necesidades y problemas de los usuarios | | | | | |
| Seguridad | Dimensión de seguridad en la percepción del servicio | | | | |
| | Siempre | Casi siempre | A veces | Pocas veces | Nunca |
| El personal está totalmente calificado para las tareas que tiene que realizar. | | | | | |
| El personal da una imagen de honestidad y confianza en la prestación de servicios. | | | | | |
| Empatía | Dimensión de empatía en la percepción del servicio. | | | | |
| | Siempre | Casi siempre | A veces | Pocas veces | Nunca |
| El horario de la unidad asegura que se pueda contar con ella siempre que se necesite. | | | | | |
| La unidad conoce los intereses y necesidades de los usuarios. | | | | | |
| La unidad informa de una manera clara y comprensible a los usuarios. | | | | | |
| Bienes tangibles | Dimensión de elementos tangibles en la percepción del servicio | | | | |
| | Siempre | Casi siempre | A veces | Pocas veces | Nunca |
| El personal cuenta con materiales suficientes para llevar a cabo su trabajo. | | | | | |
| El personal dispone de tecnología adecuada para realizar su trabajo. | | | | | |
| Aspectos generales | Aspectos generales acerca a la percepción del | | | | |

| | servicio. | | | | |
|---|-----------|--------------|---------|-------------|-------|
| | Siempre | Casi siempre | A veces | Pocas veces | Nunca |
| Ha observado mejoras en el funcionamiento general de la Dirección Financiera. | | | | | |
| Se siente satisfecho por la calidad de servicio que brinda la dirección financiera. | | | | | |

ANEXO 4 TAMAÑO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{(1.96^2)(0.5)(0.5)(280.029)}{(280.029)(0.05^2) + (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.5)(0.5)(280.029)}{(280.029)(0.0025) + (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(268.939,85)}{(700,07) + (0.25)}$$

$$n = \frac{268.939,85}{700,32}$$