



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA
ELENA**

INSTITUTO DE POSTGRADO

Estrategias de servicio y atención al cliente del área de matriculación y
revisión vehicular, Caso de estudio: EMUTRÁNSITO EP, provincia de
Santa Elena

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del grado académico de:
MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

MODALIDAD: Examen complejo

AUTOR(A):

ING. HERMENEJILDO TANDAZO KAREN DENNISE

LA LIBERTAD – ECUADOR

2022

AUTORÍA DEL TRABAJO

El presente Trabajo de Titulación constituye un requisito previo a la obtención del título de Magíster en Administración Pública, Instituto de Postgrado, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **Karen Dennise Hermenejildo Tandazo** con cédula de identidad número 0921221206, declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.



Karen Dennise Hermenejildo Tandazo

DEDICATORIA

A Jehová Dios quien siempre me bendice, él ha sido mi guía, fortaleza y me ha permitido llegar a cumplir una meta profesional más.

A toda mi gran familia quienes han sido siempre el motor que impulsa mis sueños y esperanzas, quienes siempre me dieron apoyo y ánimos en mis momentos más difíciles y me incentivaron en salir adelante.

A mi tutora y profesores, sus conocimientos rigurosos y precisos, los llevaré conmigo en mí transitar profesional. Gracias por su paciencia, por compartir sus conocimientos de manera profesional e invaluable, por su dedicación perseverancia y tolerancia.

A mis compañeros de clase, hoy culmina esta maravillosa aventura y siempre recordaré las horas de trabajo a lo largo de nuestra formación, fuimos un grupo excelente y muy unido donde existió compañerismo en toda la extensión de la palabra.

Karen Dennise Hermenejildo Tandazo

CERTIFICADO DEL TUTOR



Universidad Estatal
Península de Santa Elena

Instituto de
Postgrado

APROBACIÓN TUTOR

En mi calidad de Tutor de trabajo de titulación, “Estrategias de servicio y atención al cliente del área de matriculación y revisión vehicular, Caso de estudio: EMUTRANSITO EP, provincia de Santa Elena”, elaborado por la Ing. Karen Dennise Hermenejildo Tandazo, maestrante del programa de Maestría en Administración Pública, Cohorte 02 del Instituto de Postgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del grado académico de Magister en Administración Pública, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente el desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes

Atentamente,

Firmado digitalmente
por JAQUELINE DEL
RODRIGUEZ DEL
BACILIO
Fecha: 2022.09.17
11:46:11 -05'00'

ING. Jaqueline Bacilio Bejueguen, PhD.
PROFESOR TUTOR
Mail: jrbacilio@upse.edu.ec
Movil: 0959811078

f UPSEec

@UPSE_ed

UPSE_ed

www.upse.edu.ec / postgrado@upse.edu.ec
(04) 2-781732 / 2- 781738 ext. 122

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Q.F Rolando Calero Mendoza, PhD.
DIRECTOR DE POSTGRADO



Econ. Hugo Álvarez Plúa. MBA
COORDINADOR DEL PROGRAMA



Ing. Jaqueline Bacilio Bejeguen PhD
DOCENTE TUTOR



Ing. Divar Castro, Mgr.
DOCENTE ESPECIALISTA



Ab. Víctor Coronel Ortiz MSc.
SECRETARIO GENERAL

Estrategias de servicio y atención al cliente del área de matriculación y revisión vehicular, Caso de estudio: EMUTRÁNSITO EP, provincia de Santa Elena

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se encuentra enfocado en la Empresa Municipal de Movilidad, Tránsito y Transporte y Seguridad Vial y Ciudadana de Santa Elena EMUTRANSITO Ep, en la cual, hay algunas brechas por mejorar en la atención al cliente, lo que conlleva buscar estrategias que permitan mejorar la satisfacción de los usuarios.

Como objetivo principal está el de promover estrategias de servicios mediante la aplicación de técnicas y herramientas de investigación al usuario interno y externo, que permitan el mejoramiento de la atención al cliente y calidad de servicio en el área de matriculación y revisión vehicular de EMUTRANSITO EP; además que como propósito es el de fundamentar las bases teóricas que permitan conocer el alcance de las estrategias de servicios a fin de que sean útiles, en cuanto a la efectividad de las estrategias que se implementen.

Palabras claves: atención al cliente, calidad de servicio.

ABSTRACT

The present research work is focused on the Municipal Company of Mobility, Transit and Transport and Road and Citizen Safety of Santa Elena EMUTRANSITO Ep, in which there are some gaps to improve in customer service, which entails looking for strategies that help improve user satisfaction.

The main objective is to promote service strategies through the application of research techniques and tools to internal and external users, which allow the improvement of customer service and quality of service in the area of registration and vehicular inspection of EMUTRANSITO EP; In addition, the purpose is to base the theoretical bases that allow knowing the scope of the service strategies so that they are useful, in terms of the effectiveness of the strategies that are implemented.

Keywords: customer service, quality of service

Índice General

AUTORÍA DEL TRABAJO.....	ii
DEDICATORIA	iii
CERTIFICADO DEL TUTOR	iv
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN.....	v
Índice General.....	8
Índice de Tablas	11
Índice de Figuras.....	12
Introducción	13
Definición del Problema	15
Justificación	17
Objetivo General:.....	18
Objetivos Específicos:	19
Marco Teórico.....	20
Antecedentes de la Investigación.....	20
Bases Teóricas	22
Estrategia de Servicio	22
Cultura Empresarial	22
Políticas	22
Procesos.....	23
Evaluación.....	23
Calidad del servicio.....	24
Eficiencia.....	24
Eficacia.....	24
Efectividad	24
Satisfacción	25
Técnica.....	25

Medición	25
Mejora Continua.....	26
Atención al cliente	26
Cliente Interno.....	26
Comunicación	26
Ética.....	27
Resolución de conflictos	27
Cliente Externo	27
Expectativa.....	28
Complacencia.....	28
Capacidad de respuesta	29
Metodología.....	30
Contexto de la Investigación.....	30
Diseño y alcance de la investigación	31
Tipo y Diseño de Investigación	31
Población y Muestra	32
Población.....	32
Muestreo.....	33
Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	33
Observación.....	34
Encuesta	34
Procesamiento de la Evaluación: Validez y Confiabilidad de los Instrumentos Aplicados para el Levantamiento de Información.	34
Encuesta	34
Análisis e Interpretación de Resultados	35
Atención al Cliente	40
Propuesta.....	47

“Plan de Mejoramiento para el Servicio de Atención al Cliente de EMUTRÁNSITO EP año 2021”	47
Metodología aplicada.....	48
Objetivo General.....	48
Objetivos Específicos.....	48
Fases para la Implementación del Plan de Mejora.....	48
Matriz de FODA	50
Etapa 2: Hacer.....	54
Estrategias	54
Personal y recursos	54
Etapa 3: Verificar	55
Políticas de seguimiento.....	55
Etapa 4: Actuar	55
Toma de Decisiones y Retroalimentación.....	55
Cronograma del Plan de Mejoramiento para el Servicio de Atención al Cliente de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena	56
Conclusiones y Recomendaciones	57
Conclusiones	57
Recomendaciones	57
Bibliografía	59
Anexos.	62

Índice de Tablas

Tabla 1: Matriz Causa Efecto.....	16
Tabla 2: Población	33
Tabla 4. Frecuencia de uso del servicio	35
Tabla 5. Frecuencia de trámites	36
Tabla 6. Tiempo de respuesta de procesos de matriculación	37
Tabla 7. Plazos de entrega de documentación	38
Tabla 8. Calidad de servicio.....	39
Tabla 9. Atención al cliente	40
Tabla 10. Inquietudes resueltas.....	41
Tabla 11. Servicio de atención.....	42
Tabla 12. Servicio de respuesta	43
Tabla 13. Capacidad de respuesta.....	44
Tabla 14. Resolución, quejas y reclamos.....	45
Tabla 15. Análisis de la Ficha de Observación.....	46
Tabla 16. Matriz de FODA	50
Tabla 17. Matriz de plan de acción, servicio al cliente.....	53
Tabla 18. Estrategias para mejorar el servicio al cliente de EMUTRÁNSITO	54
Tabla 19: Personal a capacitar	54
Tabla 21. Políticas de seguimiento	55
Tabla 22. Toma de decisiones y retroalimentación.....	55
Tabla 23. Cronograma de la aplicación del plan de mejoramiento.....	56

Índice de Figuras

Figura 1. Organigrama de la Empresa Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena EMUTRÁNSITO-EP	30
Figura 2. Tiempo de uso del servicio.....	35
Figura 3. Frecuencia de trámites	36
Figura 4. Tiempo de respuesta de procesos de matriculación.....	37
Figura 5. Plazos de entrega de documentos	38
Figura 6. Calidad de servicio	39
Figura 7. Atención al cliente	40
Figura 8. Inquietudes resueltas.....	41
Figura 9. Servicio al cliente	42
Figura 10. Servicio de respuesta	43
Figura 11. Capacidad de respuesta.....	44
Figura 12. Resolución, quejas y reclamos.....	45
Figura 13. Ciclo de Deming.....	52

Introducción

La atención al cliente se ha constituido a lo largo del tiempo como un tema de suma importancia en el campo empresarial, debido a que se requiere de un cumplimiento específico de objetivos para lograr ejercer una atención óptima en el consumidor final, y de este modo asegurar que cada esfuerzo de las empresas contribuye en la satisfacción de necesidades. Con el paso del tiempo la globalización ha generado cambios innumerables en todos los ámbitos institucionales, razón por la cual en la actualidad las empresas u organizaciones requieren de nuevas estrategias de servicio que permitan satisfacer al cliente, considerando no solo el cumplimiento de sus necesidades sino dar un servicio enfatizado en experiencias que provoquen en el cliente fidelización.

América Latina es uno de los continentes en el cual este elemento se encuentra en desarrollo y día a día se van generando nuevas expectativas de mejoras que permitan explorar cada componente para ofrecer mayor efectividad en las diferentes actividades, empresariales u organizacionales. Sin embargo, podemos marcar una referencia hacia instituciones de aspecto público en las cuales el factor “Atención” se encuentra en exploración absoluta para permitir mejoras en la realización de trámites, continuidad de procesos, entre otros, el cual genera gran perspectiva ante los usuarios.

De acuerdo con lo especificado anteriormente vale expresar que Ecuador un país del continente americano, casi no percibe una cultura de servicio al cliente, de acuerdo a un estudio reciente realizado por la Universidad Tecnológica Equinoccial: en el cual Iván Benalcázar, Carlos Mancheno, Jorge Revelo, ejecutaron una evaluación de la calidad de servicio y control interno en

56 instituciones públicas, basados en el criterio del marco legal que regula la calidad del servicio en instituciones públicas del Ecuador.

En este caso, el presente trabajo de investigación se encuentra enfocado en la Empresa Municipal de Movilidad, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena, en la cual, hay algunas brechas por mejorar en la atención al cliente, lo que conlleva buscar estrategias que permitan mejorar continuamente la satisfacción.

Como objetivo principal de la presente investigación está el de proponer estrategias de servicios mediante la aplicación de técnicas y herramientas de investigación al usuario interno y externo, que permitan el mejoramiento de la atención al cliente en el área de matriculación y revisión vehicular de EMUTRÁNSITO EP; además que como propósito es el de fundamentar las bases teóricas que permitan conocer el alcance de las estrategias de servicios a fin de que sean útiles, en cuanto a la efectividad de las estrategias que se implementen.

La metodología aplicada en el presente estudio será mediante la investigación de observación establecido mediante un diseño no experimental, así mismo, se aplicó el método de investigación de tipo exploratoria dado a que se indagó a los actores del problema para conocer las falencias y debilidades en cuanto al servicio en la matriculación vehicular; y se aplicó una encuesta dirigida a los clientes para medir el nivel de satisfacción en cuanto al servicio que reciben por parte de EMUTRÁNSITO EP.

En relación al planteamiento hipotético se establece la implementación de estrategias de servicio incidirá en la atención al cliente del área de matriculación y revisión vehicular de EMUTRÁNSITO EP de la provincia de Santa Elena. Lo que de acuerdo a los resultados se identificó como se atiende al cliente dando un excelente servicio, llevando como consecuencia una

atención satisfactoria para el cliente mediante la aplicación del ciclo de Deming. Para conseguir los datos e información necesaria se realiza una revisión bibliográfica de los antecedentes de la Empresa seguido del diagnóstico situacional, evaluado desde diferentes aristas mediante la utilización de instrumentos de investigación como encuesta y entrevista que permite recabar información vital sobre el nivel de satisfacción del cliente externo.

Definición del Problema

Ortiz y Huerta, (2019) llegaron a conclusiones específicas en donde exponen que las entidades públicas se orientan a cumplir con normativas internas y estratégicas, y no hacia la satisfacción de los ciudadanos, debido que no han desarrollado una cultura de servicio al cliente en su gestión, es así que estos investigadores recomiendan proponer programas de mejoras adaptadas a cada realidad de las instituciones.

En el sector público la calidad del servicio y la atención al cliente son el factor primordial de bienestar social, formando parte de políticas y estrategias gubernamentales, donde su constante evaluación es vital para un correcto control. Se ejecuta una investigación a la empresa Emutrásito-EP, la cual se encuentra constituida desde el año 2019 bajo ordenanza que aprueba el plan de movilidad sustentable del cantón Santa Elena.

En este caso, la empresa Emutrásito-EP para el año 2021 atraviesa un deficiente nivel de satisfacción de los clientes, esto a causa del desconocimiento de los procesos, poco personal y las funciones no definidas al mismo, generando una orientación inapropiada al usuario en el área de revisión y matriculación vehicular.

De esta manera nos direccionamos a la Empresa Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena EMUTRÁNSITO-EP, específicamente área de matriculación, que en su tarea de dar apoyo a tramites públicos, debe actuar bajo direccionamientos de ministerios, disposiciones gubernamentales y otras políticas que se implementan, sin embargo, el servicio de atención al cliente se encuentra como un integrante de estudio dentro de esta área puesto que se requiere de un plan de mejoramiento de atención al cliente que permita dar un mayor énfasis en la satisfacción de los usuarios que asisten a esta institución.

El proceso de investigación se vuelve necesario para recabar los datos pertinentes que más adelante se volverán información imprescindible para el estudio, y de esta forma encontrar mejoras y paulatinamente implementar estrategias que permitan dar un servicio eficiente

Tabla 1: Matriz Causa Efecto

Escasa capacitación al personal	DESMOTIVACIÓN DEL PERSONAL
Centralización en toma de decisiones	
Desconocimiento de los procesos	POCO LIDERAZGO
Funciones no definidas	
Falta de una oficina de servicio al cliente para ciertos eventos	
Deficiente mantenimiento de maquinas	INFRAESTRUCTURA
Equipos desactualizados	TECNOLÓGICA DEFICIENTE
Inexistente plan de inducción y entrenamiento a nuevos empleados	BAJO NIVEL DE PRODUCTIVIDAD
Personal insuficiente	

Elaboración propia, 2022

Es importante identificar además el nivel de satisfacción de los clientes dado a que esa es una de las áreas que la alta gerencia no se preocupa en medir, y esto conlleva que solo cuando ya las ventas están bajas es que se buscan los causales, por ello, es relevante predecir en cuanto al comportamiento del cliente y su satisfacción en el servicio que recibe por medio de un monitoreo constante e identificar mediante la relación vendedor-cliente si es de su agrado el servicio que se oferta.

Por lo mencionado con anterioridad se establece la siguiente interrogante ¿De qué manera las estrategias de servicio mejoraran la atención al cliente del área de matriculación y revisión vehicular de EMUTRÁNSITO EP, provincia de Santa Elena, año 2021?

Justificación

El trabajo de investigación se realiza con el fin de proponer estrategias que permitan mejorar la atención al cliente de la Empresa Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena, impulsando la satisfacción del cliente, de tal manera que se brinde un servicio de calidad enmarcado en los derechos que tienen las personas de recibir por parte de las entidades públicas un servicio eficiente que permita satisfacer las necesidades del usuario.

La investigación es necesaria para dar cumplimiento a las diversas regularizaciones dispuestas en la (Constitución, 2021) de acuerdo con la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial en su art# 227 y art# 233 sobre el principio de libre movilidad dispone toda persona tiene derecho a transitar libremente, priorizando su integridad física, mediante los diferentes modos de transporte reconocidos en la Ley.

De acuerdo con (Codigo organico administrativo, 2021) en su artículo #34 sobre el acceso a los servicios públicos, dispone que las personas tienen derecho a acceder a servicios públicos, conocer con detalle los términos de su prestación y formular reclamaciones sobre esta materia.

Lo mencionado con anterioridad son fuentes evidentes de la importancia de este trabajo investigativo. En este sentido la aplicación de estrategias de servicio facilita el cumplimiento de las necesidades de los usuarios relacionadas con la satisfacción.

Además, de acuerdo a los Objetivos del Desarrollo Sustentable según la (Organización de las Naciones Unidas, 2021) refiere en relación a los 17 objetivos sostenibles, el objetivo 12 que es el de garantizar las modalidades de producción y de consumo de manera sostenible a fin de satisfacer las necesidades de las personas, en este caso, se ha abordado este objetivo con el fin de buscar las estrategias adecuadas que faculten a la empresa de análisis un eficiente servicio de calidad.

En cuanto al (Plan Nacional de Desarrollo de Creación de Oportunidades 2021-2025, 2022) sobre el servicio que deben brindar las entidades públicas de cualquier jurisdicción, está el Gestionar, coordinar y administrar los servicios públicos que le sean delegados o descentralizados por otros niveles de gobierno, lo que permite que exista una buena administración en todas las áreas, incluyendo la de brindar una atención eficiente a la población.

Objetivo General:

Proponer estrategias de servicios mediante la aplicación de técnicas y herramientas de investigación al usuario interno y externo, que permitan el mejoramiento de la atención al cliente en el área de matriculación y revisión vehicular de EMUTRÁNSITO EP.

Objetivos Específicos:

1. Definir los fundamentos teóricos de las variables de estudio, mediante datos e información histórica
2. Diagnosticar la situación actual del área de matriculación y revisión vehicular de EMUTRÁNSITO EP.
3. Establecer el nivel de satisfacción de los usuarios de EMUTRÁNSITO EP

Marco Teórico

Antecedentes de la Investigación

Este trabajo contempla un tema de investigación basado en el diagnóstico de situaciones referidas en la atención brindada al cliente en EMUTRÁNSITO-EP, es así que el presente asume la tarea de recolectar datos e información posterior a la investigación del trabajo en curso, lo cual permitirá identificar conceptos y herramientas de diversos documentos académicos sobre distintas dimensiones del tema. Este marco no solo comprende aspectos teóricos sobre los cuales apoyar la investigación, sino también aspectos estratégicos fundamentales relativos a la forma de encaminar organizaciones y su gente.

Se ha tomado como referencia el análisis de trabajos de titulación relacionados al tema de estudio y propósito de la investigación, entre los cuales:

Basados en el estudio de (Farfán & Vázquez, 2018) denominado “**Metodología de evaluación de factibilidad para la implementación de Centros de Revisión Técnicos Vehicular para los GAD’s en el Ecuador**”, analizan precisamente este tema por la falta de metodología que permita corroborar la factibilidad de CRTV de los Gobiernos Autónomos Descentralizados para lo cual buscan estructurar dicha metodología de evaluación económica factible como una competencia la cual se direcciona a la creación de Centros de Revisión Vehicular como parte de la gestión de tránsito y movilidad, esto logrado mediante el análisis de parámetros comparativos de las variables, es por eso que el estudio culmina mencionando que la metodología cumple con los parámetros necesarios para ser utilizado para analizar la factibilidad de implementación de CTRV, sin embargo se recomienda establecer un software que permita obtener resultados automatizados volviendo así el proceso mucho más ágil.

(Zurita, 2019) en el proyecto **“Estrategias de servicio al usuario del área de matriculación vehicular GAD de Quinsaloma”** buscan mejorar el modelo de atención al cliente que posee el Gad de Quinsaloma en el proceso de matriculación y revisión vehicular. Esta investigación se formó mediante una metodología de campo en el cual el usuario se consideró como protagonista principal, para lo cual se seleccionó una muestra mediante el criterio del investigador y así obtener información relevante que ayude al proceso de investigación. Este proyecto sin duda concluye con el manifiesto de que se necesitan realizar cambios en el proceso de servicio de atención al usuario para beneficio del GAD Quinsaloma, por lo cual es imprescindible manejar capacitaciones periódicas a los colaboradores, dado que los usuarios demandan de mejores niveles de servicios de atención en cada proceso que otorga el área de matriculación y revisión vehicular en el GAD Quinsaloma.

En función de lo expuesto por (García, 2019) en su proyecto de titulación denominado **“Propuesta de estrategia de servicio al cliente en el área de matriculación vehicular del GAD de Balzar”**, tema elaborado por la falta de esfuerzos en la gestión del servicio al cliente, por tanto busca plantear la propuesta de estrategias de servicios al cliente en el área de matriculación vehicular del GAD , mediante la investigación perceptiva del cliente interno y externo aplicando como herramienta la encuesta permitiendo obtener las fortalezas y debilidades de la gestión actual, es así como se obtiene que el plan de mejora consideró la implementación de estrategias de: Diseño de modelos y gestión de servicios, Capacitación a colaboradores, Fortalecimiento a la imagen y tentativamente la tecnificación de la atención mediante software de CRM.

Bases Teóricas

Estrategia de Servicio

Las estrategias de servicio son herramientas necesarias para la efectivización de la necesidad de satisfacer a los clientes, y se aplican de acuerdo a lo que la empresa requiere, eso depende del tamaño y estructura de la organización, a más del alcance que se debe cumplir con los objetivos planteados y que estos deben reflejar en el nivel de servicio que brindan, dado a que su reacción se desarrolla en cuanto a la rentabilidad de la empresa.

De acuerdo con (Morales Ospina, 2019): Esta estrategia de servicio al cliente es altamente competitiva siempre y cuando no solo se focalice en el cliente externo, sino también en el cliente interno.

Cultura Empresarial

El concepto de cultura organizacional se refiere al conjunto de creencias, valores, supuestos y conductas compartidos y transmitidos en una organización, que son adquiridos a lo largo del tiempo y que han resultado exitosos para el logro de sus objetivos.

(Harvard Business Review, 2019) refiere que la cultura empresarial se fomenta por la forma en que la alta gerencia debe establecer los lineamientos en cuanto a la forma de proceder en todas las áreas de la organización, a fin de que todos se direccionen al objetivo que persigue la empresa, de ello depende la forma en la que se radicalice la cultura organizacional.

Políticas

Las políticas en una empresa son como los puntos de enfoque que se debe enfocar, a manera de cada política que se establece debe estar alineada al objetivo organizacional y a las metas que

como empresa se crean, de esa manera se tiene una ruta a seguir y la manera en la que los propósitos se cumplan.

Del-Sol, (2020) refiere que se consolida las políticas y los procedimientos de las distintas áreas de la empresa enfocadas a reforzar las prácticas de calidad del servicio, para que estas permitan el logro de los objetivos propuestos. (p.10)

Procesos

Basado en los estudios de Kotler (Zuñiga Enríquez , 2019) menciona que: Lo más importante del servicio al cliente son los procesos, que deben revisarse, ensayarse y vivirse por cada miembro de la compañía para que se conozcan a la perfección.

(Mendoza & Moreira, 2021) Refieren que los procesos en el campo de la administración permiten la canalización de la efectividad en los procedimientos a seguir en cualquier ámbito donde se desarrolla la empresa, y del tamaño o estructura que sea. (p.23)

Evaluación

La evaluación es primordial en el alcance de los objetivos, ya que permite que se identifiquen a tiempo las falencias en los procesos y que se tomen las decisiones y los correctivos oportunos, para que al momento de que finalicen los procesos, estos resulten con eficiencia y eficacia.

De acuerdo con (Tigani, 2006) “La importancia de este aspecto radica en el compromiso con el cliente: “El modo en que se sienten los empleados serán en última instancia el modo en que se sentirán sus clientes”

Calidad del servicio

La calidad del servicio, actualmente es una de las preocupaciones de los gerentes, dado a que de ello depende que se brinde una satisfacción al cliente, sumado a los sistemas de gestiones de calidad con las normas respectivas como la ISO que propician la regularización de los estándares de calidad, aspecto que sitúa la manera en la que se logra la fidelización del cliente por el servicio que se brinda.

Daza et al, (2017) Menciona que la calidad en el servicio al cliente es un requisito imprescindible para competir en el contexto de las industrias de todo el mundo

Eficiencia

Es la capacidad de disponer de alguien o de algo para conseguir un objetivo determinado, alineados a la forma en la que se persiguen los objetivos propuestos por la empresa, (Rojas, et al, 2017).

Eficacia

Es la capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera, enmarcado en lo que se requiere obtener en base a los enfoques administrativos y organizacionales que se quieren alcanzar (Rojas, et al, 2017).

Efectividad

Rojas et al, (2017) refiere que la efectividad es el resultado de la eficacia, la eficiencia, y el cumplimiento de los programado, en el tiempo y con los costos más razonables posibles. (p.12)

Satisfacción

El punto central del servicio al cliente es su satisfacción. Tal como explica Ontaneda, (2019) el servicio se genera y ejecuta instantáneamente, consecuentemente la satisfacción dependerá de la eficiencia con que logre producirse y ofrecerse al usuario.

(Piñas, 2017) Refiere que la satisfacción del cliente depende del servicio que se le ofrece y que éste sea de calidad, de allí que es necesario que siempre exista una revisión permanente de las políticas de ventas que se establecen, así como los objetivos de alcance en cuanto al nivel de ventas. (p.34)

Técnica

Según (Bruni, 2017) las técnicas son “Actividades de mejora con el objetivo de mantener el valor establecido para el estándar (valor de mantenimiento) o, más desafiante, de mejorar dentro de un programa de tiempo definido”. (p,21)

La técnica es el instrumento que requiere la manera en la que las actividades se desarrollen con eficiencia, a fin de establecer los lineamientos en cuanto a la forma de cumplir con las tareas y las funciones que se establecen.

Medición

Es el instrumento en forma de cuestionario cuyo propósito es evaluar la calidad del servicio ofrecida por una organización, los factores de medición permiten conocer los niveles de efectividad que reflejan los procesos y los correctivos que se deben abordar para que los resultados sean eficaces.

Mejora Continua

Las empresas han de estar preparadas para adaptarse a posibles cambios en su sector y a las necesidades crecientes de los clientes, de allí es que la mejora continua es un proceso efectivo que permite que se identifiquen las falencias que se encuentran y tomar los correctivos necesarios.

Atención al cliente

La atención al cliente es una de las áreas mas importante en la empresa, puesto a que es de allí donde ingresan las ventas y eso ocasiona el rendimiento financiero, por ello, es de gran utilidad que la alta gerencia sumen los esfuerzos y concentren las estrategias para fortalecer la atención y de esta manera lograr la satisfaccion del cliente.

Arellano, (2017) considera la atención al cliente como el acto de aplicar voluntariamente el entendimiento a un objeto o cuestión. Conocimiento de las necesidades y expectativas del cliente. (p.32)

Cliente Interno

En toda empresa, es esencial el cliente interno que esté conforme con el desarrollo de la organización, para ello es importante que las autoridades sepan tener un buen ambiente laboral. El primer cliente que debe elegir a la empresa es su propio personal y este jamás lo hará si no hay una política y acciones dirigidas con dicho fin. El personal resulta la base del éxito y, por ende, deben ser tratados en función del valor que tenga este (Arellano, 2017)

Comunicación

Se debe mantener bien informado al cliente utilizando un lenguaje oral corporal sencillo que pueda entender, buscando la efectividad y la aplicación de una comunicación asertiva con la

capacidad de establecer los criterios de una línea de comunicación basada en el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Pineda, (2020) refiere que la comunicación es una disciplina fundamentada en las ciencias administrativas y sociales, y desde un enfoque operativo es esencial para las relaciones en las áreas de una empresa, facilitando el funcionamiento de cada función y obteniendo los resultados óptimos. (p.34)

Ética

La ética profesional es una de las áreas más relevantes para que se mantengan una adecuada organización en los procesos administrativos, esto converge con la parte en la que se evitan los conflictos entre el personal y con la alta gerencia, de esa forma se logra un buen ambiente laboral y ello motiva al desarrollo efectivo de la operacionalización de la empresa.

Cama, (2017), menciona al profesionalismo como la capacidad de conocimientos y experiencias detallando que son dos elementos dentro del profesionalismo primordiales para ejecutar un buen servicio. (p.32)

Resolución de conflictos

Los planteamientos de García & Bados (2014) establecen: “Es un proceso cognitivo-afectivo-conductual mediante el cual una persona pretende identificar o descubrir una solución o respuesta de contrarresto eficaz para un problema en particular” (D’Zurilla, 1986/1993; D’Zurilla y Nezu, 2007). (pág. 2).

Cliente Externo

Para con el cliente, en este sentido la calidad en el servicio al cliente es la herramienta principal, dado a que en toda organización el cliente es quien es el motivo esencial para que las

empresas sean operativas y mantengan el rendimiento económico para responder a todas las necesidades y al cumplimiento de los objetivos.

Kaviedez, (2019) refiere que el cliente externo es quien proporciona a la empresa la eficiencia operativa en cuanto a los recursos económicos, dado a que el cliente es quien debidamente atendido y satisfecho de las exigencias que tiene, permite la fidelización del mismo. (p.23)

Expectativa

Resulta del sentimiento de esperanza que experimenta un individuo ante la posibilidad de poder lograr un objetivo, aceptando que para el logro del mismo debe afrontar temores y situaciones que afectan el fiel cumplimiento de los objetivos.

Pérez, (2019) refiere que la expectativa en el cliente es generada por la incertidumbre de lo que la empresa que oferta responde, si el cliente es satisfecho las expectativas se van amenorando, pero si el cliente no es atendido de manera eficiente, entonces las expectativas se tornarán en temores y eso provocará que no vuelva. (p.43)

Complacencia

La complacencia es una de las áreas que están estrechamente relacionadas con la expectativa y la satisfacción del cliente, ya que por medio de la complacencia se puede medir la fidelización del cliente, a más de que refiere a otros sobre el servicio de calidad que recibe, por ello, es importante que las empresas se enfoquen en hacer que el cliente quede bien atendido para que regrese a comprar.

Capacidad de respuesta

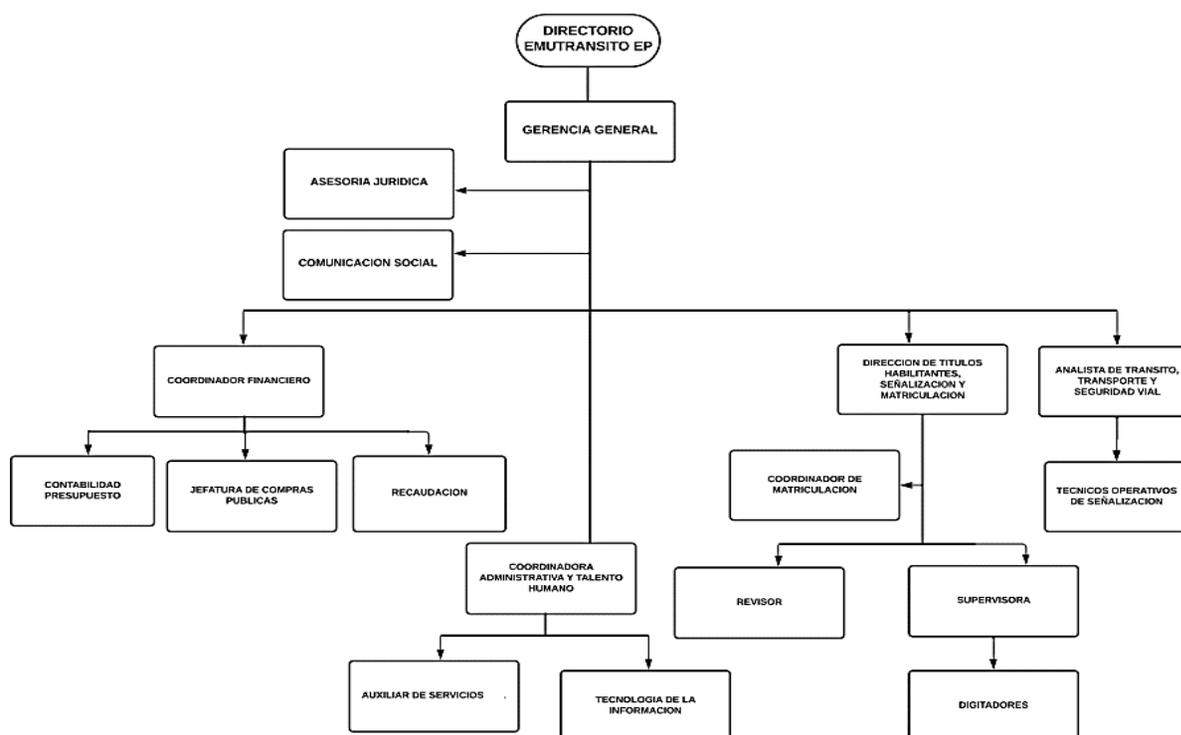
La capacidad de respuesta depende mucho de la agilidad que tiene el personal de talento humano, ya que es relevante que el cliente reciba una atención personalizada sostenida con los parámetros de calidad, y ello conviene a la empresa porque permite que el cliente reciba la atención adecuada. (López, 2019)

Metodología

Contexto de la Investigación

El presente trabajo esta direccionado a la Empresa Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena EMUTRÁNSITO-EP ubicada en la avenida Francisco Pizarro, vía a Ballenita en las instalaciones del terminal terrestre SUMP, perteneciente al sector público, la cual está conformada por 19 trabajadores que desempeñan diferentes funciones, de los cuales 6 pertenecen al área de ventas y servicio al cliente:

Figura 1. Organigrama de la Empresa Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena EMUTRÁNSITO-EP



Fuente: Gad Municipal del cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena.

El objetivo de la investigación recae en proponer estrategias que permitan la mejora de la atención al cliente en el área de matriculación y revisión vehicular del año 2021, considerando que la institución atiende alrededor de 13.000 casos de matriculación y revisión vehicular anualmente.

Diseño y alcance de la investigación

La presente investigación se desarrolla bajo la investigación no experimental, ya que se analizó el nivel de satisfacción que tienen los clientes al momento de realizar la revisión vehicular en la Empresa Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena EMUTRÁNSITO-EP. La investigación no experimental permite la observación del contexto en análisis, donde se presenta el problema, por lo que se puede sacar las conclusiones, recomendaciones y las posibles soluciones. (Pionce, 2021)

En referencia al alcance de la investigación exploratoria, esto inicia de una verdad que origina un problema para su respectivo análisis, y que, por ende, debe ser abordado para determinar los indicadores de necesidad y las posibles soluciones, de esa manera se analiza el tema de fondo y se logra entender sus alcances.

Tipo y Diseño de Investigación

Con el fin de recopilar datos e información sobre las diversas características, aspectos y dimensiones de las personas, agentes e institución de los procesos de nuestro caso de estudio, se aplica el tipo de investigación descriptiva, llevando a cabo un análisis de la causa de las falencias encontradas sobre la mala atención al usuario en la institución y en base a el problema encontrado se plantean las posibles soluciones, el método que se manejo fue el inductivo - deductivo tomando como referencia una muestra representativa de los usuarios que visitan la institución con el que se dio a relucir la inapropiada atención que reciben y mediante ello tomar en cuenta la aplicación de nuevas recomendaciones.

El estudio de la investigación tuvo un enfoque mixto, tomando énfasis en una investigación cuantitativa: encuestas dirigidas hacia los clientes que realizan tramites en la entidad y también se maneja una investigación cualitativa: entrevistas direccionadas al personal de atención al cliente del área de revisión y matriculación vehicular como fueron el Jefe de Matriculación, Supervisor, Revisor, Digitadores y Recaudador y las respectivas técnicas de observación identificando el comportamiento del vendedor y del cliente.

Población y Muestra

Población

La población, como lo refiere (Sampieri, 2017) es un todo de un problema específico, es decir es el sector donde se analiza un fenómeno o un acontecimiento, y que tienen las características de tener en común los mismos indicadores de necesidad. (p.23)

Tomando en cuenta una segmentación demográfica la población fue seleccionada del número de personas que frecuentan a la realización de trámites como: tasas de revisión vehicular impuestos al rodaje, habilitación y deshabilitación de vehículos, incrementos de cupos, parqueo de vehículos, permisos de estacionamientos, etc. de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena.

De los cuales se seleccionó individuos que comprendían edades de entre 20 a 64 años de edad. También se considera a los trabajadores del área de matriculación y revisión vehicular quienes son objetos de estudio para la investigación.

Tabla 2: Población

RANGOS DE EDAD	AÑO 2020
20 – 24	33,944
25 – 29	30,981
30 – 34	28,472
35 – 39	26,305
40 – 44	23,715
45 – 49	20,803
50 – 54	17,867
55 – 59	14,971
60 hasta 64	12,070
TOTAL	209,128

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2020

Elaborado por: Autor

Muestreo

El muestreo que se llevara a cabo es de índole probabilístico-por conveniencia con población finita.

$$\text{Donde: } n = \frac{(p \cdot q) \cdot Z^2 \cdot N}{(E)^2(N-1) + (p \cdot q)Z^2}$$

- n= Tamaño de la muestra
- Z= Coeficiente de confianza
- N= Tamaño del universo o población
- p= Probabilidad de éxito o a favor
- q= Probabilidad de fracaso o en contra, que es igual a (1-p)
- i= Error de estimación (asumido por la investigación) 5%.

$$n = \frac{(0.5 * 0.5) * 1.96^2 * 209.128}{0.05^2(209.128 - 1) + (0.5 * 0.5)1.96^2}$$

$$n = 383$$

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el trabajo investigativo se utilizarán técnicas e instrumentos como:

Observación

Ayudará a reconocer de manera minuciosa la entidad y los procesos que se manejan en ella permitiendo diagnosticar de manera real el servicio brindado al cliente, la utilización de esta técnica servirá para validar conjuntamente los datos o información que se obtendrán de otros medios. En este caso, se aplicó la observación directa para evidenciar el comportamiento del vendedor y las reacciones de los clientes, realizado en la jornada laboral de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena.

Encuesta

Las encuestas fueron dirigidas netamente al cliente externo de la empresa, el empleo de las mismas logrará establecer el nivel de agrado sobre la atención, ésta se genera de acuerdo a la opinión emitida mediante el cuestionario de preguntas. Las encuestas fueron aplicadas por medio del formulario de Google Forms, de preguntas cerradas con la escala de Likert, donde se envió la encuesta de manera virtual a los clientes, y luego se procedió a la tabulación y al diseño de Figuras por medio de pasteles para determinar el análisis respectivo de cada pregunta. El link enviado fue <https://forms.office.com/r/qWtwHFWp5k>.

Procesamiento de la Evaluación: Validez y Confiabilidad de los Instrumentos Aplicados para el Levantamiento de Información.

Encuesta

Se aplica un cuestionario de preguntas destinado a obtener respuestas sobre el problema en estudio haciendo que el investigado (cliente o personal externo) genere los datos por sí mismo. Para la elaboración del cuestionario se tomarán en cuenta criterio como:

- Objetivo de la investigación
- Variables de estudio

- Características del informante

Análisis e Interpretación de Resultados

En la aplicación de las encuestas a los clientes de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena, se obtuvieron los siguientes resultados:

1. Cuánto tiempo lleva usando el servicio

Tabla 4.

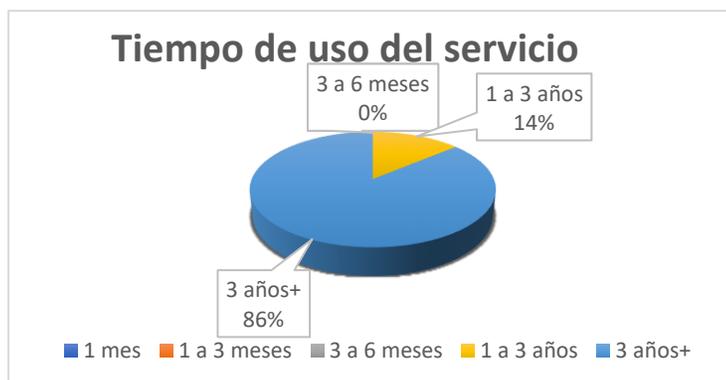
Frecuencia de uso del servicio

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
1 mes	0	0%
1 a 3 meses	0	0%
3 a 6 meses	0	0%
1 a 3 años	53	14%
3 años+	330	86%
TOTALES	383	

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena

Figura 2.

Tiempo de uso del servicio



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena

La mayor parte de la población que visita las áreas de matriculación y revisión vehicular hacen uso del servicio hace más de 3 años por tal se obtiene de acuerdo a la gráfica un 86%.

2. Con que frecuencia realiza tramites en nuestra institución

Tabla 5.

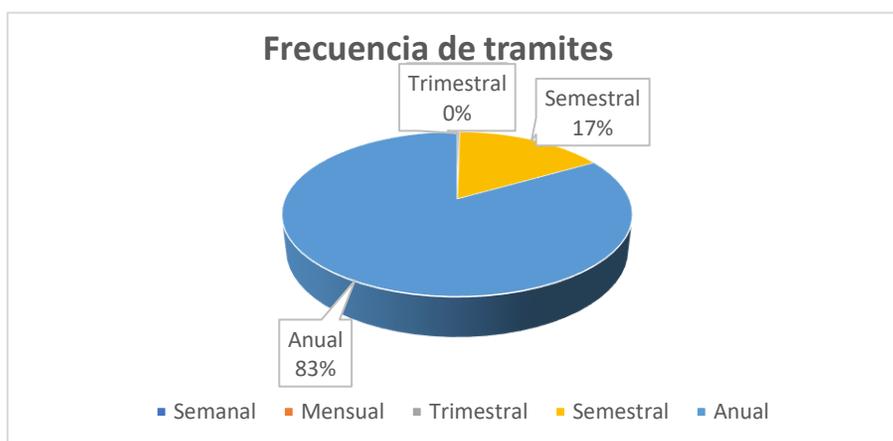
Frecuencia de trámites

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Semanal	0	0%
Mensual	0	0%
Trimestral	1	0%
Semestral	63	16%
Anual	319	83%
TOTALES	383	

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena

Figura 3.

Frecuencia de trámites



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena

El 83% de la muestra recabada hace énfasis a una frecuencia anual para la realización de trámites de matriculación y revisión vehicular, mientras que un 17% realiza tramites semestrales por pago de tasas de permisos de operación.

3. El tiempo de respuesta de los procesos del área de matriculación es:

Tabla 6.

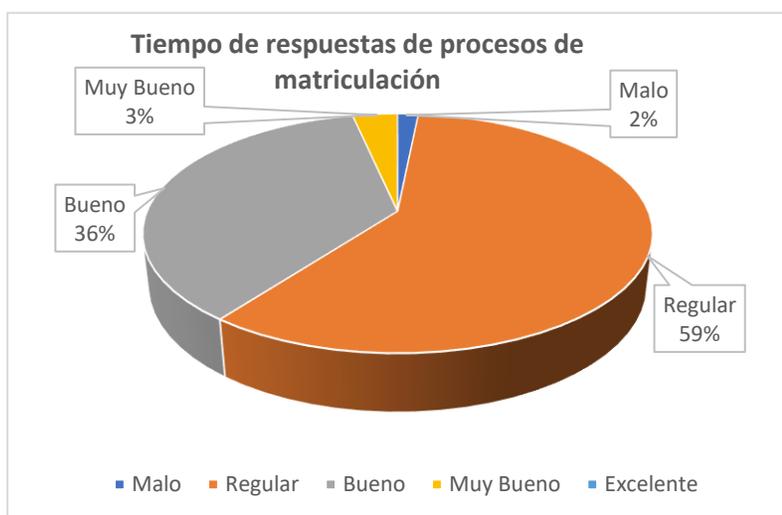
Tiempo de respuesta de procesos de matriculación

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Malo	6	2%
Regular	225	59%
Bueno	139	36%
Muy Bueno	13	3%
Excelente	0	0%
TOTAL	383	

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena

Figura 4.

Tiempo de respuesta de procesos de matriculación



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena

De acuerdo con la gráfica obtenida, se estima que tiempo de respuesta de los procesos de revisión y matriculación vehicular son regulares por tanto se obtiene un 59%, sin embargo se rescata que un 36% de encuestados percibe un tiempo de respuesta bueno.

4. El cumplimiento de los plazos de entrega de documentación estimados es:

Tabla 7.

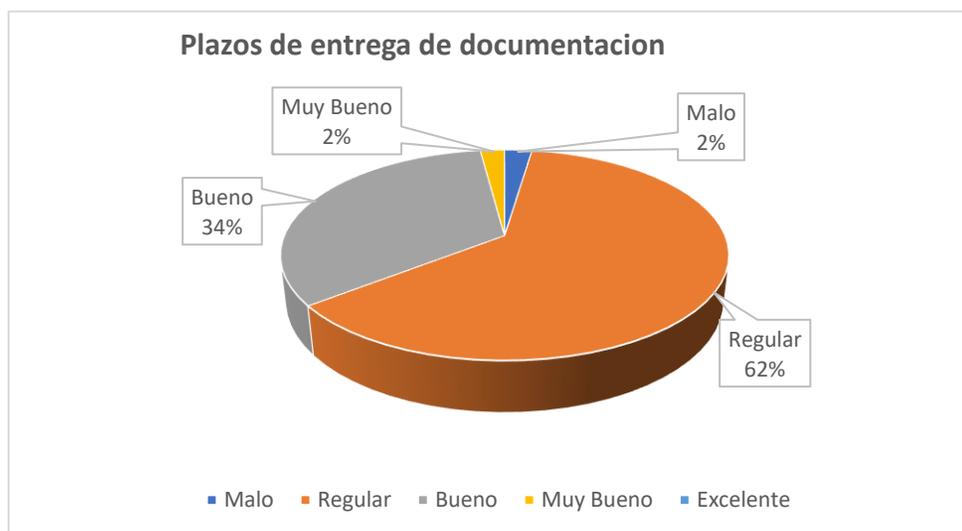
Plazos de entrega de documentación

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Malo	9	2%
Regular	238	62%
Bueno	128	33%
Muy	8	2%
Bueno		
Excelente	0	0%
TOTALES	383	

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena

Figura 5.

Plazos de entrega de documentos



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena

Según los datos obtenidos de las encuestas realizadas un 62% indica que el cumplimiento de los plazos de entrega de documentación es regular.

5. ¿Cómo evalúa la calidad de nuestro servicio?

Tabla 8.

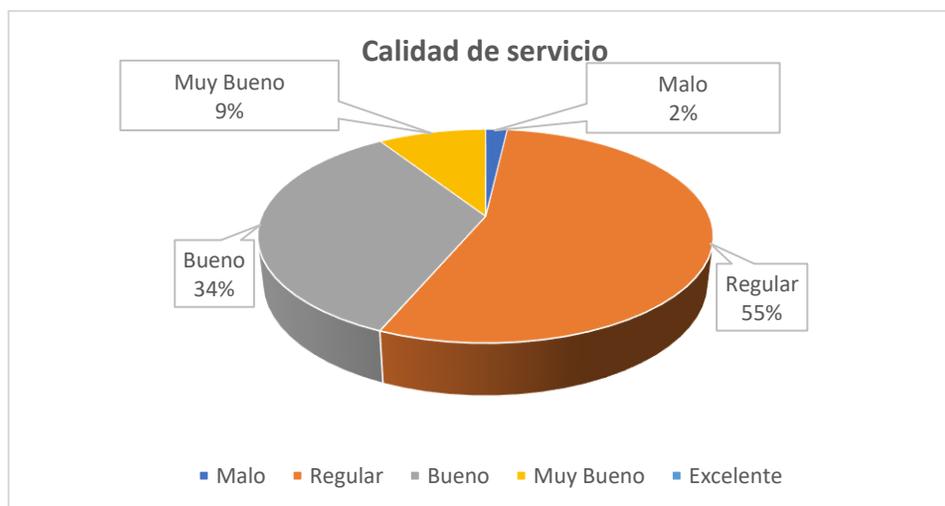
Calidad de servicio

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Malo	7	2%
Regular	209	55%
Bueno	132	34%
Muy Bueno	35	9%
Excelente	0	0%
TOTALES	383	

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena

Figura 6.

Calidad de servicio



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena

Un 55% de los usuarios encuestados mencionaron que la calidad del servicio de EmuTránsito es regular.

Atención al Cliente

6. Considera que el servicio de atención al cliente es eficiente.

Tabla 9.

Atención al cliente

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	152	40%
No	231	60%
TOTAL	383	

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena

Figura 7.

Atención al cliente



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena

De acuerdo al análisis de resultados un 60% de los encuestados concordaron que el servicio de atención al cliente no es eficiente.

7. Considera que sus inquietudes fueron resueltas efectivamente

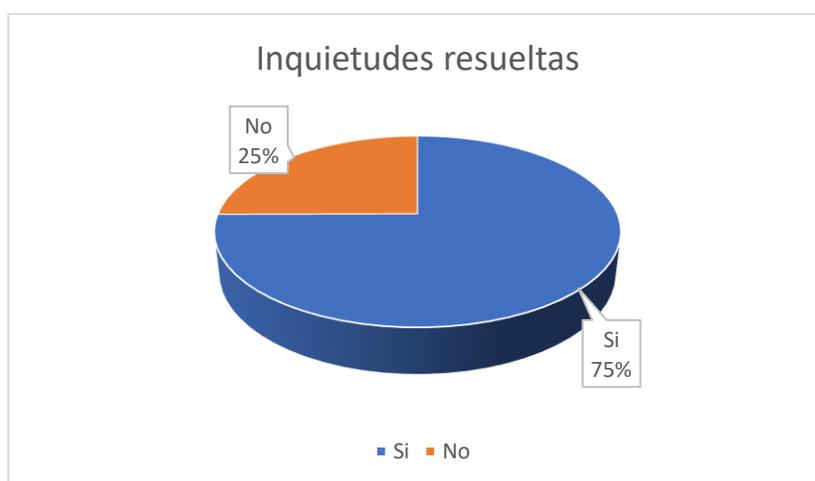
Tabla 10.

Inquietudes resueltas

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	287	75%
No	96	25%
TOTALES	383	

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena

Figura 8.

Inquietudes resueltas

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena

Un 75 % de encuestados refirieron que las inquietudes presentadas son resueltas de manera efectiva, no obstante, un 22% no se encuentran de acuerdo.

8. Cómo califica el servicio atención brindado

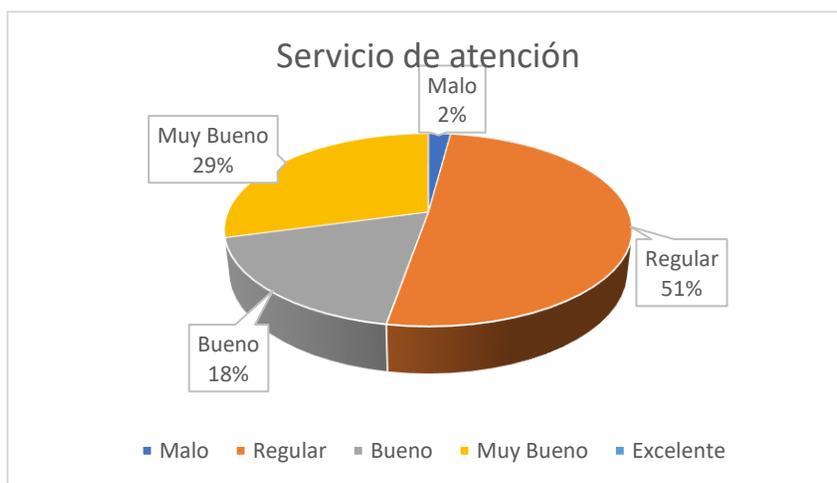
Tabla 11.

Servicio de atención

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Malo	8	2%
Regular	194	51%
Bueno	69	18%
Muy Bueno	112	29%
Excelente	0	0%
TOTALES	383	

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena

Figura 9.

Servicio al cliente

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena

El servicio de atención brindado refleja un 51% como regular, mientras que un 29% indicaron que el servicio de atención brindado es muy bueno.

9. Considera que el servicio de respuestas dadas por los colaboradores es claro

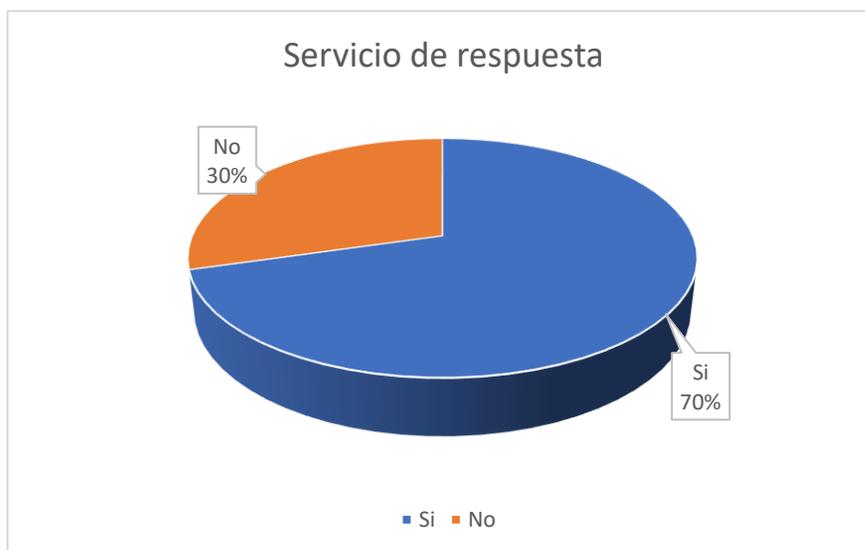
Tabla 12. Servicio de respuesta

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	270	70%
No	113	30%
TOTALES	383	

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena

Figura 10.

Servicio de respuesta



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena

Se encontró que un 70% de usuarios coincidieron en que el servicio de respuestas dado por los colaboradores es claro.

10. La capacidad de respuesta ante inconvenientes es:

Tabla 13.

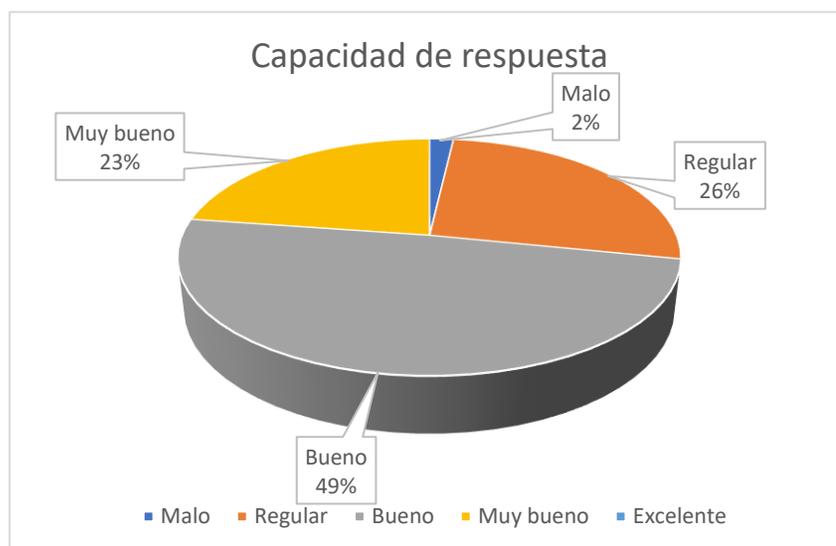
Capacidad de respuesta

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Malo	7	2%
Regular	101	26%
Bueno	188	49%
Muy bueno	87	23%
Excelente	0	0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena

Figura 11.

Capacidad de respuesta



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena

Con una ponderación del 46% de encuestados se determina que la capacidad de respuesta que presenta Emutránsito es buena.

11. ¿Cómo calificaría la atención del personal para resolver sus quejas y reclamos?

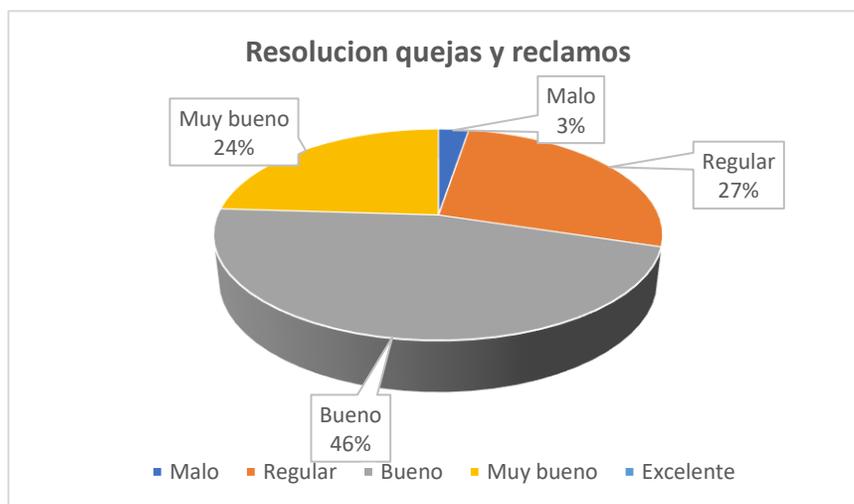
Tabla 14.

Resolución, quejas y reclamos

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Malo	10	3%
Regular	104	27%
Bueno	177	46%
Muy bueno	92	24%
Excelente	0	0%
TOTAL		

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena

Figura 12.

Resolución, quejas y reclamos

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena

Se evidencio que un 46% de encuestados calificó que la atención de resolución de quejas y reclamos es buena.

En cuanto a la ficha de observación aplicada a los procesos de servicio al cliente, se realizó de manera indirecta, donde se trató de no abordar al cliente, sino analizar la manera en la que recibía el servicio por parte del vendedor de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena.

Tabla 15. Análisis de la Ficha de Observación

INDICADOR	RESULTADOS
El cliente es atendido con cordialidad	Se pudo observar que los clientes en su mayoría no son atendidos de manera cordial, dado a la demanda de clientes, aunque eso no se justifica, se debe establecer una planificación en cuanto a la oferta del servicio.
El cliente recibe la explicación adecuada de acuerdo con la necesidad que presenta	Es uno de los problemas que afronta el cliente, dado a que el cliente solo es atendido de la manera como el vendedor le ofrece el servicio, no existe una adecuada explicación de lo que recibe.
El cliente se siente conforme con el servicio que recibe	En este caso, la realidad es que hay muchos clientes que no se sienten satisfechos con el servicio que reciben, dado a que muchos hasta discuten con el vendedor.
El cliente regresa y mantiene una fidelización hacia la empresa	Lastimosamente, es una empresa pública, donde quiera o no el cliente debe acudir, por ello, en esta parte no se profundiza en cuanto a la fidelización.
El cliente recomienda a otras personas sobre el servicio recibido	La recomendación en cuanto al servicio no es desarrollada, como se explicó en el inciso anterior, de manera obligatoria ellos deben acudir a realizar la revisión y matriculación vehicular.
El cliente recibe las garantías adecuadas del servicio que recibe	En cuanto a las garantías, en esa parte si es necesario resaltar que si reciben las garantías en cuanto al proceso de adecuado de verificación ya que de no hacerlo no proceden a matricular el vehículo.

El cliente no necesita mucho tiempo para ser atendido En esta parte, el cliente si se molesta porque no se respetan los turnos, y muchas veces se demoran al momento de realizar el proceso de verificación.

El cliente presenta su satisfacción del servicio agradeciendo al vendedor Si lo hacen, a través de un buzón de sugerencias y el botón de medición del servicio, pero aquello no es revisado por la empresa.

Elaboración propia, 2022

Propuesta

“Plan de Mejoramiento para el Servicio de Atención al Cliente de EMUTRÁNSITO EP año 2021”

La necesidad de mejorar la calidad del servicio del área de atención al cliente de Emutrásito-EP se da de acuerdo con los resultados obtenidos de las herramientas de investigación aplicadas a los usuarios internos y externos del lugar, la idea del mejoramiento continuo y la aplicación del ciclo de Deming se proyecta dentro del cumulo de oportunidades que se tienen que realizar para que la atención cada vez mejore en todos los aspectos posibles.

Esto se haría mediante la aplicación de estrategias de servicios mejorando el trabajo en equipo y mantener el seguimiento constante del cumplimiento de los requerimientos del cliente, además de brindar el seguimiento y evaluación constantes de las estrategias que se implementen a fin de cumplir con el objetivo propuesto de mejorar la calidad del servicio al cliente.

La siguiente propuesta es para mejorar el servicio de atención al cliente, siendo de gran relevancia por el hecho de establecer una línea de ruta que apoye de manera sistemática los estándares de calidad que se relacionan en el servicio del cliente, de esta manera lograr aumentar el nivel de ventas y lograr la fidelización del mismo.

Metodología aplicada

Con la metodología del ciclo de Deming, el cual se encuentra basado en un sistema de cuatro pasos pretende mejorar la competitividad de la empresa, consiguiendo una manera ágil para dar seguimiento a trámites, requerimientos, garantizar respuestas rápidas y oportunas en tiempos establecidos, buscando con esto un alto estándar de calidad en el servicio y una atención adecuada que permita diferenciar a EMUTRÁNSITO EP de sus competidores y conservar satisfechos a los clientes.

Objetivo General

Determinar acciones basado en el ciclo de Deming para el cumplimiento de objetivos referentes al servicio al cliente y mejoramiento continuo del servicio de atención al cliente de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena.

Objetivos Específicos

1. Diagnosticar la situación actual respecto al servicio al cliente de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena
2. Identificar las debilidades en el proceso de matriculación de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena.
3. Establecer objetivos de acuerdo con las etapas del ciclo de Deming para garantizar el mejoramiento continuo del servicio al cliente de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena

Fases para la Implementación del Plan de Mejora

Para la implementación del siguiente plan de mejora es necesario realizar un diagnóstico dado que es esencial conocer de manera interna y externa sobre las fortalezas, oportunidades,

debilidades y amenazas que presenta la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena.

Matriz de FODA

En relación con los resultados obtenidos en la aplicación de los instrumentos de investigación, se establece el siguiente análisis tanto interno como externo para conocer los puntos críticos en donde se debe centrar la propuesta:

Tabla 16. Matriz de FODA

Ambiente Interno		FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Procesos establecidos en todo lo referente a la matriculación y revisión vehicular. ✓ Las inquietudes de los clientes en su mayoría si son resueltas 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El personal de ventas y atención al cliente no reciben de manera permanente capacitación sobre el servicio de calidad ✓ No existe un plan de mejora en cuanto a la implementación de estrategias de servicio. ✓ El tiempo de respuesta del servicio, la entrega de documentación, la calidad del servicio está evaluado en su mayoría como regular ✓ La resolución de conflictos es de bueno a regular
Ambiente Externo		ESTRATEGIAS-FO	ESTRATEGIAS-DO
		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Instruir al personal referente a los procedimientos, constatar que se cumplan a cabalidad mediante la evaluación constante de un supervisor ✓ Implementación de normativas ✓ Aumentar la calidad de los servicios 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tener una planificación que permita a cliente conocer el proceso que realizara desde el inicio hasta le fin ✓ Seguimiento continuo mediante la preparación, coordinación y evaluación de planes de trabajo ✓ Evaluaciones trimestrales de la gestión de servicio al cliente
Oportunidades (O)		ESTRATEGIAS-FA	ESTRATEGIAS-DA
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Incremento del parque automotor en la provincia de Santa Elena ✓ El servicio que presta EMUTRÁNSITO es un servicio sostenible ✓ Tecnología de punta para el monitoreo de los vehículos en la revisión respectiva ✓ Estándares internacionales de matriculación y revisión vehicular 			
Amenazas (A)			

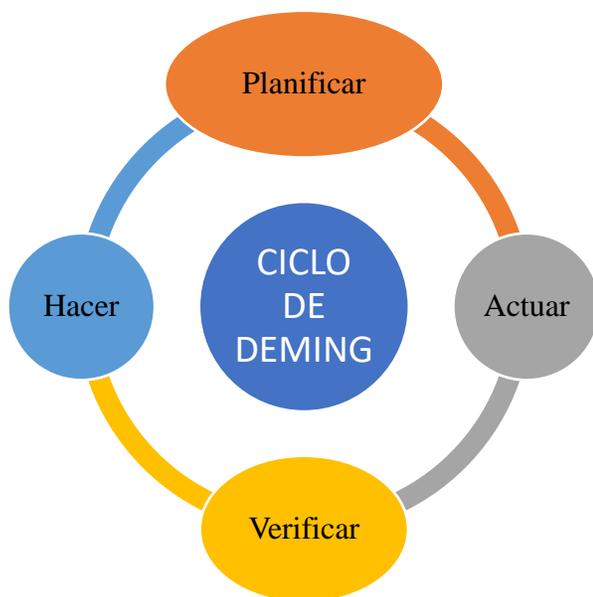
Elaboración propia, 2022

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Las quejas por parte de los usuarios son permanentes. ✓ No existe un sistema de control en cuanto al servicio que brindan, es decir no hay un monitoreo en los resultados. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Entrevistas mensuales para constatar la mejora del servicio de atención al cliente. ✓ Evaluación mediante cuestionario de pregunta a los usuarios ✓ Observación constante del servicio brindado por el área de atención al cliente 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aumentar los puntos de atención al cliente con el objetivo de dar una mayor cobertura al servicio. ✓ Dotación de equipos ✓ Capacitaciones sobre conocimientos bases de proceso de atención al cliente
---	--	---

De acuerdo con la tabulación y análisis de datos obtenidos de los instrumentos de investigación se puede establecer que el nivel de satisfacción de los usuarios de EMUTRÁNSITO es cualificado de **REGULAR A MALO**

Luego de analizado la matriz FODA, se expone la siguiente propuesta de acuerdo a (Hemenejildo Tandazo, 2022), la cual busca generar estrategias bajo el modelo del ciclo de Deming, desarrollando diferentes etapas, de acuerdo a lo establecido en (Deming, 2000), en donde presenta el siguiente diseño:

Figura 13. Ciclo de Deming



Fuente: (Deming, 2000)
Libro: The new economics

Etapa 1: Planificación

Identificadas las debilidades y amenazas se propone el siguiente objetivo y acciones:

Tabla 17. Matriz de plan de acción, servicio al cliente

OBJETIVOS	ACCIONES	RECURSOS	RESPONSABLE	INDICADORES	TIEMPO
Diseñar un plan de mejoramiento para el servicio de atención al cliente de la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena	Ganar velocidad en los procesos	Capacitación	Revisor	Cantidad de clientes atendidos	48 horas
	Aumentar la calidad de los servicios a partir de comentarios de los consumidores.	Cuestionario de preguntas	Supervisor	Tiempo de servicio promedio	4 horas
	Verificar el número de usuarios atendidos y con qué frecuencia	Fichas de entrevista	Supervisor	Tiempo de espera promedio	24 horas
	Monitorear los indicadores de desempeño con eficiencia	observación	Supervisor	Porcentaje de satisfacción del cliente	48 horas
	Reuniones de coordinación sobre plan de trabajo	oficina	Gerente	Evaluación del desempeño	12 horas
	Informe escrito sobre las actividades	Equipos	Jefe de matriculación	Índice de implementación de plan estratégico	5 horas

Elaboración propia, 2022

Etapa 2: Hacer

Establecido el objetivo y las acciones se presenta la matriz que permite operativizar a través del establecimiento de recursos, responsables e indicadores. En esta etapa es importante definir expectativas del cliente, llevar a cabo el proceso de revisión y matriculación vehicular de manera rápida, segura y garantizando la satisfacción del cliente, por lo que el papel de las cabinas de atención al cliente se vuelve importante y esencial para crear cultura y dar un servicio ágil y eficiente.

Estrategias

Tabla 18. Estrategias para mejorar el servicio al cliente de EMUTRÁNSITO

Estrategias	Descripción
Capacitaciones	Inversión monetaria: Se debe asignar una persona que tendrá la tarea de actualizar los conocimientos básicos del proceso de atención, estas capacitaciones se reprogramaran cada 3 meses con el fin de mantener la calidad del servicio de la empresa.
Evaluación post del servicio	Luego de terminado el servicio de atención el cliente responderá un cuestionario digital breve, se requiere Tablet y Google forms.
Entrevistas	Entrevistas mensuales para constatar la mejora del servicio de atención al cliente.
Observación	Rondas diarias por parte de supervisión para constatar el cumplimiento de los objetivos
Seguimiento continuo	Se preparará el área de gerencias trimestralmente para la coordinación y evaluación de los planes de trabajos
Dotación de equipos de oficina	Se proveerá de un computador y Tablet al jefe de matriculación para que realice los informes trimestrales acorde a lo estipulado en la sesión de plan de trabajo

Elaboración propia, 2022

Personal y recursos

Tabla 19: Personal a capacitar

CAPACITACION	
Dirigido	Nº
Jefe de matriculación	1
Supervisor	1
Recaudador	1
Digitadores	2
Revisor	1
Total	6

Tabla 20: Recursos

RECURSOS	COSTE
Capacitador	\$2000
Materiales	\$350
Laptop y proyector	\$800
Total	\$3150

Etapa 3: Verificar

Políticas de seguimiento

Tabla 21. Políticas de seguimiento

Políticas	Implementación de normativas	En sesión de directivos como: gerente y jefes de área, realizar revisión al plan de normativas de la empresa con la finalidad de dar involucramiento a los requerimientos del cliente.
	Regulación	Evaluar trimestralmente la gestión del servicio al cliente, mediante encuestas de satisfacción.

Elaboración propia, 2022

Etapa 4: Actuar

Toma de Decisiones y Retroalimentación

Tabla 22. Toma de decisiones y retroalimentación

Procesos	Redireccionamiento	Tener una planificación que permita a cliente conocer el proceso que realizara desde el inicio hasta le fin
	Puntos de atención	Aumentar los puntos de atención al cliente con el objetivo de dar una mayor cobertura al servicio.
	Conocimiento de procedimientos	Instruir al personal referente a los procedimientos, constatar que se cumplan a cabalidad mediante la evaluación constante de un supervisor

Elaboración propia, 2022

**Cronograma del Plan de Mejoramiento para el Servicio de Atención al Cliente de la
Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa
Elena**

Tabla 23. Cronograma de la aplicación del plan de mejoramiento

N-	ACTIVIDADES	SEMANAS				
		1	2	3	4	5
1	Ganar velocidad en los procesos					
2	Aumentar la calidad de los servicios a partir de comentarios de los consumidores.					
3	Verificar el número de usuarios atendidos y con qué frecuencia					
4	Monitorear los indicadores de desempeño con eficiencia					
5	Reuniones de coordinación sobre plan de trabajo					
6	Informe escrito sobre las actividades					

Elaboración propia, 2022

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

De acuerdo al desarrollo del análisis del siguiente problema de investigación asimismo como la aplicación de la encuesta se puede obtener las siguientes conclusiones:

- Se identificaron los fundamentos teóricos en cuanto a las variables de estudio que en este caso fue la atención al cliente frente a la forma de implementar las estrategias de servicio de esta manera mejorar la calidad de atención en la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena.
- Se estableció la situación actual en el área de matriculación y revisión vehicular de la empresa a fin de identificar las debilidades entre las que es notoria el regular servicio a la atención al cliente, medido a través de encuestas y la observación interna al momento de brindar el servicio al cliente
- Se estableció un objetivo general respecto del servicio al cliente de EMUTRÁNSITO, operativizando en acciones, estrategias de servicios, recursos detallados en el ciclo de Deming con la finalidad del mejoramiento continuo potenciando el proceso servicio al cliente.

Recomendaciones

- Mejorar el servicio al cliente conociendo las bases legales y teóricas del tema investigado para su correcta aplicación tanto de las autoridades, del personal de servicio al cliente y de los usuarios creando cultura de servicio al cliente.
- Fortalecer de manera progresiva las debilidades encontradas en el diagnóstico respecto al servicio al cliente de EMUTRÁNSITO a través del seguimiento y evaluación continua de los procesos.

- Gestionar la aplicación de la propuesta de plan de acción a fin de mejorar la atención al cliente a través de la operatividad del objetivo, actividades, estrategias, procesos de seguimiento y retroalimentación garantizando la fidelización del cliente.

Bibliografía

- Arellano Diaz, H. (2017). La calidad de servicio como ventaja competitiva. *Revista científica Dominio de las ciencias*, 72-83.
- Bei, Z., Zhuang, Y., & Lu, J. (2018). *The "key link" in the reform of China's Social Security System - The management & investment of Social Security Fund*. Obtenido de International Conference on Management Science and Engineering: <https://bv.unir.net:2928/wos/woscc/full-record/WOS:000174166500289>
- Cáceres, A. (2017). *Aplicación de la mejora continua y su efecto en la productividad de los procesos del almacén de una empresa comercializadora de productos electrónicos en Lima Metropolitana*. Obtenido de Universidad Ricardo Palma, Escuela de Posgrado, Maestría en Administración de Negocios: <https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/1436/AIC%C3%81CERESG.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cao, X. (2018). *The Enlightenment of Chile's Pension Fund Investment Management Model to China's Social Security Fund into the Market*. Obtenido de 8th International Conference on Education and Management (ICEM): <https://bv.unir.net:2928/wos/woscc/full-record/WOS:000468205400068>
- Código orgánico administrativo. (2021). *Acceso a servicios públicos*.
- Constitución. (2021). *Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial*. Ediciones Legales.
- Daza Rodríguez, M. E., Daza Porto, M. I., & Bismarck, A. (2017). Servicio al cliente una estrategia gerencial para incrementar la competitividad organizacional en empresas de Valledupar (Colombia). *AiBi Revista de Investigación e Ingeniería*, 20-26.
- Del-Sol, C. (2020). *Las políticas de empresa y su importancia*. Obtenido de Universidad Estatal de Milagro, Facultad de Ciencias Administrativas: <https://www.sdelsol.com/blog/pymes/las-politicas-de-empresa-y-su-importancia/>
- Deming, W. (2000). *The new economics*. New York: The MIT Press.
- Farfán, J., & Vázquez, N. (2018). *Metodología de evaluación de factibilidad para la implementación de Centros de Revisión Técnica Vehicular para los GAD's en el Ecuador*. Obtenido de Universidad Politécnica Salesiana, Sede Cuenca, Carrera de Ingeniería Mecánica Automotriz: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/15123/1/UPS-CT007461.pdf>
- García, G. (2019). *Rraae.cedia.edu.ec*. Obtenido de Rraae: https://rraae.cedia.edu.ec/Record/ITB_0d7dd2bc186e3d12a0a2524eba430c65
- Harvard Business Review. (2019). *Cultura Organizacional y Empresarial, alcance y ámbitos*. Obtenido de Dirección de Recursos Humanos y Gestión de Personal en Mallorca: <https://es.eserp.com/articulos/cultura-empresarial/>

- Hechavarria, D., Ingram, A., & Heacock, J. (6 de diciembre de 2016). *Entrepreneurial ecosystems and entrepreneurship education: the role of universities in fostering ecosystem development*. Obtenido de ANNALS OF ENTREPRENEURSHIP EDUCATION AND PEDAGOGY - 2016: <https://bv.unir.net:2928/wos/alldb/full-record/WOS:000403822200016>
- Hemenejildo Tandazo, K. (2022).
- Lafuente, E., & Berbegal-Mirabent, J. (7 de julio de 2017). *Assessing the productivity of technology transfer offices: an analysis of the relevance of aspiration performance and portfolio complexity*. Obtenido de J Technol Transf (2019) 44:778–801, : [file:///C:/Users/DIXIAN~1.DES/AppData/Local/Temp/Rar\\$Dla6812.30803/Lafuente%20y%20Berbegal%202019-Mariluz%20Fern%C3%A1ndez.pdf](file:///C:/Users/DIXIAN~1.DES/AppData/Local/Temp/Rar$Dla6812.30803/Lafuente%20y%20Berbegal%202019-Mariluz%20Fern%C3%A1ndez.pdf)
- Mendoza, V., & Moreira, J. (11 de abril de 2021). *Procesos de Gestión Administrativa, un recorrido desde su origen*. Obtenido de Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación En Ciencias Administrativas, Económicas Y Contables). ISSN : 2588-090X : <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/414>
- Mili, S., Ferro, C., & Guisado, M. (2017). *La satisfacción del consumidor de café de comercio justo a partir del valor percibido y su contribución en la lealtad del cliente*. Obtenido de Universidad de Vigo, EISO, Escola Internacional de Doutoramento: http://www.investigacion.biblioteca.uvigo.es/xmlui/bitstream/handle/11093/790/La_satisfacci%C3%B3n_del_consumidor.pdf?sequence=1
- Miquel, S., & Moliner, M. (2018). *Análisis de la relación entre calidad y satisfacción en el ámbito empresarial en función del Modelo de Gestión establecido*. Obtenido de Universitat Jaume, Facultat de Ciències Administratives, Departament de Administració de Empreses y Marketing, Programa Doctoral: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10357/civera.pdf>
- Montero, A. (2017). *Estrategia de servicio al cliente y su importancia en el sector logístico*. Obtenido de Delivering moments of happiness: <https://www.beetrack.com/es/blog/estrategia-servicio-al-cliente-importancia-sector-log%C3%ADstico>
- Morales Ospina, A. (2019). El servicio al cliente como estrategia competitiva . *Revista colombiana de ciencias administrativas*, 8-20.
- Motlová, L., Trešlová, M., Stasková, V., & Zeman, M. (2021). *Comparison of cohousing in selected eu countries in the context of care for seniors 65+*. Obtenido de Ústav sociálních a speciálně-pedagogických věd, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích Zdravotně sociální fakulta, Czech Republic: <https://bv.unir.net:2708/record/display.uri?eid=2-s2.0-85106187651&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=MANAGEMENT+OF+SOCIAL+SECURITY+AND+COMMUNITY+COEXISTENCE&sid=15600793190b22bde67fec9cbcb73b23&sot=b&sdt=b&sl=70&s=TITLE-ABS-KEY%28MANAGEMENT+OF+SOCIA>
- Organización de las Naciones Unidas. (2021). *Objetivos del Desarrollo Sostenible*. Obtenido de ONU, Ecuador: <https://www.ec.undp.org/content/ecuador/es/home/sustainable-development-goals.html>
- Ortíz, D., & Huerta, C. (2019). *Estrategias para Mejorar la Atención al Cliente*. Obtenido de Enfoque estratégico de la mejora continua en el área de ventas: <https://www.beetrack.com/es/blog/5-estrategias-atencion-al-cliente>

- Pineda, H. (2020). *La comunicación organizacional en la gestión empresarial: retos y oportunidades en el escenario digital*. Obtenido de Revista GEON (Gestión, Organizaciones Y Negocios), 7(1), 9-25.: <https://doi.org/10.22579/23463910.182>
- Piñas, V. (junio de 2017). *Satisfacción del cliente, calidad y evaluación: un análisis crítico*. Obtenido de Publicado en la Revista del CLAD Reforma y Democracia. No. 32. (Jun. 2017). Caracas: <https://www.redalyc.org/pdf/3575/357533664007.pdf>
- Pionce, C. (2021). *¿Qué es la investigación no experimental?* México, D.F.: QuestionPro.
- Plan Nacional de Desarrollo de Creación de Oportunidades. (2022). *Plan Nacional de Desarrollo de Creación de Oportunidades*. Obtenido de Secretaría Nacional de Planificación, Consejo Nacional de Competencias: <http://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2021/12/Guia-Plan-de-Oportunidades-2021-2025-CNC-.pdf>
- Reimann, C. (2018). *Social Security Systems as Management of Space? Rotterdam and Antwerp in the late 19th and early 20th Centuries*. Obtenido de Univ Gothenburg, Dept Hist Studies, Eklandagatan 86, S-41261 Gothenburg, Sweden: <https://bv.unir.net:2928/wos/woscc/full-record/WOS:000454750500005>
- Rojas, Jaimes, & Valencia. (2017). Efectividad, eficacia y eficiencia en equipos de trabajo. *Espacio*, 15-19.
- Sampieri, R. H. (2017). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de www.elosopanda.com | jamespoetrodriguez.com: uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf
- Secretaria Nacional de planificación. (2021). *Plan de creación d eoportunidades*. Quito: Secretaria Nacional de planificación.
- Zurita, P. (2019). *Estrategias de servicio al usuario del área de matriculación vehicular GAD de Quinsaloma*. Obtenido de Repositorio Instituto Tecnológico Bolivariano: https://rraae.cedia.edu.ec/Record/ITB_4bf42d8d08f55ee1e0738bb3ec52c3a8

Anexos.

Cuadro 1A. Matriz de operacionalización de variables.

TEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
Estrategias de servicio para mejorar la atención al cliente del área de matriculación y revisión vehicular de EMUTRÁNSITO EP.	Objetivo general	La implementación de estrategias de servicio oportunas permitirá el mejoramiento de la atención al cliente del área de matriculación y revisión vehicular de EMUTRÁNSITO EP	V.I Estrategia de servicio	Cultura empresarial	-Políticas y reglamentos -Procesos -Evaluación	Observación al cliente interno
	Definir estrategias de servicios mediante la aplicación de técnicas y herramientas de investigación que permitan mejorar la atención al cliente en el área de matriculación y revisión vehicular de EMUTRÁNSITO EP.			Calidad del Servicio	-Eficiencia -Eficacia -Efectividad	Encuesta – cuestionario
	Específicos			Satisfacción	-Técnica -Medición -Mejora continua	
	Definir los fundamentos teóricos de las variables mediante datos e información históricos.					
	Diagnosticar la situación actual del área de matriculación y revisión vehicular de EMUTRÁNSITO EP		V.D Atención al cliente	Cliente Interno	- Comunicación -Ética -Resolución de problemas	Observación (cliente interno)
				Cliente Externo	-Expectativa - Complacencia	Encuesta-cuestionario

	Identificar el nivel de satisfacción de los usuarios de EMUTRÁNSITO EP				-Capacidad de respuesta	
--	--	--	--	--	-------------------------	--

Anexo 1: Formato de encuesta cliente externo**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

Tema: Estrategias de servicio para mejorar la atención a los clientes del área de matriculación y revisión vehicular de EMTRÁNSITO EP, año 2022

Edad:

Género: Masculino Femenino

Cantón:

Conteste las preguntas de acuerdo con los siguientes criterios:

ESTRATEGIA DE SERVICIO

1. Cuánto tiempo lleva usando el servicio
 - 1 mes
 - 1 a 3 meses
 - 3 a 6 meses
 - 1 a 3 años
 - 3 años +
2. Con que frecuencia realiza tramites en nuestra institución
 - Semanal
 - Mensual
 - Trimestral
 - Semestral
 - Anual
3. El tiempo de respuesta de los procesos del área de matriculación es
 - Malo
 - Regular
 - Bueno
 - Muy bueno
 - Excelente
4. El cumplimiento de los plazos de entrega de documentación estimados es:
 - Malo
 - Regular
 - Bueno
 - Muy Bueno
 - Excelente

5. Como evalúa la calidad de nuestro servicio
 - Malo
 - Regular
 - Bueno
 - Muy bueno
 - Excelente

ATENCIÓN AL CLIENTE

1. Considera que el servicio de atención al cliente es eficiente
 - Si
 - No
2. Considera que sus inquietudes fueron resueltas efectivamente
 - Si
 - No
3. Cómo califica el servicio atención brindado
 - Malo
 - Regular
 - Bueno
 - Muy bueno
 - Excelente
4. Considera que el servicio de respuestas dadas por los colaboradores es claro
 - Si
 - No
5. La capacidad de respuesta ante inconvenientes es:
 - Malo
 - Regular
 - Bueno
 - Muy bueno
 - Excelente
6. Como calificaría la atención del personal para resolver sus quejas y reclamos
 - Malo
 - Regular
 - Bueno
 - Muy bueno
 - Excelente

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 2: Formato de Ficha de Observación



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA



Tema: Estrategias de servicio para mejorar la atención a los clientes del área de matriculación y revisión vehicular de EMTRÁNSITO EP, año 2022

N.	INDICADOR DE OBSERVACIÓN	NIVEL DE MEDICIÓN			OBSERVACIONES
		ALTO	MEDIO	BAJO	
01	El cliente es atendido con cordialidad				
02	El cliente recibe la explicación adecuada de acuerdo a la necesidad que presenta				
03	El cliente se siente conforme con el servicio que recibe				
04	El cliente regresa y mantiene una fidelización hacia la empresa				
05	El cliente recomienda a otras personas sobre el servicio recibido				
06	El cliente recibe las garantías adecuadas del servicio que recibe				
07	El cliente no necesita mucho tiempo para ser atendido				
08	El cliente presenta su satisfacción del servicio agradeciendo al vendedor				

Elaboración propia, 2022

Document Information

Analyzed document	TRABAJO DE TITULACION KAREN HERMENEJILDO LISTO PARA URKUND (1).docx (D140643624)
Submitted	6/17/2022 7:10:00 PM
Submitted by	BACILIO BEJEGUEN JACQUELINE DEL ROCIO
Submitter email	jbacilio@upse.edu.ec
Similarity	6%
Analysis address	jbacilio.upse@analysis.orkund.com

Sources included in the report

SA	REVISION TESIS ZOLLER.docx Document REVISION TESIS ZOLLER.docx (D110460260)	 1
SA	TT2_EF_Moreno Parihuaman Cristhian Ruben.docx Document TT2_EF_Moreno Parihuaman Cristhian Ruben.docx (D110403190)	 11

Entire Document

CICLO DE DEMING Planificar Actuar Verificar Hacer
UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
INSTITUTO DE POSTGRADO

PORTADA Estrategias de servicio y atención al cliente del área de matriculación y revisión vehicular, Caso de estudio:
EMUTRANSITO EP, provincia de Santa Elena

TESINA Previo a la obtención del grado académico de:
MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
MODALIDAD: Examen complejo

AUTOR(A): ING. HERMENEJILDO TANDAZO KAREN DENNISE
LA LIBERTAD – ECUADOR 2022
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

Contexto de la investigación El presente trabajo esta direccionado a la Empresa Municipal de Movilidad, Transito, Transporte y seguridad Vial de Santa Elena EMUTRANSITO-EP ubicada en la avenida Francisco Pizarro, vía a Ballenita en las instalaciones del terminal terrestre SUMP, perteneciente al sector público, la cual está conformada por 19 trabajadores los cuales desempeñan diferentes funciones, de los cuales 6 pertenecen al área de ventas y servicio al cliente: Gráfico 1. Organigrama de la Empresa Municipal de Movilidad, Transito, Transporte y seguridad Vial de Santa Elena EMUTRANSITO-EP

Fuente: Gad Municipal del cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena. El objetivo de la investigación recae en proponer estrategias que permitan la mejora de la atención al cliente en el área de matriculación y revisión vehicular del año 2021, considerando que la institución atiende alrededor de 13.000 casos de matriculación y revisión vehicular anualmente.

Diseño y alcance de la investigación

La presente investigación se desarrolla bajo la investigación no experimental, ya que se analizó el nivel de satisfacción que tienen los clientes al momento de realizar la revisión vehicular en la Empresa Municipal de Movilidad, Transito, Transporte y seguridad Vial de Santa Elena EMUTRANSITO-EP. La investigación no experimental permite la observación del contexto en análisis, donde se presenta el problema, por lo que se puede sacar las conclusiones, recomendaciones y las posibles soluciones. CITATION Car21 \l 3082 (Pionce, 2021)