



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**“ESTUDIO PARA UN DISEÑO DE UN PLAN DE MEJORA EN  
ATENCIÓN AL USUARIO PARA EL DEPARTAMENTO DE  
TURISMO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO  
DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN SALINAS PROVINCIA  
DE SANTA ELENA, PERIODO 2013-2017”  
CANTÓN SANTA ELENA”**

Previa a la obtención del Título de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE  
HOTELERÍA Y TURISMO**

**AUTOR: JAZMIN JOMAYRA SMITH ARÉVALO**

**TUTORA: ING. VERONICA PONCE Msc**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2013**

**UNIVERSIDAD ESTATAL**  
**PENÍNSULA DE SANTA ELENA**  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

**“ESTUDIO PARA UN DISEÑO DE UN PLAN DE MEJORA EN  
ATENCIÓN AL USUARIO PARA EL DEPARTAMENTO DE  
TURISMO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO  
DESCENTRALIZADO DEL CANTON SALINAS PROVINCIA  
DE SANTA ELENA, PERIODO 2012-2016”**

**TESIS DE GRADO**

Previa a la obtención del Título de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE  
HOTELERIA Y TURISMO**

JAZMIN JOMAYRA SMITH ARÉVALO

TUTORA: ING. VERONICA PONCE Msc

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

La Libertad, 20 de Agosto del 2012

### **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, **“ESTUDIO PARA UN DISEÑO DE UN PLAN DE MEJORA EN ATENCION AL USUARIO PARA EL DEPARTAMENTO DE TURISMO DEL GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTON SALINAS PROVINCIA DE SANTA ELENA, PERIODO 2012-2016”**, elaborada por la Srta. JAZMIN JOMAYRA SMITH ARÉVALO, egresada de la Escuela de Hotelería y Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Hotelería y Turismo, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

---

ING. VERONICA PONCE Msc  
**PROFESORA-TUTORA**

## **DEDICATORIA**

A mis padres, JUAN SMITH PALMA y LETICIA AREVALO  
UBILLA, quienes me han dado el apoyo moral para que yo sepa  
guiarme en el sendero del bien y poder culminar así mi vida  
profesional

A mi adorado hijo Roger Alexander Vera Smith, razón de mi  
existencia quien me ha dado paciencia y me ha incentivado para que  
yo pueda darle el ejemplo sintiéndome útil y digan de él.

*Jazmín*

## **AGRADECIMIENTO**

Al gran maestro que es DIOS, que permitió que escogiera esta profesión que con su luz divina me guió e inspiró con mi vocación

A mi tutora Ing. Verónica Ponce, de la UPSE, que con sus sabios consejos y conocimientos que día a día ha sembrado y compartido dando lugar a mi formación integral

*Jazmín*

## **TRIBUNAL DE GRADO**

---

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.  
**DECANA DE LA FACULTAD DE  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

---

Lcdo. Erick López Reyes, MSc.  
**DIRECTOR DE ESCUELA  
DE HOTELERIA Y TURISMO**

---

Ing. Verónica Ponce Chalen, MSc  
**PROFESOR TUTOR**

---

Lcdo. Tania Aguirre Suarez, MSc.  
**PROFESOR ESPECIALISTA**

---

Ab. Milton Zambrano Coronado. Msc.  
**SECRETARIO GENERAL PROCURADOR**

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
CARRERA DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO**

**“ESTUDIO PARA UN DISEÑO DE UN PLAN DE MEJORA EN ATENCIÓN AL  
USUARIO PARA EL DEPARTAMENTO DE TURISMO DEL GOBIERNO  
AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN SALINAS PROVINCIA DE  
SANTA ELENA, PERIODO 2012-2016”**

**Autor:** Jazmín Jomayra Smith Arévalo  
**Tutora:** Ing. Verónica Ponce Chalen, Msc.

**RESUMEN**

La presente investigación pretende evidenciar y dar una solución a la problemática de atención al usuario en el departamento de turismo del gobierno autónomo descentralizado cantonal Salinas, en la actualidad con la implementación de nuevas políticas que buscan regular el servicio público se debe de proponer mecanismos de ayuda a este tipo de departamentos que mejoren la atención al usuario, sabiendo que el cantón Salinas es el más emblemático turísticamente no solo a nivel provincial sino a nivel nacional, es el más concurrido por parte de los turistas nacionales y extranjeros y este departamento se convierte en un lugar estratégico para el desarrollo turístico no solo del cantón sino de la provincia de Santa Elena. La necesidad de resolver la problemática se desarrollará en una propuesta basada en teorías de la planeación estratégica aplicada al turismo, el fortalecimiento de este tipo de entidades hace que tanto en el corto plazo como en el largo plazo sean incidentes en el tema turístico, los pocos recursos que manejan este tipo de dependencias hace que se deban de recurrir a alternativas como el financiamiento, auspicios, en este caso con el hecho de no contar con personal suficiente y en muchos casos que no poseen títulos profesionales acorde a los requerimiento hace la tarea mucho más dura. Es por eso que a continuación se presenta un “ESTUDIO PARA UN DISEÑO DE UN PLAN DE MEJORA EN ATENCIÓN AL USUARIO PARA EL DEPARTAMENTO DE TURISMO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN SALINAS PROVINCIA DE SANTA ELENA, PERIODO 2012-2016” que servirá de base para la toma de decisiones y que en un futuro próximo se pueda poner en práctica.

## INDICE GENERAL

<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	vi
INDICE DE GRAFICOS.....	xiii
INDICE DE ANEXOS .....	xiv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1 .....	3
MARCO TEÓRICO .....	3
<b>1.1. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL CANTÓN SALINAS</b> .....	3
<b>1.1.1 RESEÑA HISTÓRICA</b> .....	3
<b>1.1.2 LÍMITES</b> .....	4
<b>1.1.3 OROGRAFÍA:</b> .....	4
<b>1.1.4 HIDROGRAFÍA:</b> .....	5
<b>1.1.5 CLIMA:</b> .....	5
<b>1.1.6 DIVISIÓN POLÍTICA:</b> .....	5
<b>1.1.7 EXTENSIÓN</b> .....	6
<b>1.1.8 DEMOGRAFÍA:</b> .....	6
<b>1.1.9ANÁLISIS SITUACIONAL DEL TURISMO COMO ACTIVIDAD ECONÓMICA</b> .....	6
<b>1.1.9.1 HISTORIA DE TURISMO EN SALINAS:</b> .....	6
<b>1.1.9.2 ACTORES DEL TURISMO</b> .....	7
<b>1.2GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO CANTONAL SALINAS</b> .....	9
1.2.1 MISIÓN.....	9
1.2.2 VISIÓN .....	9
1.2.3 OBJETIVOS.....	10
1.2.4 ESTRUCTURA ORGÁNICA: .....	11
<b>1.3EL DEPARTAMENTO DE TURISMO</b> .....	12
<b>1.4DEFINICIÓN DE SERVICIO</b> .....	18
<b>1.4.1CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS O ATENCIÓN AL USUARIO</b> .....	19

<b>1.4.2SERVICIO DE ATENCIÓN AL USUARIO</b>	21
<b>1.4.3CALIDAD DEL SERVICIO O ATENCIÓN</b>	22
<b>1.4.4DEFINICIÓN DE CALIDAD</b>	23
<b>1.4.5IMPORTANCIA DE LA CALIDAD</b>	24
<b>1.4.6 LA DEFINICIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO O ATENCIÓN..</b>	26
<b>1.4.7ELEMENTO BÁSICO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO O ATENCIÓN</b>	26
<b>1.4.8COMPONENTE DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN</b>	28
<b>1.4.9DIMENSIÓN DE LA CALIDAD DE LA ATENCIÓN</b>	28
<b>1.5VALOR, CALIDAD Y SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR</b>	29
<b>1.5.1VALOR PARA EL CONSUMIDOR</b>	30
<b>1.6ATENCIÓN AL USUARIO</b>	31
<b>1.6.1EL USUARIO</b>	32
<b>1.6.3VALOR PARA EL USUARIO</b>	37
<b>CAPÍTULO II</b>	38
<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b>	38
<b>2.1VALIDACIÓN METODOLÓGICA</b>	38
<b>2.2.2 MUESTRA</b>	40
<b>2.2.3CÁLCULO DE LA MUESTRA</b>	40
<b>2.2.4PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS</b>	42
<b>2.3PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE ENCUESTA A COLABORADORES</b>	42
<b>2.4PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE ENCUESTA A USUARIOS</b>	50

<b>2.5</b>	<b>PRESENTACION Y ANALISIS DE ENTREVISTA AL ALCALDE.....</b>	<b>60</b>
<b>2.6</b>	<b>ANÁLISIS INTEGRADOR:.....</b>	<b>63</b>
<b>3.1</b>	<b>PRESENTACIÓN .....</b>	<b>63</b>
<b>3.2</b>	<b>MISIÓN .....</b>	<b>66</b>
<b>3.4</b>	<b>OBJETIVOS PLAN DE MEJORAMIENTO.....</b>	<b>67</b>
<b>3.4.1</b>	<b>OBJETIVO GENERAL.....</b>	<b>67</b>
<b>3.4.2</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....</b>	<b>67</b>
<b>3.5</b>	<b>ACCIONES PARA EL PLAN DE MEJORA EN ATENCIÓN AL USUARIO PARA EL DEPARTAMENTO DE TURISMO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN SALINAS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.....</b>	<b>68</b>
<b>3.5.1</b>	<b>..... ACCIONES .....</b>	<b>68</b>
<b>3.5.2</b>	<b>DISEÑO DE ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS PARA EL CUMPLIMIENTO DEL PLAN DE MEJORAMIENTO DE ATENCIÓN AL USUARIO.....</b>	<b>72</b>
<b>3.6.5</b>	<b>MECANISMOS DE CONTROL PARA EL SEGUIMIENTO AL PLAN DE MEJORAMIENTO.....</b>	<b>78</b>
<b>3.6</b>	<b>PUESTA EN MARCHA DEL PLAN DE MEJORAMIENTO.....</b>	<b>80</b>
<b>3.7</b>	<b>INDICADORES DE SEGUIMIENTO A LAS ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL DEPARTAMENTO DE TURISMO DEL GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO.....</b>	<b>80</b>
<b>3.8</b>	<b>LA COMUNICACIÓN Y LA CAPACIDAD DE ESCUCHA: ELEMENTOS ESENCIALES EN LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS.....</b>	<b>81</b>
<b>3.9.1</b>	<b>IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN.....</b>	<b>83</b>
<b>3.9.2</b>	<b>CARACTERÍSTICAS DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIO DE ATENCIÓN AL USUARIO.....</b>	<b>83</b>
<b>3.9.3</b>	<b>PROCEDIMIENTO EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL USUARIO.....</b>	<b>85</b>
<b>3.9.4</b>	<b>CANALES DE ATENCIÓN A LA CIUDADANÍA.....</b>	<b>85</b>
<b>3.9.5</b>	<b>FACTORES PRINCIPALES EN LA ATENCIÓN TELEFÓNICA .....</b>	<b>86</b>
<b>3.9.6</b>	<b>CONTACTO INICIAL.....</b>	<b>87</b>
<b>3.9.7</b>	<b>DESARROLLO DE LA INFORMACIÓN.....</b>	<b>88</b>
<b>3.10</b>	<b>REGLAS PARA TENER EN CUENTA EN LA ATENCIÓN.....</b>	<b>89</b>
<b>3.11</b>	<b>ATENCIÓN VIRTUAL.....</b>	<b>90</b>

<b>3.12</b>	<b>CÓDIGOS ÉTICOS</b> .....	91
<b>3.13</b>	<b>IMAGEN Y CALIDAD DEL SERVICIO</b> .....	93
<b>3.14</b>	<b>CONTENIDO DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN:</b> .....	94
<b>3.15</b>	<b>BENEFICIOS</b> .....	99
	CONCLUSIONES.....	100
	RECOMENDACIONES.....	101

#### INDICE DE TABLAS

TABLA	DETALLE	PAG
Tabla No 1	Población	52
Tabla No 2	Departamento de turismo	54
Tabla No 3	Iniciativa de modernizar	55
Tabla No 4	Mejorar la gestión	56
Tabla No 5	Departamento de turismo	58
Tabla No 6	servicio público	59
Tabla No 7	Calidad del servicio	60
Tabla No 8	necesidades y requerimientos	61
Tabla No 9	controles de los procesos	62
Tabla No 10	Atención brindada	63
Tabla No 11	Información proporcionada	64
Tabla No 12	Estrategias utilizadas	65
Tabla No 13	Actividades	66
Tabla No 14	Servicios turísticos	67
Tabla No 15	Recursos oportunos	68
Tabla No 16	Comunicación entre los integrantes de la institución	69
Tabla No 17	Materiales de información	70
Tabla No 18	Servicio en general	71
Tabla No 19	Publicidad turística	73
Tabla No 20	Acciones a implementarse en el plan de mejoramiento	81

Tabla No 21	Acciones a implementarse en el plan de mejoramiento	82
Tabla No 22	Acciones a implementarse en el plan de mejoramiento	83
Tabla No 23	ESTRATEGIAS	87
Tabla No 24	ESTRATEGIAS	88
Tabla No 25	ESTRATEGIAS	89
Tabla No 26	Seguimiento	92
Tabla No 27	Imagen y Calidad de Servicio	106
Tabla No 28	Programa Imagen y calidad	109
Tabla No 29	Plan de Marketing	110
Tabla No 30	Capacitación: calidad de atención al usuario	111

## INDICE DE GRAFICOS

GRAFICO	DETALLE	PAG
	Organigrama departamento de turismo GAD	
Gráfico No 1	Salinas	26
Gráfico No 2	Atención al Usuario	32
Gráfico No 3	Estructura de valor para el Consumidor	41
Gráfico No 4	Departamento de turismo	54
Gráfico No 5	Iniciativa de modernizar	55
Gráfico No 6	Mejorar la gestión	56
Gráfico No 7	Departamento de turismo	58
Gráfico No 8	servicio público	59
Gráfico No 9	Calidad del servicio	60
Gráfico No 10	necesidades y requerimientos	61
Gráfico No 11	controles de los procesos	62
Gráfico No 12	Atención brindada	63
Gráfico No 13	Información proporcionada	64
Gráfico No 14	Estrategias utilizadas	65
Gráfico No 15	Actividades	66
Gráfico No 16	Servicios turísticos	67
Gráfico No 17	Recursos oportunos	68

	Comunicación entre los integrantes de la	
Gráfico No 18	institución	69
Gráfico No 19	Materiales de información	70
Gráfico No 20	Servicio en general	71
Gráfico No 21	Publicidad turística	73

## **INDICE DE ANEXOS**

ANEXO 1 ENTREVISTA

ANEXO 2 ENCUESTA A USUARIOS

ANEXO 3 ENCUESTA A COLABORADORES

ANEXO 4 FOTOS EVIDENCIAS

ANEXO 5 FOTOS EVIDENCIAS

ANEXO 6 FOTOS EVIDENCIAS

ANEXO 7 FOTOS EVIDENCIAS

ANEXO 8 FOTOS EVIDENCIAS

ANEXO 9 FOTOS EVIDENCIAS

ANEXO 10 FOTOS EVIDENCIAS

ANEXO 11 LEY COOTAD

ANEXO 12 LEY DE TURISMO

## INTRODUCCIÓN

Los departamentos de turismo en cantones donde la actividad turística tiene un rubro significativo no solo económicamente sino como un mecanismo de desarrollo social de la comunidad. Se convierte entonces el departamento de turismo del Gobierno Descentralizado del Cantón Salinas como parte fundamental del estudio para determinar el estado en el que se encuentra de acuerdo a las funciones que le hayan sido asignadas y establecer las razones, causas y efectos que sirven como base para proponer la implementación de un plan de mejoras para la atención al usuario 2012-2016. El impacto poco significativo del departamento de turismo del Cantón Salinas se debe al mal manejo administrativo de los destinos por los encargados en este caso el departamento de turismo de la entidad pública antes mencionada. En la actualidad la mayoría de los departamentos de turismo enfrentan conflictos de trabajo debido a que no toman en cuenta los aspectos fundamentales e importantes como es el personal que integra la organización. El resultado esperado es un recurso humano preparado para brindar buena atención a los turistas que necesiten sus servicios en cuanto a información turística que necesiten, etc., así contribuirán al desarrollo de la actividad del cantón Salinas por lo que sería de gran progreso brindar una buena atención al cliente.

En la presente investigación se determinará como incide un estudio para el diseño de un plan de mejora en atención al usuario para el departamento de turismo del cantón Salinas como mecanismo de fortalecimiento de la actividad turística del balneario. Para esto se hace primordial el diseño y la ejecución del plan de mejoras que en su medida debe de impulsar a este departamento y llevarlo a dar servicios de calidad a los usuarios. Por esta razón nace la idea de diseñar un plan de mejora en atención al usuario para el departamento de turismo del Cantón Salinas Provincia de Santa Elena, con la finalidad de mejorar la calidad de

prestación de servicio en esta institución, debido a que nos estamos enfrentando a muchos cambios tecnológicos, sociales, políticos y económicos por esta razón considero necesario la iniciativa de modernizar el sector público, que los integrantes de esta dependencia sean capaces de enfrentar los desafíos que proponen las nuevas demandas de los habitantes. Dentro del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas en el departamento de Turismo es fundamental realizar un análisis profundo y minucioso de los factores internos, identificando las fortalezas y debilidades, como de los factores externos, reconociendo las oportunidades y amenazas, para enfrentar con éxito los retos que significa lograr óptimos resultados en beneficio de los ciudadanos. La necesidad de solucionar esta problemática es evidente y debe de ejecutarse para que se siga promoviendo prácticas del turismo y fomentándolo en el cantón Salinas. Este estudio tiene como objetivo diseñar un plan de mejora de atención al usuario para el gobierno autónomo descentralizado del cantón Salinas como estrategia de apoyo al turismo y su fomento. La hipótesis de trabajo que se pretende contrastar es que la aplicación de un plan mejora significativamente la atención al usuario en el departamento de turismo, aunque la investigación solo queda en diseño se debe de evidenciar que las correctas prácticas de planeación ayudan y promueven el turismo.

El presente trabajo está dividido en tres capítulos, en el primero se evidencian criterios teóricos, legales y conceptuales para entender la problemática del departamento y su realidad además de criterios de diversos autores que mantienen a la atención al usuario como un mecanismo clave para el fomento del turismo. En el segundo capítulo pretende demostrar que existe la problemática además mediante la aplicación de investigación exploratoria y descriptiva evidenciar la necesidad de un plan de mejora a la atención al usuario en el departamento de Turismo, en el último capítulo se pretende proponer un plan temporal de mejora a la atención al usuario una vez determinada la necesidad de dicha implementación.

## **CAPÍTULO 1**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **1.1.PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL CANTÓN SALINAS**

##### **1.1.1 RESEÑA HISTÓRICA**

El cantón Salinas forma parte de la nueva provincia de Santa Elena, se encuentra ubicado a 5 km del cantón La Libertad, en el extremo más saliente de las Costas del Pacífico sur, formando parte de la provincia de Santa Elena en la zona conocida como “Puntilla de Santa Elena”, comprendiendo 3 cantones: Salinas, La Libertad y Santa Elena, estando los tres primeros, por sus condiciones físicas, prácticamente conurbados. Salinas, cuya extensión de playa es de 15 km, ha conformado como una ciudad que se desarrolla eminentemente en base al turismo de sol, mar y playa, con una estructura hotelera de primera calidad. El cantón Salinas es la ciudad con mayor fortaleza turística a nivel nacional, tiene una historia milenaria importante de rescatar para establecer una continuidad entre el pasado y el futuro. Está asentada en la península de Santa Elena originalmente llamada Sumpa en lengua aborígen.

En la península se asentaron varias tribus y culturas pre-colombianas, que en su orden cronológico fueron: Las Vegas, Valdivia, Engoroy, Guangala, Manteña Huancavilca. Años después ya en la época colonial, pueblos pescadores se asentaron en Chipipe, Santa Rosa y La Libertad. El nombre que ostenta el cantón se origina en su inagotable fuente de producción de sal yodada, que por muchos años se ha explotado de sus pozos denominados Salinas, los cuales han proveído durante mucho tiempo de este indispensable condimento a un gran porcentaje de la nación ecuatoriana,

Desprende de las fuentes históricas, este nombre lo lleva desde la época colonial. Durante el siglo pasado, ya en tiempos de República, Salinas y toda la península, continuaron desempeñando un importante papel, como principales abastecedores de Guayaquil. Salinas además suministraba alquitrán y brea para el calafateo de las embarcaciones que se construían en los grandes astilleros guayaquileños. A partir de los años 40, con el asentamiento de la base militar norteamericana en Chipipe, la construcción del Yacht club y en los 70 la construcción masiva de los edificios en alturas, se impulsó el asentamiento de capitales y por andén el crecimiento acelerado de la ciudad.

Su clima es seco, su temperatura promedio anual es de 25°C y posee una superficie de 68,7 km<sup>2</sup> aproximadamente.

### **1.1.2 LÍMITES**

Según el plan de desarrollo y ordenamiento territorial estos son los límites del cantón:

Al Norte:	Océano Pacífico
Al Sur:	Océano Pacífico
Al Este:	La Libertad y Santa Elena
Al Oeste:	Océano Pacífico

### **1.1.3 OROGRAFÍA:**

Salinas constituye una extensa planicie cuya forma triangular ocupa la parte Suroccidental de la península de Santa Elena. No existen accidentes orográficos de consideración, encontrando territorios pequeños elevaciones como: La colina de “Punta Carnero” y el Cerro de Salinas, conocido como la puntilla, accidentes

costaneros que se adentran en el océano en forma de punto de referencia para la navegación.

#### **1.1.4 HIDROGRAFÍA:**

Salinas carece de ríos de importancia, a penas pequeños esteros de invierno, que en épocas como la del fenómeno de El Niño, recogen considerables caudales de aguas lluvias y lo depositan en el mar. Los de mayor consideración son: Las Vegas (límite oriental del cantón), Salado, Tambo y Tortuga, las aguas de estos ríos son recolectadas en la laguna “Velasco Ibarra” reservorio constituido en el segundo periodo presidencial del Dr. José María Velasco Ibarra, llamada en esos años a solucionar en gran parte la escasez de agua para el uso humano y la irrigación en el cantón Salinas.

#### **1.1.5 CLIMA:**

Salinas como parte de la faja costera debería tener un clima húmedo tropical, pero la influencia del mar del que se halla casi rodeado y los vientos de la corriente fría de Humboldt, modifican notoriamente su clima, que está muy lejos de ser ecuatorial, con temperaturas que oscilan en torno a los 24° grados, aumentando desde la orilla del mar hacia el interior

#### **1.1.6 DIVISIÓN POLÍTICA:**

El cantón está dividido en seis parroquias, cuatro urbanas: Carlos Espinoza Larrea, Alberto Enrique Gallo, Vicente Roca y Santa Rosa; y dos rurales: José Luis Tamayo y Anconcito, siendo las tres primeras conocidas simplemente como parroquia Salinas. Actualmente esta división política no refleja de manera acertada la existente, pues todas las parroquias urbanas de Salinas, más el área urbana de José Luis Tamayo, representa una sola ciudad.

### **1.1.7 EXTENSIÓN**

- ✓ Total: 7356,7 has
- ✓ Cabecera cantonal (área urbana Salinas): 2706.84 has
- ✓ Parroquia rural: José Luis Tamayo: 3676.02 has
- ✓ Parroquia rural: Anconcito: 973.84 has

### **1.1.8 DEMOGRAFÍA:**

Tasa de crecimiento:	2.69%
Tasa de migración:	5.04%
Población total:	50.031 hab.
Población urbana:	29.294 hab.
Población rural:	20.737 hab
Necesidades básicas insatisfecha:	45.58%

Salinas ha presentado un proceso acelerado de crecimiento, por lo tanto debemos brindar un excelente servicio e información turística a los habitantes para así que ellos sean un factor muy importante a la hora de dar a conocer nuestro lindo cantón.

### **1.1.9 ANÁLISIS SITUACIONAL DEL TURISMO COMO ACTIVIDAD ECONÓMICA**

#### **1.1.9.1 HISTORIA DE TURISMO EN SALINAS:**

Salinas ha tenido un extensa trayectoria en el turismo, su impacto en la economía local ha sido significativo una gran parte de su población se dedica a esta activad, según los archivos históricos del Gobierno autónomo descentralizado cantonal,

uno de los primeros Hoteles donde se hospedaron grandes personalidades del ámbito turístico y político se llamó Hotel Londres; pero también observamos el primer edificio construido en Salinas llamado El Tiburón; podemos observar el gran espacio de playa que existía en los años 50 y en la cual aterrizaba la avioneta conocida como PANAGRA, Salinas en 40 también fue impulsada en su desarrollo por la presencia de los norteamericanos, lugar apacible de descanso, donde las familias venían a descansar, gozar de su mar y sus playas, cuando viajaban a La Libertad a realizar sus compras, las más conocidas: La Villa Margarita, La Estancia Fanny, La Casa de los Rodríguez Bonín, ubicada en la cima de la loma, La Casa de Don Cesar Núñez, que fue tienda de abarrotes, El Lloly Garden, el almacén de telas de las turcas Marías, La Bodega Centro de venta de licores, víveres, salchichas, mantequillas y quesos, en la actualidad es el Centro del Terminal de Salinas para la CLP, estaba ubicada la casa del Dr. Antonio Ponce. Salinas tenía un brazo de mar que partía desde la 2da calle hasta el Barrio Bazán en dirección Norte Sur, y desde la cevichería hasta una cuadra al Sur de lo que hoy es la casa de la Sociedad de Artesanos en dirección Oeste. Originalmente el agua del mar entraba por el Estero que existía entre las 2 lomas y el Hotel Yulee, antes de subir a la misma a mano izquierda, estuvo el Hotel Astoria, y antes de llegar al mismo el puente de madera. Aunque existen otras actividades en Salinas como la pesca y el comercio, en la actualidad el rubro de ingreso más importante proviene del turismo como en Salinas aumenta constantemente la inversión en el servicio hotelero y entretenimiento; los restaurantes, las barras, las discotecas, las salas de juegos, las peñas artísticas, los clubes.

### **1.1.9.2 ACTORES DEL TURISMO**

Según (CIUDAD, FUNDACION, 2011) en el plan de desarrollo y ordenamiento territorial, define a los actores del turismo como tradicionalmente los interlocutores sobre la gestión turística en el país habían sido únicamente los “órganos rectores” del estado central, los gremios organizados así como las

### **Cámaras Provinciales de Turismo y su federación nacional.**

Sin embargo, en los últimos años han irrumpido nuevos protagonistas que han ido ganando espacio en el debate: los gobiernos locales y parroquiales, las comunidades, las fundaciones, los institutos formales, las universidades, administradores públicos, privados o comunitarios de las reservas naturales y sitios culturales, así como otras diversas formas de organización civil; que se encuentran generando y liderando propuestas que nos han ayudado a identificar un nuevo escenario de desarrollo y en el que cada vez más directamente, juegan un papel importante todos los habitantes del país. En el cantón Salinas un actor del turismo que debe de cumplir su rol con una buena planificación es el departamento de turismo:

### **GRÁFICO NO 1**

#### **Actores del turismo en la provincia de Santa Elena**



**Fuente:** Plan de desarrollo y ordenamiento territorial 2010  
**Elaborado por:** Fundación Ciudad

## **1.2 GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO CANTONAL SALINAS**

Luego de la aprobación del Código orgánico de ordenamiento territorial (COOTAD) los municipios pasaron a llamarse Gobiernos Autónomos descentralizados bajo un mejorado marco legal entre estos esta el cantón Salinas que cuenta con las siguientes características.

### **1.2.1 MISIÓN**

Promover el desarrollo sustentable garantizando el derecho al Buen Vivir a través de políticas y proyectos que desarrollen la equidad, la inclusión, el ordenamiento territorial, la participación ciudadana, desarrollo económico y turístico, medio ambiente, seguridad ciudadana, cultura, artes, actividades deportivas con moral y ética institucional, en beneficio y defensa de sus habitantes.

### **1.2.2 VISIÓN**

Consolidar la institución en el desarrollo socio económico y productivo, ofreciendo mejores servicios públicos con calidad, eficacia, oportunidad y seguridad ciudadana; e impulsando los micro-proyectos dentro de sus áreas de competencia para beneficio de los habitantes del Cantón.

### 1.2.3 OBJETIVOS

- Forjar del Gobierno Municipal de Salinas una institución transparente, con planificación e involucrada con las necesidades de la ciudadanía para mejorar sus condiciones;
- Planificar, construir y mantener la infraestructura física y equipamientos de educación y salud con los más altos estándares de calidad;
- Alcanzar el desarrollo equitativo y solidario de las zonas de su jurisdicción cantonal;
- Proporcionar al Cantón de los espacios públicos destinados al desarrollo social, cultural y deportivo;
- Creación y funcionamiento de sistemas de protección integral de sus habitantes;
- Implementar y ejecutar políticas de ordenamiento territorial;
- Implementar políticas de gestión ambiental y de riesgos, para hacer de Salinas un territorio seguro;
- Buscar la cooperación nacional e internacional en todas las áreas de intervención del Gobierno Municipal de Salinas.

#### 1.2.4 ESTRUCTURA ORGÁNICA:

La estructura del Gobierno Municipal de Salinas, comprende los siguientes niveles:

Nivel Legislativo :	Concejo Municipal
Nivel ejecutivo :	Alcalde
Nivel Asesor :	Comisiones de Mesa, Comisiones Permanentes, Comisiones Especiales, Asesoría Jurídica, Comité de Desarrollo Local, Consejos Cantonales Sociales
Nivel Operativo :	Gerencia General: Sección proyectos y sección de Gestión
	Gerencia de Planificación Estratégica : Jefatura de Participación Social, Jefatura de Turismo, Jefatura de Servicios Públicos
	Gerencia de Planificación Física: Jefatura de Diseño Urbano, Jefatura de Obras Públicas, Jefatura de Servicios Técnicos
	Gerencia Social : Jefatura de Salud, Jefatura de Educación Cultura y Deporte
	Gerencia Ambiental: Jefatura de Gestión Ambiental, Sección Estudios Ambientales, Sección Inspección Ambiental
Nivel de Control :	Auditoría Interna
Nivel de Apoyo :	Secretaría General, Jefatura de Comunicación Social, Jefatura de Justicia y Vigilancia.
Gerencia Financiera:	Jefatura de contabilidad, Jefatura de Tesorería: Sección Rentas, Sección Recaudaciones, y sección Coactiva; Jefatura de Presupuesto, Jefatura de Sistemas, Jefatura

	Administrativo; Sección Recaudaciones y Sección Coactiva; Jefatura de Presupuesto, Jefatura de Sistemas, Jefatura Administrativa; Sección Guardalmacén, Sección de Recursos Humanos, Jefatura de Catastro y Avalúo.
--	---

**Fuente:** G.A.D Municipio de Salinas

**Elaborado por:** G.A.D Municipio de Salinas

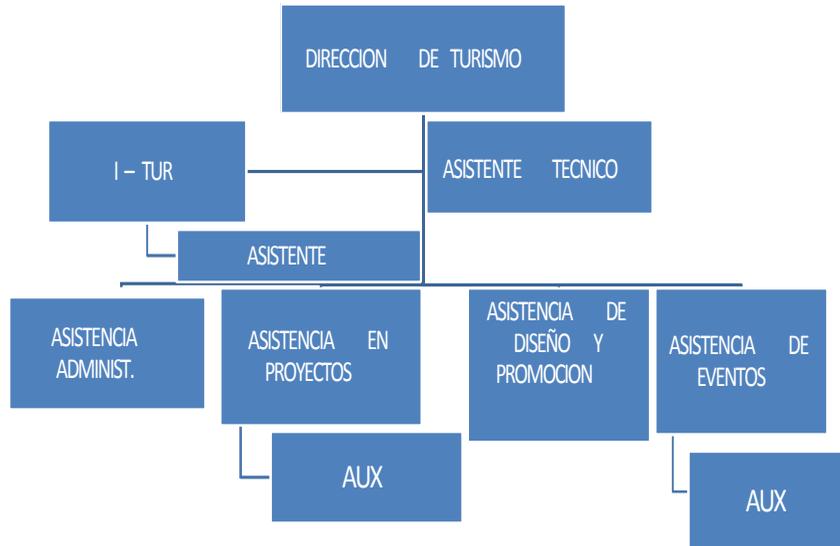
### **1.3 EL DEPARTAMENTO DE TURISMO**

Para la presente investigación se va a realizar hincapié en el departamento de turismo, este tiene por objetivo el impulsar en coordinación con el sector público y privado, las actividades de la comuna, mediante planes, programas y proyectos, enmarcados en el plan de desarrollo comunal y en el plan estratégico comunal.

En la actualidad el gobierno autónomo descentralizado del cantón Salinas cuenta con un departamento de turismo que tiene la siguiente estructura orgánica:

### **GRÁFICO NO 2**

## Organigrama departamento de turismo GAD Salinas



**Fuente:** Datos del departamento de Turismo

**Elaborado por:** Departamento de Turismo Salinas 2013

### 1.3.1 CREACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE TURISMO

El departamento de turismo fue creado debido a la necesidad de impulsar esta actividad económica como un eje fundamental de desarrollo del cantón en ejercicio de las atribuciones que le confiere el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización en el artículo 60, literal i.

En la actualidad este departamento tiene las siguientes funciones:

- Planificar acciones, programas y proyectos debidamente sustentados, e integrados en el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Cantonal;

- Planificar y gestionar proyectos de servicios de Atención al Turista;
- Velar por el cumplimiento de las obligaciones de las partes en todos los convenios vigentes que mantenga el Municipio y otras instituciones;
- Promover y difundir en el ámbito local, nacional e internacional los diferentes atractivos turísticos del Cantón;
- Apoyar las actividades de las organizaciones comunitarias con fines de impulsar la creación, instalación y fortalecimiento de microempresas, en cuyos componentes se encuentre la actividad turística;
- Promover el trabajo intersectorial, potenciando las iniciativas de desarrollo;
- Planificar conjuntamente con la Dirección de Planificación, el ordenamiento comercial y la infraestructura necesaria para potenciar la comercialización en el Cantón;
- Diseñar un conjunto de incentivos fiscales para promover la inversión local;
- Realizar un reporte mensual permanente de todas las modificaciones encontradas en el catastro como: cambios de propietario, dirección, establecimientos que nos sean considerados turísticos, y cualquier otro cambio vinculado al responsable del establecimiento;
- Organizar, promover y dirigir el desarrollo sostenible de la actividad turística, mediante procesos integradores, concertados y descentralizados, impulsando el desarrollo económico y social, generando empleo digno que mejore la calidad de vida de la población local y garantizando la valoración y conservación del patrimonio natural;
- Desarrollar con el apoyo de la Cámara Provincial o Cantonal de Turismo y de las personas naturales o jurídicas dedicadas a las actividades turísticas en el Cantón, planes y programas que permitan posicionar adecuadamente la imagen de la ciudad y del Cantón como destino turístico acogedor, seguro, hospitalario, respetuoso del medio ambiente, y con atractivos suficientes para motivar al visitante su deseo de permanecer en estas localidades por mayor tiempo, o retornar en otras ocasiones;

- Planificar, gestionar y usar eventos deportivos y recreativos como herramientas de desarrollo del turismo cantonal;
- Identificar los problemas que en el ámbito de desarrollo del turismo tiene el Cantón, manteniendo intercambios de información y diagnóstico permanentes, con los sectores oficiales y privados que tengan que ver con esta materia;
- Definir políticas y estrategias para solucionar y superar los problemas que en dicho ámbito se identifiquen, y a la vez impulsar el desarrollo progresivo de la actividad turística y el turismo en el Cantón;
- Gestionar, ejecutar y evaluar convenios y proyectos en el ámbito turístico con entidades e instituciones del sector público y privado, nacionales e internacionales, procurando la asistencia de recursos financieros suficientes para estos fines;
- Planificar, junto con la Dirección de Obras Públicas y Planificación la infraestructura necesaria para potenciar sitios de atractivo turístico;
- Mantener un registro permanente y actualizado de proyectos del ámbito turístico, tanto municipales como estatales y, o privados, susceptibles de una futura ejecución y, o promoción por parte del Gobierno Municipal u otros auspiciantes;
- Dirigir, planificar, supervisar y velar por el cumplimiento de las normas legales, reglamentarias, ordenanzas y demás disposiciones relativas al turismo y la actividad turística;
- Desarrollar programas de educación turística comunitaria a través de la difusión por la prensa y el Marketing y escuelas, colegios, universidades o institutos similares, para complementar cada una de las acciones municipales en el área de preservación, fomento y desarrollo del turismo;
- Concientización en los colegios del Cantón de los distintos destinos turísticos para su conocimiento, promoción y valorización de los mismos;
- Fortalecer los recursos humanos vinculados a la actividad turística, diseñando e implementando un programa de capacitación y formación permanente en

temas de conservación ambiental, atención de quejas, información turística, planeamiento turístico, ordenamiento territorial, manejo de sitios, entre otros;

- Obtener y mantener el catastro actualizado de recursos turísticos y emisión de licencias anuales, de acuerdo a las disposiciones legales correspondientes;
- Generar junto con los miembros del sector turístico, indicadores que permitan medir la evolución económica y cualitativa del sector, y que permitan además tomar acciones correctivas;
- Formular y sugerir conjuntamente la expedición de la normatividad correspondiente para el monitoreo periódico de la calidad de servicios turísticos a fin de alcanzar los niveles de calidad óptimos en dichos servicios;
- Dar cumplimiento a toda la normativa expedida en relación a los temas de sus competencia;
- Coordinar con la Unidad de Educación y Cultura y su Sección de Cultura u Promoción Cívica la difusión de las manifestaciones culturales vernáculas, tradicionales o históricas de la ciudad y el Cantón;
- Incentivar el turismo en las parroquias rurales del Cantón;
- Coordinar con la Unidad de Justicia y Protección Ciudadana programas que garanticen la seguridad del turista en nuestra ciudad;
- Crear una cultura de respeto y buen trato al turista nacional y extranjero;
- Coordinar la creación de los puntos de información turística en la ciudad; y
- Procurar el mejoramiento continuo de los procesos de la Dirección.

### **1.3.2 ASPECTOS DEL DEPARTAMENTO**

El departamento de turismo empezó con un director y dos asistentes los cuales se encargaban de la administración, planificación, al pasar los años se fueron incorporando mayor personal hasta llegar a la actualidad a tener 10 personas como se detallo en el organigrama funcional.

<b>Cargo</b>	<b>Funciones</b>
--------------	------------------

Director	Administración y planificación de las actividades del departamento
Asistente 1	Elaboración de informes
Asistente 2	Revisión de documentación referente del departamento

### **1.3.3 PROBLEMAS PRESENTADOS EN EL DEPARTAMENTO DE TURISMO**

#### **1.3.3.1 Núcleo y configuración contextual del problema**

Luego del levantamiento de la información realizada es necesario puntualizar que la problemática radica en un eje que se ha tornado muy significativo que es el de la falta de presupuesto que se maneja, debido a las asignaciones en las partidas presupuestarias. Los pocos nexos de ayudas la falta de alianzas estratégicos con otros actores del turismo que fomentarían el desarrollo turístico local y provincial. El problema detectado radica además en lo siguiente:

- Falta de atención eficiente a los usuarios.
- Quejas por el servicio recibido.
- Mala utilización de los recursos del Estado.
- El servicio público se aleja de los estándares de calidad
- Costos elevados por servicios inexistentes o de mala calidad.

Sin duda alguna el hecho de evidenciarlo se convierte en una base para lograr su solución

### **1.3.3.2 Necesidad de solución**

Luego de evidenciar la problemática, se vuelve importante primero el estudio para un diseño de un plan de mejora en atención al usuario para el departamento de turismo del gobierno autónomo descentralizado del cantón Salinas para luego que esta propuesta se ponga en marcha e ir midiendo cuantitativa y cualitativamente los logros, cumplimiento de objetivos para que el departamento de turismo como “actor del turismo provincial” pueda generar nuevas ideas, oportunidades para el desarrollo turístico local y regional.

## **1.4 DEFINICIÓN DE SERVICIO**

Según (Sandhusen Richard: 2003) manifiesta que “Los servicios son actividades, beneficios o satisfacción que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo” (promonegocios.net).

Es todo acto o función que una parte puede ofrecer a otra, que es esencialmente intangible y no da como resultado ninguna propiedad. Su producción puede o no vincularse a un producto físico. Entenderemos por servicio a todas aquellas actividades identificables, intangibles, que son el objeto principal de una operación que se concibe para proporcionar la satisfacción de necesidades de los consumidores.

Por lo tanto un servicio son todas aquellas actividades intangibles que son el objeto esencial para proporcionar la satisfacción de cada una de las necesidades de los consumidores. (Atención al cliente: Blanco Prieto Antonio; pag.85, 86, 2010)

#### **1.4.1 CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS O ATENCIÓN AL USUARIO**

El servicio al usuario o atención al usuario tiene hoy en día gran importancia debido al aumento de la competencia entre las empresas, ya que los usuarios exigen cada vez un mejor servicio, además de un producto de calidad. Otro punto muy importante es que la tecnología está prácticamente al alcance de todos los fabricantes y puede ser fácilmente copiada o implementada en productos con similares prestaciones, lo que distingue a una empresa de otra es precisamente el valor agregado del producto que oferta entre los cuales está el servicio es uno de los factores más importantes.

La atención al usuario son las actividades que ofrece una empresa con el objetivo que el usuario obtenga el beneficio de un producto o servicio en el momento y lugar adecuado el cual permita satisfacer sus necesidades y expectativas, ya sean con la calidad, precio, empaque, registros sanitarios, e imagen de la empresa.

Según Gronroos Christian, Pg. 27, FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA Philip Kotler y Gary Armstrong, Pg. 265 Entre las características más importantes se encuentran las siguientes:

- Intangibles.
- Heterogeneidad.
- Percibibilidad.
- Propiedad.

**Intangibles.-** No es lo mismo gustar, sentir, ver, oír u oler antes de comprarlos, es decir que el usuario verifica el producto antes de adquirirlo por eso es esencial dar un producto o servicio de calidad.

La intangibilidad es la característica definitiva que distingue un producto o servicio esto nos quiere decir que es algo palpable y mental estos dos aspectos explican las características que debe tener en cuenta las empresas.

**Heterogeneidad.-** Esto significa que es difícil lograr una estandarización de producto en los servicios puesto que cada empresa de una u otra forma se diferencia de la otra.

**Perecibilidad.-** Muchos de los servicios son bien susceptibles y no pueden estar almacenados en una bodega, en este caso debemos tomar en cuenta la oferta y demanda de los productos y servicios.

**Propiedad.-** Un bien o servicio al usuario es una herramienta importante del marketing, el correcto manejo de cada una de las herramientas permite vender un buen producto o servicio a los clientes dando a conocer la imagen de la empresa, también debemos tomar en cuenta que obtener un nuevo usuario es excelente que el perder uno de ellos, puesto que si se pierde uno se convertirá en una bola de nieve.

Un buen servicio es una herramienta potente y muy importante del marketing actual. Su correcto desempeño permite al oferente vender con beneficio. Brindar un buen servicio al usuario posibilita difundir la imagen de cualquier empresa y la suya propia, obtener información adecuada del mercado y apoyar la publicidad y promociones de venta que su empresa realiza. Es bueno recordar que captar a un nuevo cliente es aproximadamente seis veces más caro que mantener a uno. (Atención al cliente: Blanco Prieto Antonio; pag.90, 96 , 2009)

El servicio de atención es importante y por ende éste debe ser de calidad, eficacia y eficiencia y sus características también juegan un papel esencial en el momento de la atención.

### 1.4.2 SERVICIO DE ATENCIÓN AL USUARIO

Es la herramienta más importante de cualquier empresa, ya que los entornos comerciales actuales se perfilan cada vez más uniforme en cuanto al uso de tecnologías avanzadas de la información y comercialización de producto, pero se diferencia notablemente en el trato ofrecido a sus usuarios, cortesía, atención rápida, confiabilidad, atención personalizada, personal bien informado, simpatía, etc.), lo cual es un factor determinadamente para lograr la fidelización de los mismos al oferente. El triángulo de servicio o atención tiene un papel fundamental en el análisis de los factores de éxito que ayuden a poner en práctica una iniciativa de servicio en cualquier tipo de organización. El triángulo de atención es una forma de diagramar la interacción existente entre tres elementos básicos. Estrategias de servicio, sistema y el personal, los cuales deben interactuar adecuadamente entre sí para mantener un servicio con un alto nivel de calidad. El usuario, es el centro del modelo que obliga a que tanto los demás componentes del triángulo, como de la organización mismo, se orienta hacia él. Gestión de relaciones con los usuarios: (Greenberg Paul; pag. 40,46 2009

**GRÁFICO NO 3**  
**Atención al Usuario**



**Fuente:** Artículo sobre la Gestión de relaciones con los usuarios

**Elaborado por:** Greenberg Paul 2009

**Cliente.** El servicio o atención debe estar en función del usuario para satisfacer sus necesidades reales y expectativas.

**Estrategias de la Atención.** Es la visión o filosofía que se utilice para guiar todos los aspectos de la prestación del servicio. Dicha estrategia tiene que ser capaz de crear las condiciones que propicien que el cliente colabore y sea una fuente de incremento de la eficiencia.

**Sistemas.** Engranaje de mecanismo común que compone el todo y que lo hacen flexible ante la dinámica del entorno, por lo que deben ser diseñados de manera simple, rápida y a prueba de contingente..

**Personas.** Es el elemento más importante en el suministro del servicio por ser portadores vivos de la imagen de la organización, lo que requiere el diseño de políticas específicas para su administración.

(Atención al cliente: Blanco Prieto Antonio; pag.96. 105, 2009)

El servicio de atención al usuario debe ser rápido, con cortesía, y lo mejor de todo es brindar una buena información, la imagen de como se está desarrollando el turismo en el cantón Salinas va a depender de como se sienten atendidos los usuarios, se tomará como base estos conceptos para poder planificar mejor la atención y que pase del status que a una situación donde el usuario pueda ser atendido y resuelto sus problemas.

### **1.4.3 CALIDAD DEL SERVICIO O ATENCIÓN**

Debido a la globalización de los mercados, actuales los usuarios se han vuelto más exigente, más conocedores y más complejos, dispuesto a elegir con decisión. Los gerentes reconocen que deben obtener ventajas competitivas sustanciales mediante

Una mejor atención al usuario así mismo el servicio de atención al usuario ha venido a ser un medio poderoso para diferenciar una empresa de sus competidores. En la calidad la atención ha asumido un nuevo significado para los

usuarios ya que en él se evalúan precios calidad y la capacidad para brindar una diferenciación distinta del producto en si la búsqueda de una diferenciación competitiva se ha convertido en una prioridad en la mayoría de los negocios orientados al mercado.

Recientemente muchas empresas han comenzado a cambiar su definición de calidad mas allá de de la estrecha descripción de las características propias del producto en otras palabras la calidad total del producto, así para llegar hacer un proveedor de calidad a los ojos del usuario la organización debe cumplir con los requerimientos y expectativas en todos los aspectos de la oferta.

En consecuencia debido al potencial que ofrece al ambiente del producto tanto como para diferenciarlo como realzar la calidad total percibida por el usuario la administración del servicio se ha convertido en lo más importante ya que implica la habilidad de medirlo y por tanto para contratarlo (Benchmarking Competitivo) (Atención al cliente: Blanco Prieto Antonio; pag.110, 113)

La calidad del servicio es la manera y forma en que atiende a las personas brindando una información o atención indicada satisfaciendo sus necesidades oportunamente.

#### **1.4.4 DEFINICIÓN DE CALIDAD**

DR: J: JURAN: la adecuación para el uso satisfaciendo las necesidades del cliente o usuario (Wikilearning.com)

Según (KAORAU ISSHIKAWA: 1983) define a la calidad como desarrollar diseñar manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico el útil y siempre satisfactorio para el consumidor

Es la medida de la dimensión en que una cosa satisface una necesidad resuelve un problema o agrega valor para alguien: (Greenberg Paul; calidad de servicio pag. 29,30 2009)

Entendemos entonces por calidad a una instancia donde se están cumpliendo estándares elevados estandarizados en este caso de atención al usuario cumpliendo la misión y dando pasos significativos para que se cumpla la visión del departamento de turismo que ayuden a cumplir los objetivos estratégicos del Gobierno autónomo descentralizado Salinas. Sin duda es un término muy utilizado y dependiendo de este se puede evaluar a alguna entidad para determinar si está cumpliendo determinados estándares de calidad que lo puedan acreditar como una unidad ya sea de negocios, administrativa o de servicios. (Jazmín Smith 2013)

#### **1.4.5 IMPORTANCIA DE LA CALIDAD**

Recientemente ha habido un deseo de utilizar medidas subjetivas como indicadores de la calidad; éstas medidas son subjetivas porque enfocan la percepción y la actitud contrariamente a un criterio más objetivo y concreto ellas permiten a las empresas comprender mejor de un modo más global la actitud de sus clientes con la relación a productos y servicios. Las medidas subjetivas percepción en relación de la cualidad del servicio del producto que recibieron, la medición de actitud de usuarios se está volviendo un elemento cada vez mas importante en el movimiento para la calidad total en las organizaciones el

conocimiento de la actitud y de la percepción de los usuarios sobre los negocios de una organización aumenta significativamente sus oportunidades de tomar mejores decisiones de negocios, éstas organizaciones conocerán las expectativas y las necesidades de sus clientes y podrán determinar si están atendido a esas necesidades.

Para utilizar las actitudes y las percepciones de los usuarios para evaluar la calidad de los productos y de los servicios los instrumentos de obtención de datos de la satisfacción del usuario deben medir con exactitud esas percepciones y actitudes. Si tales instrumentos son desarrollados de manera inadecuada representan de manera impropia las opiniones de los usuarios.

Las decisiones basadas en esas informaciones pueden ser perjudiciales para el éxito de la organización. Por otro lado la organización con información precisa sobre la percepción de los usuarios con relación a la calidad de sus servicios y productos pueden tomar mejores decisiones para servir mejor a sus usuarios. En un estudio realizado por TARP (Technical Assistance Research Program) en más de 400 grandes corporaciones en Estados Unidos, Japón y Europa fueron identificados tres problemas básicos con estudio de satisfacción de los usuarios.

El primero es que una empresa no consigue interpretar el significado de insatisfacción de los usuarios incluyen preguntas sobre las acciones o comportamiento resultados del nivel de satisfacción o el servicio el tercer problema que se encontró que no se indaga entre los usuarios sobre cuestiones que podrían revelar las fuentes de su satisfacción o insatisfacción. Podemos inferir que la satisfacción no puede ser considerada en un vacío las acciones y los comportamiento de los usuarios relacionados a su satisfacción son críticas para el éxito duradero de una empresa por eso la causa de la insatisfacción debe ser

traducida en termino de pérdida o perjuicio del mercado. (Blanco Prieto Antonio; pag.114, 116. 2010)

#### **1.4.6 LA DEFINICIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO O ATENCIÓN**

Existen varias razones por la que se considera importante la calidad del servicio, una de ella y la que es más importante es que los usuarios son cada vez más críticos respecto los servicio mejor sino que lo esperan otra de la razones es que el crecimiento nuevo del futuro va a concentrarse más aun sobre el sector de servicios.

Existe otro motivo por el que se centra la atención en el servicio. La competencia, puesto que muchos productos esencialmente son iguales, el campo de batalla se centra en el servicio. Ya para finalizar, el servicio de la calidad tiene sentido para las empresas por que marcan la diferencia entre ellas.

Si hablamos de servicio que apoyan a un producto o de un servicio enfocado a empresas, la calidad de servicio es un componente importante del valor para el consumidor, por lo que afecta las evaluaciones de satisfacción del usuario. Gestión de relaciones con los clientes: (Greenberg Paul; pag. 46,53. 2009)

#### **1.4.7 ELEMENTO BÁSICO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO O ATENCIÓN**

Para evaluar la calidad del servicio es necesario tomar en cuenta los siguientes elementos básicos: Greenberg Paul 2009, 54,56)

**Atributos de la calidad del servicio:** Está compuesto de varios atributos o dimensiones tanto objetivas como subjetivas. Solamente a través de la composición de las dimensiones es la calidad en que la empresa será capaz de desarrollar medidas para evaluar su desempeño en el suministro de servicio.

**Atención esperada.** Conocer lo que los usuarios esperan con relación a los varios atributos de la atención es posiblemente la etapa más crítica para la prestación de servicio de la alta calidad. Muchas empresas subestiman la necesidad de entender por completo la expectativa de su usuario. A pesar de que ellas tienen genuino interés en proveer servicio de calidad, ellas pierden el foco porque piensan de adentro hacia fuera, ellas saben lo que a los usuarios le gustaría tener y proveen eso, en vez de un abordaje de afuera hacia adentro. Cuando esto sucede, las empresas suministran servicios que no atienden las expectativas a los usuarios.

**Factor de influencia.** Varios factores están constantemente influenciados y moldeando las expectativas de los usuarios en relación al servicio, las comunicaciones de boca a boca, las necesidades personales, las experiencias pasadas con un mismo proveedor.

**Servicio percibido.** Este elemento es el resultante del contacto del usuario con el proveedor del servicio.

**Calidad de atención prestada.** La percepción general de los usuarios tienen sobre la calidad de una determinada atención está basada a diversos atributos que los usuarios consideran importante. (Gestión de relaciones con los clientes: Greenberg Paul: 1983pag. 55,59)

Entre los elementos básicos en la calidad de servicio está la atención esperada que es conocer lo que los usuarios esperan con relación a los varios atributos de la atención es posiblemente la etapa más crítica para la prestación de servicio de la alta calidad (Jazmín Smith 2013)

#### 1.4.8 COMPONENTE DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN

GREENBERG PAUL (2009) indica que los usuarios evalúan la calidad de la atención por medio de cinco componentes:

- **Confiabilidad:** Es la capacidad de ofrecer una atención de la manera exacta, segura y consiente.
- **Respuestas:** Es la capacidad para brindar una atención puntual.
- **Seguridad:** Conocimiento y cortesía de empleados, así como la habilidad para transmitir seguridad
- **Empatía:** Atención personalizada y cuidadosa al usuario.
- **Tangible:** Corresponde al aspecto físico de la atención.

Estos componentes servirán de base para llegar a la verdadera calidad de atención, tanto la empatía como la confiabilidad ayudan a mejorar este tipo de procesos que mejoran significativamente la imagen institucional. (Jazmín Smith 2013)

#### 1.4.9 DIMENSIÓN DE LA CALIDAD DE LA ATENCIÓN

Para medir la calidad de atención percibidos por el usuario la empresa y su personal debe tener en cuenta siete dimensiones.

**Respuesta.** La capacidad de respuesta manifiesta el grado de preparación que se tiene para entrar en acción. La lentitud del servicio es algo que difícilmente agrega el valor para el usuario.

**Atención.** Todo lo que implica para el usuario ser bien atendido como por ejemplo ser bien recibido, sentirse apreciado, ser escuchado, recibir información, ser ayudado y además ser invitado a regresar.

**Comunicación.** Establecer claramente que se está atendiendo al usuario y que también la empresa está haciendo entendida. No utilizar términos muy técnicos en presencia de alguien que no pueda entender algo de lo que se está hablando.

**Amabilidad.** Se debe generar capacidad para mostrar afecto al usuario interno y externo. Se debe respetar la sensibilidad de la gente, porque muchas veces es vulnerablemente al trato. Cuando se trata de atender reclamos quejas y usuarios irritables no hay nada peor que una actitud simétrica o de mala voluntad se debe ser siempre amable.

**Credibilidad.** Nunca se debe mentir al usuario, porque después de una mentira el usuario solo puede esperar nuevas mentiras y violaciones a su dignidad, no se debe prometer algo en falso, por una promesa incumplida es un atentado a la credibilidad de la institución o empresa.

## **1.5 VALOR, CALIDAD Y SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR**

Las formas en que los usuarios o consumidores visualizan los productos, definen sus operaciones y hacen sus compras están en proceso de cambio. Los usuarios se vuelven más selectivos, al mismo tiempo que muestran buena voluntad para probar sus productos que satisfagan sus necesidades que surgen diariamente. Además, a medida que el conocimiento de las computadoras aumente, las compras evolucionarán de las realizadas en la tienda a las efectuadas directamente de casa, las compras por internet o por televisión ascenderán como cohetes. (Gestión de relaciones con los clientes: Greenberg Paul; pag. 64,69)

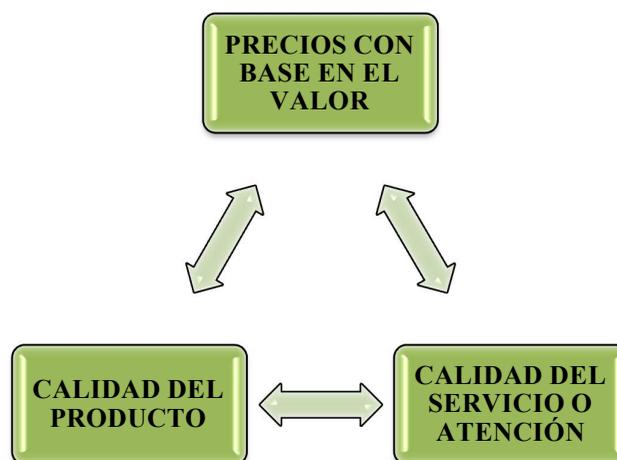
- De la calidad depende la satisfacción del usuario que está obteniendo nuestro servicio ya sea por una necesidad o por simple casualidad, nuestro conocimiento también es elemental.

### 1.5.1 VALOR PARA EL CONSUMIDOR

Hoy en día las compañías enfrentan cambios acelerados en muchas áreas, lo que incluye consumidores más adecuados y exigentes, tecnología nueva y globalización de los mercados, como resultado tenemos que la competencia se vuelve más dura que la de antes.

El valor para el consumidor no es simplemente un asunto de alta calidad, los usuarios valoran los bienes y servicios de la calidad que esperan y que se vendan a precios que están dispuestos a pagar.

**GRÁFICO NO 4**  
**Estructura de valor para el Consumidor**



**Fuente:** Artículo sobre la estructura de valor para el consumidor

**Elaborado por:** el autor

## 1.6 ATENCIÓN AL USUARIO

La atención al usuario es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece una empresa o institución con el fin de que el usuario obtenga su producto o servicio de una manera oportuna, ésta atención es una herramienta del Marketing. Para poder determinar la demanda de los usuarios se debe realizar constantes estudios de mercado que permitan identificar los posibles servicios a ofrecer, una alternativa es ver el funcionamiento de empresas con los similares servicios.

Una vez identificado los servicios que los usuarios necesitan se deben implementar estrategias que permitan ser eficientes al momento de brindarle el servicio, ya que es indispensable para el logro de los objetivos. La actitud del servicio es la que va a determinar la calidad de la atención al usuario, es decir dar valor agregado a lo que se hace diariamente para lograr satisfacer al usuario de la mejor manera posible, que haga que se cree en el usuario un deseo de volver a hacer atendido de la misma manera o mejor para su beneficio personal.

La vida de los negocios está lleno de frases comunes como:

- El usuario es el rey.
- El usuario siempre tiene la razón.
- Primero son los usuarios.
- Cuida a tus usuarios que ellos te cuidan a ti.

Cada empresa o institución tiene su razón de existencia en las cuales están las políticas procedimientos y actitud de cada uno de sus empleados. (Administración de servicios: Lovezock; pag. 56,60 2010)

La atención al usuario va de la mano con el marketing porque es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece una empresa o institución con el fin de

que el usuario obtenga su producto o servicio de una manera oportuna. En la actualidad la atención al usuario se ve limitada en el departamento de turismo por muchos factores tales como, el presupuesto asignado que no logra cumplir las expectativas, la infraestructura que debe de ser ampliada, el personal que requiere mayor capacitación, además de el poco conocimiento de las personas por el departamento, a priori se puede inferir que el departamento tiene una atención al usuario limitada. (Jazmín Smith 2013)

### **1.6.1 EL USUARIO**

El éxito de una empresa o institución depende fundamentalmente de la demanda de sus usuarios. Ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que interviene en el juego de los negocios.

Si la empresa no satisface las necesidades y deseos de sus clientes tendrá una existencia muy corta. Todos los esfuerzos deben estar orientados hacia el usuario, porque él es el verdadero impulsor de todas las actividades de la empresa. De nada sirve que el producto o el servicio sean de buena calidad, a precio competitivo o esté bien presentado, si no existe demanda.

El mercado ya no se asemeja en nada al de los años pasados, que era tan previsible y entendible. La preocupación era producir más y mejor, porque había suficiente demanda para atender. Hoy la situación ha cambiado en forma dramática. La presión de la oferta de bienes y servicios y la saturación de los mercados obliga a las empresas e instituciones de distintos sectores y tamaños a pensar y actuar con criterios distintos para captar y retener a esos "clientes escurridizos" que no mantienen "lealtad" ni con las marcas ni con las empresas. El principal objetivo de

todo empresario es conocer y entender tan bien a los usuarios, que el producto o servicio pueda ser definido y ajustado a sus necesidades para poder satisfacerlos.

Otras concepciones más amplias tienen en cuenta que toda organización realiza diariamente un cierto número de operaciones en el desarrollo de su actividad: fabrica, compra, vende, administra, planifica, contrata, despide... En cada una de estas operaciones la organización lleva a cabo una proyección o una representación de sí misma para los distintos grupos de personas con los que se relaciona. (Según Olins: 1995: 3)

La identidad corporativa puede definirse como la totalidad de los modos en que la organización se presenta a sí misma. (<http://www.ehu.es/zer/zer7/minguez73.html>)

Por lo tanto, la identidad se proyecta de cuatro maneras diferentes:

- ¿Quién eres?
- ¿Qué haces?
- ¿Cómo lo haces?
- ¿A dónde quieres llegar?

El máster en administración, Manuel Alemán (2001) señala algunos términos relevantes, entre ellos: “Eficiencia y eficacia”

En administración y en negocios, existen 2 términos que en muchas ocasiones son frecuentemente confundidos por la gente de negocios y por el público en general:

- Eficacia y
- Eficiencia

La eficacia tiene que ver con resultados, está relacionada con lograr los objetivos.

La eficiencia, en cambio, se enfoca a los recursos, a utilizarlos de la mejor manera posible. ¿Se puede ser eficiente sin ser eficaz? ¿Qué tal ser eficaz sin ser eficiente?

- 2 **Atención al público.**-Toda persona que trabaja dentro de una empresa y toma contacto con el usuario, la misma aparece identificada como si fuera la organización misma. Estadísticamente está comprobado que los usuarios compran buen servicio y buena atención por sobre calidad y precio. Brindar un buen servicio no alcanza, si el usuario no lo percibe. Para ello es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos que hacen a la atención al público
- 3 **Cortesía:** Se pierden muchos clientes o usuarios si el personal que los atiende y es descortés. El usuario desea siempre ser bien recibido, sentirse importante y que perciba que uno le es útil.
- 4 **Atención rápida:** A nadie le agrada esperar o sentir que se lo ignora. Si llega un usuario y estamos ocupados, dirigirse a él en forma sonriente y decirle: "Estaré con usted en un momento.
- 5 **Confiable:** Los usuarios quieren que su experiencia de compra sea lo menos riesgosa posible. Esperan encontrar lo que buscan o que alguien responda a sus preguntas. También esperan que si se les ha prometido algo, esto se cumpla.
- 6 **Atención personal:** Nos agrada y nos hace sentir importantes la atención personalizada. Nos disgusta sentir que somos un número. Una forma de personalizar el servicio es llamar al usuario por su nombre.
- 7 **Personal bien informado:** El usuario espera recibir de los empleados encargados un servicio, una información completa y segura respecto de los productos que ofrecen.

- 8 **Simpatía:** El trato comercial con el usuario no debe ser frío y distante, sino por el contrario responder a sus necesidades con entusiasmo y cordialidad.

El usuario es la persona que consume el producto o servicio ofrecido, son quienes nos juzgan y se encargan de hacer su propia publicidad con el resto de personas que los rodean. Se debe de mejorar procesos de atención con ellos debido a que son portavoces de la buena o mala atención que se les brinde. Jazmín Smith 2013

**La Comunicación Efectiva.-** Cuando nos comunicamos con alguien no solamente emitimos un mensaje, también recibimos una respuesta y nuevamente comunicamos ante esa respuesta. Todo ello se realiza con palabras, gestos, pensamientos y sentimientos. Las comunicaciones comprende el conjunto de actividades que se desarrollan con el propósito de informar y persuadir, en un determinado sentido, a las personas que conforman los mercados objetivos de la empresa.

En términos generales podemos agrupar dos tipos de comunicación:

**Comunicación verbal.-** Es la que expresamos mediante el uso de la voz:

- Saludar al usuario con calidez.
- Ser precisos.
- No omitir ningún detalle.
- Pensar antes de hablar.

**Comunicación no verbal.-** La comunicación es mucho más que las palabras que utilizamos; éstas, en realidad, constituyen un canal relativamente débil o menos impactante para dar y recibir mensajes. Investigaciones recientes demuestran que en una disertación, una comunicación personal ante un grupo de individuos, el 55 % del impacto de transmisión se concreta a través del lenguaje corporal y los gestos, el 38 % llega mediante el tono de voz, cadencia, entre otras, y sólo el 7 %, a través del contenido y el significado de las palabras. Extraído Agosto, 2012 <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/administracion/acliente.htm>

La forma y manera de comunicar es muy importante porque se debe tener un lenguaje adecuado para llegar y llenar las expectativas esperadas por el usuario.

### **Característica importante al brindar un servicio de atención al usuario**

- 9 La labor debe ser empresarial en un espíritu de servicio eficiente sin desgano y cortesía
- 10 La empresa debe tener conocimiento de las necesidades del usuario. Es muy necesario conocer a las necesidades de los segmentos de cliente para poder satisfacer sus expectativas
- 11 Flexibilidad y mejora ya que la empresa ha de estar preparada para posibles cambios del sector.
- 12 Se debe adecuar el tiempo de servir en función del usuario.
- 13 Plantearse la fidelización como objetivo fundamental en la atención al usuario.

La empresa debe formular las estrategias que le permite alcanzar nuevos objetivos y distinguirse dentro de sus competidores (Modelo de Servicio de Atención al Cliente: Universidad Chile; pag. 40,44)

### **1.6.2 DEFINICIÓN DE VALOR PARA EL USUARIO Y SATISFACCIÓN**

Los usuarios actuales enfrentan una amplísima gama de opciones de productos y marcas, precios y proveedores. Se cree que en su totalidad los clientes realizan un cálculo o estimación de que oferta les proporcionara el mayor valor. Los usuarios son maximizadores del valor, dentro de los límites de costos de brusquedad y de conocimiento, movilidad e ingresos limitados (Modelo de Servicio de Atención al Cliente: Universidad Chile; pag. 44,46, 2006)

- El usuario es el que tiene la potestad de elegir lo que desea pero siempre espera obtener buenos resultados

### **1.6.3 VALOR PARA EL USUARIO**

La premisa: es que los usuarios van a la institución que, desde su punto de vista ofrece el valor más alto entregado al usuario, analizado desde la perspectiva del usuario y del consumidor. El valor entregado al usuario es la diferencia entre el valor total para el consumidor. (Modelo de Servicio de Atención al Cliente: Universidad Chile; pag. 48,60) El valor entregado al usuario es la diferencia entre el valor total para el consumidor

#### **La institución puede mejorar su oferta de dos maneras.**

Incrementar el valor total para el usuario, mejorando los beneficios del producto los beneficios de producto, servicio, personal e imagen. Reducir los costos no monetarios para el comprador aminorando los costos de tiempo, energía, y psíquicos. (Modelo de Servicio de Atención al Cliente: Universidad Chile; pag. 60,68)

Se ha evidenciado la importancia de la atención al usuario en todos los campos, en lo que respecta al tema de investigación se debe de proceder a levantar información de tipo exploratoria y descriptiva para evidenciar la necesidad de solucionar la problemática de la limitada atención a los usuarios del departamento turístico y además luego de la investigación proponer un plan a corto y largo plazo con objetivos centrados en mejorar la atención al usuario en el GAD (Gobierno autónomo descentralizado cantonal Salinas, departamento de turismo la cual se muestra a continuación

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1 VALIDACIÓN METODOLÓGICA**

En lo que respecta a la metodología planteada, se logró realizar tanto la investigación exploratoria como la investigación descriptiva, la metodología empleada en la entrevista realizada a la primera autoridad funcionó en la medida que se pudo obtener información relevante con respecto a los objetivos que busca esta investigación en lo que respecta a información acerca de que si se han realizado o no planes de mejoras del departamento de turismo, además de conocer todos los mecanismos que en la actualidad utiliza dicho departamento para funcionar de manera eficiente.

En lo que respecta a investigación descriptiva existieron dos momentos, el primero mediante una encuesta se obtuvo información de seis colaboradores del departamento de turismo el cual revelo diferentes necesidades que posee el departamento, como la poca adaptación del departamento a normas que garanticen el buen servicio al usuario. Además de revelar los pocos controles que se siguen y que llevan a garantizar la optimización del servicio, en un segundo momento se realizaron encuestas a cuatrocientos usuarios del departamento de turismo en el cual se pudo determinar y comprobar las distintas debilidades del departamento además de tener una aproximación a la comprobación de la hipótesis.

La metodología propuesta y aplicada en su medida si funciono porque se pudo recolectar y obtener información para la realización de inferencia estadística, el único problema es que no se pudo desarrollar grupos focales (entrevistas grupales) con el cual probablemente se hubiese obtenido información y sobre todo analizar variables cualitativas. No se recurrió a la observación debido a que de acuerdo a como se estructuro la hipótesis se procedió a la realización y a la utilización de instrumentos mencionados anteriormente.

## **2.2 POBLACIÓN Y MUESTRA**

### **2.2.1 POBLACIÓN**

Es todo un conjunto de elementos, finitos o infinitos, definido por una o más características de las que gozan todos los elementos que lo componen, en muestreo se entiende por población a la totalidad del universo de la cual se extrae la información requerida para el respectivo estudio.

### 2.2.2 MUESTRA

En todas las ocasiones donde no es posible o conveniente realizar un censo lo que se realiza en estos casos es trabajar con una muestra, entendiendo por tal una parte representativa de la población, es así que para que una muestra sea representativa, y por lo tanto útil se debe indicar las características de la población puesto que son importantes al momentos de ejecutar la investigación.

### 2.2.3 CÁLCULO DE LA MUESTRA

La población que se procedió a investigar dentro del Departamento de Turismo del Cantón de Salinas constituye una parte esencial para el desarrollo de las actividades diarias de la institución, la misma que se descompone de la siguiente manera:

**TABLA NO 1**

**Población**

<b>COMPOSICIÓN</b>	<b>POBLACIÓN</b>
<b>Autoridades</b>	1
<b>Empresarios</b>	300
<b>Colaboradores</b>	6
<b>Usuarios</b>	95942

<b>TOTAL</b>	<b>96249</b>
--------------	--------------

**Fuente:** Departamento de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón de Salinas

**Elaborado por;** Jazmín Smith

**Tamaño de la Muestra**

$$n = \frac{n(Nn)}{(n - n) \frac{n}{n}n + nn}$$

n = Tamaño muestra

N = Universo

p = Variable positiva

q = Variable negativa

E = 5% máximo de error admisible

K = Constante

**Desarrollo:**

$$n = \frac{1.001.07(0,25)}{(1.001.07 - 1) \frac{n}{n}n + 0,25} = \frac{23985,50}{95941 (0,025)^n + 0,25}$$

$$n = \frac{23985,50}{95941 (0,000625) + 0,25} = \frac{23985,50}{59.963125 + 0,25}$$

$$n = \frac{84,25}{60.213125} = 398,34338$$

**n = nnn nnnnnnnnn**

Una vez aplicada la fórmula de la muestra tomando en cuenta el total de la población se tiene como referencia aplicar 399 encuestas, las mismas que van a estar dirigidas a los clientes del Departamento de Turismo del Cantón de Salinas

#### **2.2.4 PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS**

Una vez levantada la información de campo, se procedió con la aplicación de los elementos necesarios que permitan la tabulación de los datos de tal forma poder analizarla con el objetivo de poder tomar los correctivos necesarios para esto se recurrió al programa EXCEL.

### **2.3 PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE ENCUESTA A COLABORADORES**

#### **PREGUNTA N°1**

**¿Cumple el departamento de turismo con los procesos de levantamiento de información y creación de proyectos**

**TABLA No 2**

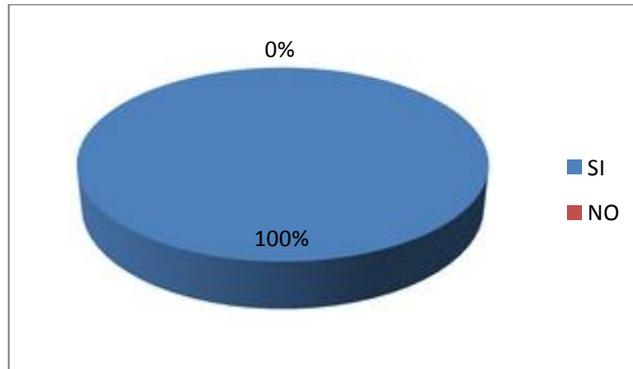
#### **Departamento de turismo**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
<b>SI</b>	6	100%
<b>NO</b>	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta a loscolaboradores

ELABORADO POR: Jazmín Smith

**GRÁFICO No 4**  
**Departamento de turismo**



FUENTE: Encuesta a los colaboradores

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

**ANÁLISIS:** El 100% de los colaboradores encuestados manifestaron que el departamento de turismo cumple con procesos de levantamiento de información y creación de proyectos planificados, esto se debe a que existe una correcta coordinación por parte de los colaboradores en lo que respecta a levantar información que sirve de base para los distintos proyectos a elaborarse.

**PREGUNTA N°2**

**¿Considera usted necesaria la iniciativa de modernizar el sector público en cuanto a los procesos de atención al usuario en el área turística?**

**TABLA No 3**

**Iniciativa de modernizar**

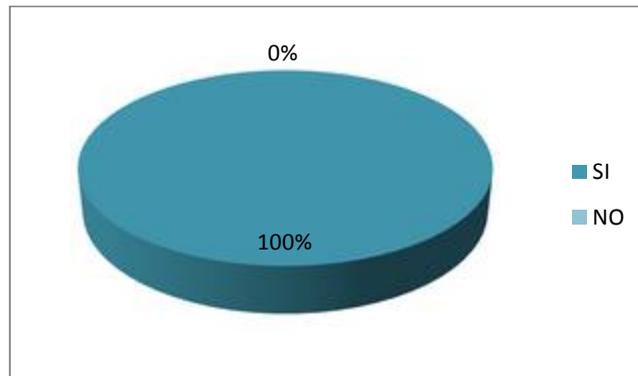
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
<b>SI</b>	6	100%
<b>NO</b>	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta a los colaboradores

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

**GRÁFICO No 5**

**Iniciativa de modernizar**



**FUENTE:** Encuesta a los colaboradores

**ELABORADO POR:** Jazmín Smith A.

**ANALISIS:** El total de los colaboradores encuestados manifestaron que es necesaria la iniciativa de modernizar el sector público en cuanto a los procesos de atención al usuario en el área turística.

Al ser necesaria la iniciativa de modernizar el sector público en cuanto a los procesos de atención al usuario en el área turística se obtendrá una mejor atención de calidad al público.

### **PREGUNTA N°3**

**¿Se debe mejorar la gestión del departamento de turismo de la mejor forma en busca de calidad, eficiencia y eficacia en el servicio de atención al usuario?**

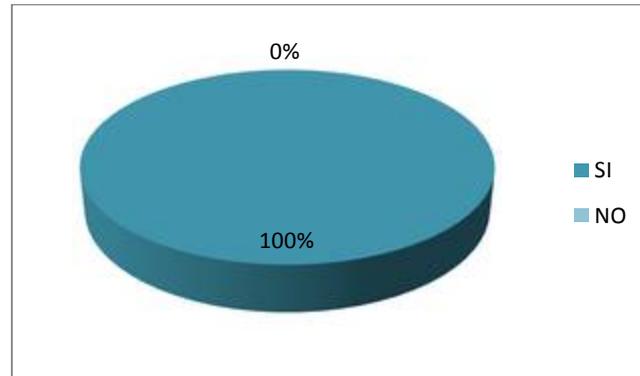
**TABLA No 4**  
**Mejorar la gestión**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
<b>SI</b>	6	100%
<b>NO</b>	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta a los colaboradores

**ELABORADO POR:** Jazmín Smith A

**GRÁFICO No 6**  
**Mejorar la gestión**



FUENTE: Encuesta a los colaboradores

ELABORADO POR: Jazmín Smith A

**ANÁLISIS:** Por medio de esta interrogante se pudo conocer que el total de los colaboradores señalan que se deben mejorar la gestión del departamento de turismo en busca de calidad, eficiencia en el servicio de atención al usuario.

Los colaboradores consideran que el departamento de turismo debe gestionar la manera para poder brindar un servicio de calidad, eficiencia y eficacia.

**PREGUNTA N°4**

**¿En el departamento de turismo se realizarán programas turísticos para un mejor servicio de atención al usuario?**

**TABLA No 5**

**Departamento de turismo**

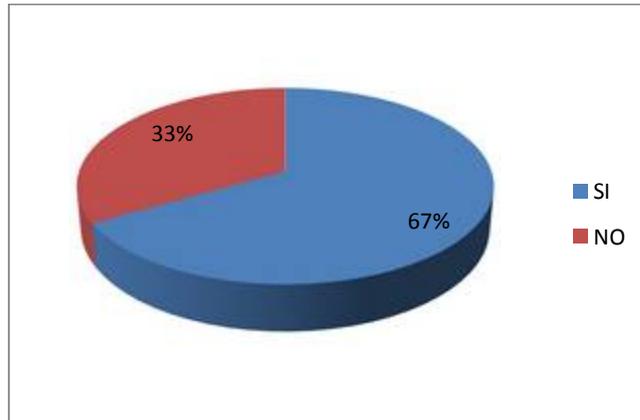
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	4	67%
NO	2	33%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta a los colaboradores

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

**GRÁFICO No 7**

**Departamento de turismo**



FUENTE: Encuesta a los colaboradores

ELABORADO POR: Jazmín Smith A

**ANÁLISIS:** Existe un 67% de los colaboradores que opinan que Si se realizaran los programas turísticos para un mejor servicio de atención al usuario, mientras que el 33% opina que no.

Los colaboradores en su mayoría opinan que SI se realizarán programas turísticos para un mejor servicio de atención al usuario.

Organizar programas turísticos para un mejor servicio de atención al usuario.

**PREGUNTA N°5**

**¿Piensa usted que el servicio público se aleja de los estándares de calidad en el servicio de atención al usuario en el área turística?**

**TABLA No 6**  
**Servicio público**

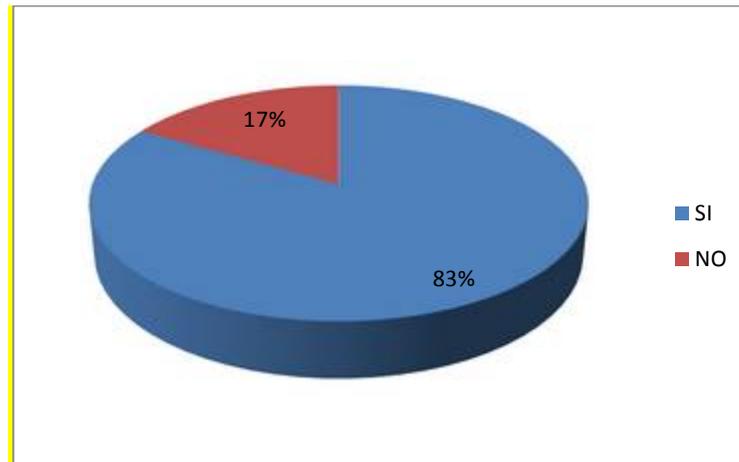
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	5	83%
NO	1	17%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta a los colaboradores

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

**GRAFICO No 8**

### Servicio público



FUENTE: Encuesta a los colaboradores

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

**ANÁLISIS:** Existe un 83% de colaboradores que piensa que el servicio público se aleja de los estándares de calidad en el servicio de atención al usuario en el área turística, y el 17% opina lo contrario.

Los empleados del departamento en su mayoría piensan que el servicio no se aleja de los estándares de calidad en el servicio de atención al usuario en el área turística.

#### PREGUNTA N°6

**¿Considera usted que la calidad del servicio es un proceso encaminado a la satisfacción total en cada uno de los requerimientos y necesidades que tiene la ciudadanía?**

**TABLA No 7**

#### Calidad del servicio

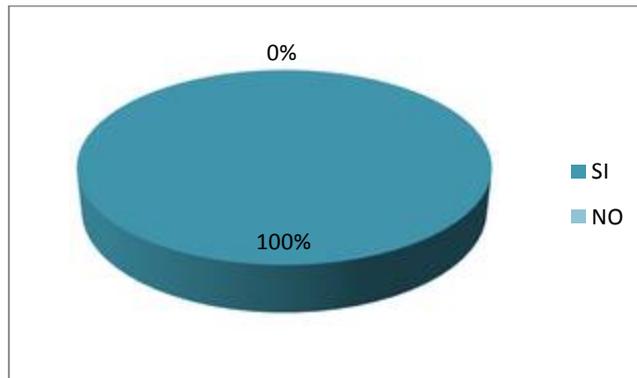
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	6	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta a los colaboradores

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

#### GRÁFICO No 9

### Calidad del servicio



FUENTE: Encuesta a los colaboradores

ELABORADO POR: Jazmín Smith A

**ANÁLISIS:** Todos los colaboradores encuestados consideran que la calidad de servicio es un proceso encaminado a la satisfacción total en cada uno de los requerimientos y necesidades que tiene la ciudadanía.

Los colaboradores piensan que el servicio de atención al usuario es de suma importancia para la satisfacción de la ciudadanía.

### PREGUNTA N°7

**¿Cree usted que se cubren las necesidades y requerimientos de los usuarios?**

**TABLA No 8**

### Necesidades y requerimientos

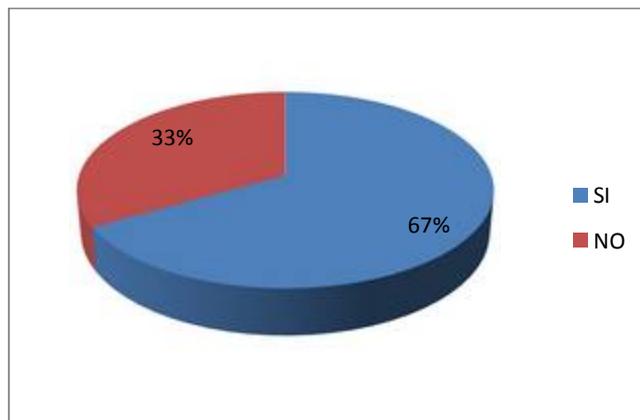
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	4	67%
NO	2	33%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta a los colaboradores

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

**GRÁFICO No 10**

### Necesidades y requerimientos



FUENTE: Encuesta a los colaboradores

ELABORADO POR: Jazmín Smith A

**ANÁLISIS:** En cuanto a que si se cubren las necesidades y requerimientos de los usuarios; el 67% de las personas encuestadas dice que Si y el 33% dice que No.

Se pudo evidenciar que no se tiene claro si se realizaran o no programas turísticos para mejorar el servicio de atención, esta pregunta evidencia la problemática actual que se está investigando y hace necesario la implementación de políticas que logren mejorar el servicio y la planificación

#### **PREGUNTA N°8**

**¿Considera usted que existen controles de los procesos del departamento de turismo?**

**TABLA No 9**

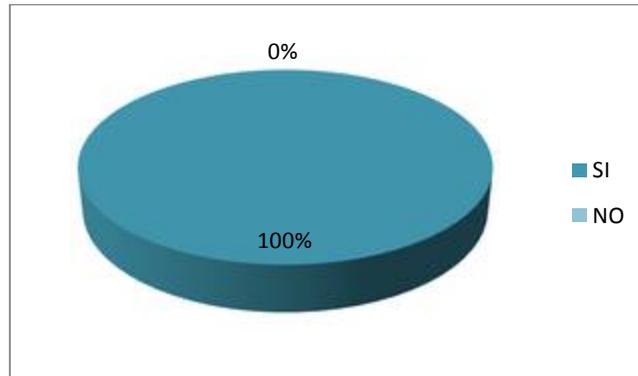
#### **Controles de los procesos**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	6	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta a los colaboradores

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

**GRÁFICO No 11**  
**Controles de los procesos**



FUENTE: Encuesta a los colaboradores

ELABORADO POR: Jazmín Smith A

**ANÁLISIS:** El 100% de los colaboradores encuestados consideran que SI existen controles de los procesos del departamento de turismo.

Los colaboradores consideran que los procesos de control del departamento de turismo son de mucha ayuda.

## 2.4 PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE ENCUESTA A USUARIOS

### PREGUNTA N°1

**¿Cómo calificaría la atención brindada por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas?**

**TABLA No 10**

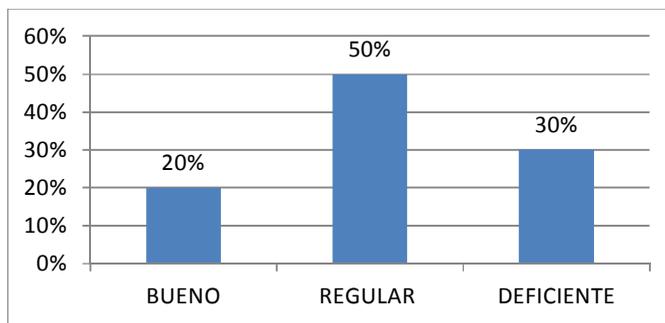
### Atención brindada

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	%
<b>BUENO</b>	80	20%
<b>REGULAR</b>	200	50%
<b>DEFICIENTE</b>	120	30%
<b>TOTAL</b>	400	100%

FUENTE: Encuesta a los usuarios

ELABORADO POR: Jazmín Smith A

**GRÁFICO 12**  
**Atención brindada**



FUENTE: Encuesta a los usuarios

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

**ANÁLISIS:** De las encuestas realizadas el 20% de las personas encuestadas calificaron que la atención brindada por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas es Bueno, el 50% dijo que es Regular y el 30% definió que el servicio al usuario es Deficiente. Se considera que en su mayoría las personas piensan que la atención brindada por los empleados de la institución es regular. Tener que capacitar a los empleados para que la atención brindada por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas sea buena

## PREGUNTA N°2

**¿La información proporcionada es?**

**Tabla No. 11**

### Información proporcionada

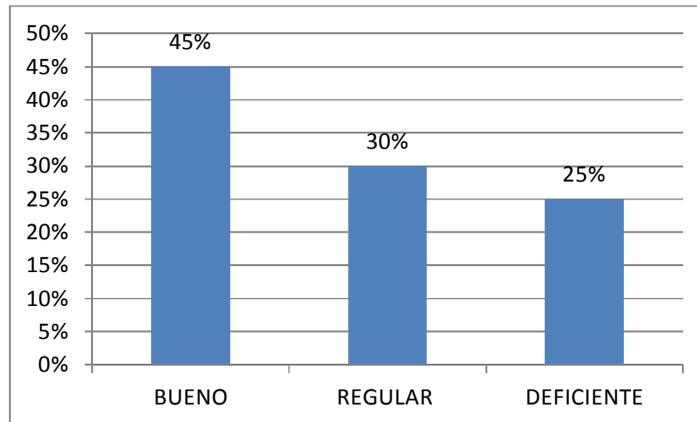
CATEGORÍAS	FRECUENCIA	%
<b>BUENO</b>	180	45%
<b>REGULAR</b>	120	30%
<b>DEFICIENTE</b>	100	25%
<b>TOTAL</b>	400	100%

FUENTE: Encuesta a los usuarios

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

**GRÁFICO No. 13**

### Información proporcionada



FUENTE: Encuesta a los usuarios

ELABORADO POR: Jazmín Smith A

**ANÁLISIS:** En cuanto a la información que se proporciona el 45% de las personas encuestadas dijo que el servicio es Bueno, el 30% que es Regular y 25% dijo que el servicio es Deficiente.

En su mayoría los usuarios opinaron que la información que se proporciona es Buena.

Sugerir incrementando la información que se brinda para un mejor conocimiento.

### PREGUNTA N°3

**¿Cómo considera usted las estrategias utilizadas para mejorar la atención al usuario?**

**TABLA No 12**

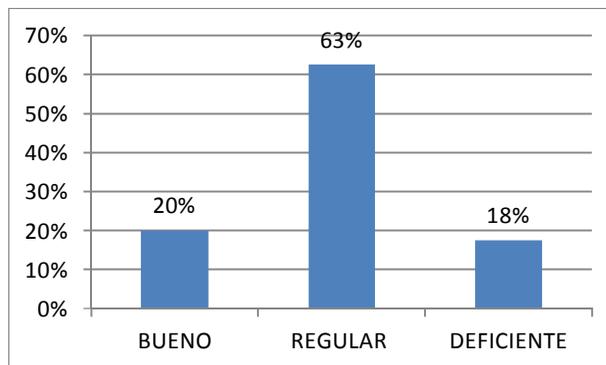
#### Estrategias utilizadas

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	%
<b>BUENO</b>	80	20%
<b>REGULAR</b>	250	63%
<b>DEFICIENTE</b>	70	18%
<b>TOTAL</b>	400	100%

FUENTE: Encuesta a los usuarios

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

**GRÁFICO No 14**  
**Estrategias utilizadas**



FUENTE: Encuesta a los usuarios

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

**ANÁLISIS:** De las personas encuestadas se considera que las estrategias utilizadas para mejorar la atención al usuario en un 20% son Buenas, en un 63% es Regular y en un 18% es Deficiente.

Los usuarios consideran que las estrategias utilizadas para mejorar la atención al usuario en su mayoría es regular. Aplicar nuevas estrategias para que la atención al usuario sea buena.

**PREGUNTA N°4**

**¿Cómo califica usted las actividades que se realizan en el departamento de turismo?**

**TABLA No 13**

**Actividades**

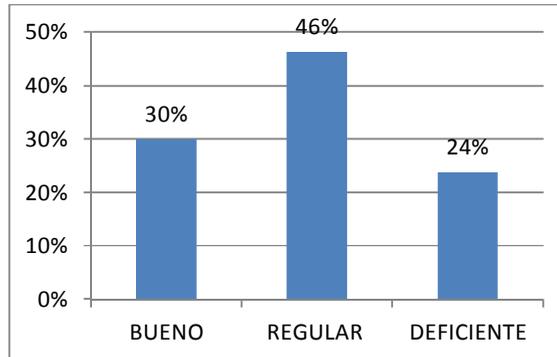
CATEGORÍAS	FRECUENCIA	%
<b>BUENO</b>	120	30%
<b>REGULAR</b>	185	46%
<b>DEFICIENTE</b>	95	24%
<b>TOTAL</b>	400	100%

FUENTE: Encuesta a los usuarios

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

**GRÁFICO No 15**

**Actividades**



FUENTE: Encuesta a los usuarios

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

**ANÁLISIS:** La calificación de las actividades que se realizan en el departamento de turismo del cantón Salinas fue la siguiente: un 30% de las personas opinaron que es Bueno, el 46% que es Regular y el 24% que es Deficiente.

La mayoría de los usuarios califica de regular las actividades que se realizan en el departamento de turismo. Analizarlas actividades que se realizan en el departamento de turismo para que logren ser buenas.

**PREGUNTA N°5**

**¿Cómo considera usted los servicios turísticos que se ofrecen en la zona?**

**TABLA No 14**

**Servicios turísticos**

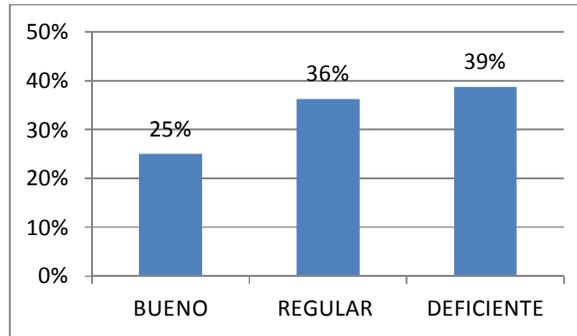
CATEGORÍAS	FRECUENCIA	%
BUENO	100	25%
REGULAR	145	36%
DEFICIENTE	155	39%
TOTAL	400	100%

FUENTE: Encuesta a los usuarios

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

**GRÁFICO No 16**

**Servicios turísticos**



FUENTE: Encuesta a los usuarios

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

**ANÁLISIS:** Las personas encuestadas dicen que los servicios turísticos que ofrecen en la zona de Salinas en un 25% son Bueno, en un 36% es regular y en un 39% Deficiente.

Los usuarios consideran que los servicios turísticos que se ofrecen en la zona en su mayoría son deficientes.

Usar procedimientos para mejorar los servicios turísticos que se ofrecen en la zona

**PREGUNTA N°6**

**¿Cómo considera usted los recursos oportunos para el desempeño de las actividades turísticas?**

**TABLA No 15**

**Recursos oportunos**

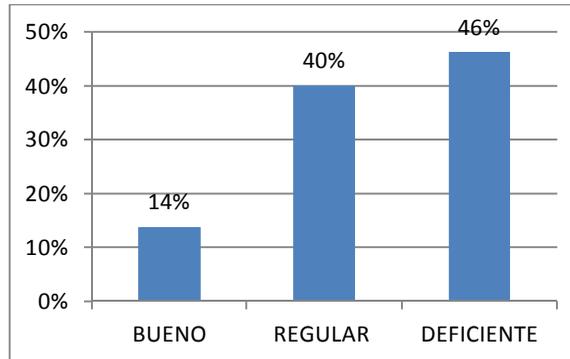
CATEGORÍAS	FRECUENCIA	%
BUENO	55	14%
REGULAR	160	40%
DEFICIENTE	185	46%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta a los usuarios

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

### GRÁFICO No 17

#### Recursos oportunos



FUENTE: Encuesta a los usuarios

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

**ANÁLISIS:** En un 14% los recursos oportunos para el desempeño de las actividades turísticas son Buenos, en un 40% es Regular y en un 46% es Deficiente.

Se considera que los recursos oportunos para el desempeño de las actividades turísticas son deficientes. Aplica nuevos métodos para que los recursos oportunos y el desempeño de las actividades turísticas sean buenos.

#### PREGUNTA N°7

**¿Cómo califica usted la comunicación entre los integrantes de la institución?**

TABLA No 16

#### Comunicación entre los integrantes de la institución

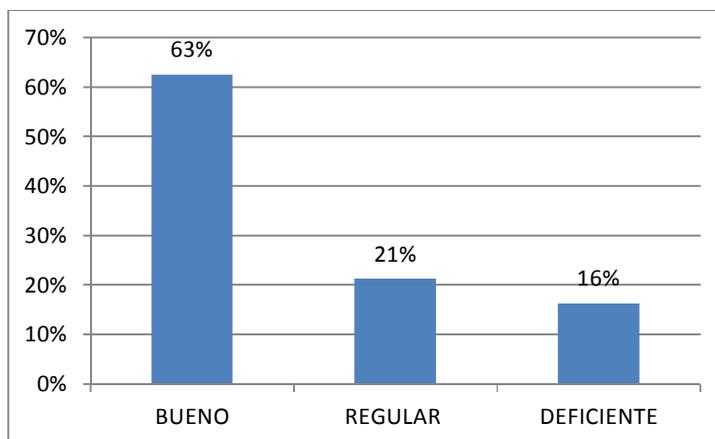
CATEGORÍAS	FRECUENCIA	%
BUENO	250	63%
REGULAR	85	21%
DEFICIENTE	65	16%
TOTAL	400	100%

FUENTE: Encuesta a los usuarios

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

**GRÁFICO No 18**

**Comunicación entre los integrantes de la institución**



FUENTE: Encuesta a los usuarios

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

**ANÁLISIS:** Las personas encuestadas calificaron la comunicación entre los integrantes de la institución de la siguiente manera: el 63% que es Bueno, el 21% que es Regular y el 16% que es Deficiente.

Es poco notoria la diferencia que existe en el inter-aprendizaje de la asignatura de formación humana.

**PREGUNTA N°8**

**¿Los materiales de información que se brinda son?**

**TABLA No 17**

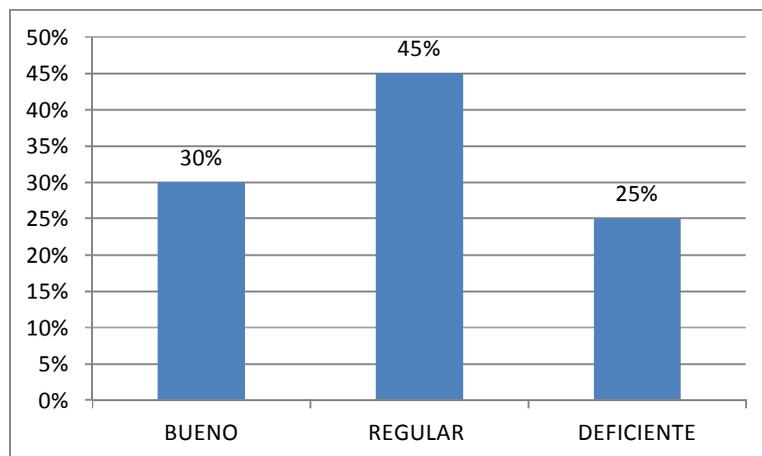
**Materiales de información**

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	%
BUENO	120	30%
REGULAR	180	45%
DEFICIENTE	100	25%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta a los usuarios

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

**GRÁFICO No 19**  
**Materiales de información**



FUENTE: Encuesta a los usuarios  
ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

**ANÁLISIS:** En cuanto a los materiales de información que se brinda en el departamento de Turismo el 30% de las personas dijeron que es Bueno, el 45% que es Regular y el 25% que es Deficiente.

La mayoría de usuarios piensa que los materiales que se brindan son Regular. Analizarlos materiales de información que se brinda para lograr que sean buenos.

**PREGUNTA N°9**

**¿Cómo calificaría el servicio en general del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas?**

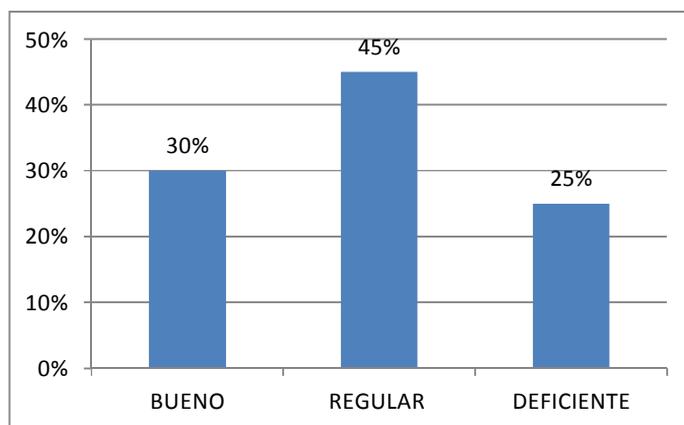
**TABLA No 18**  
**Servicio en general**

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	%
<b>BUENO</b>	120	30%
<b>REGULAR</b>	180	45%
<b>DEFICIENTE</b>	100	25%
<b>TOTAL</b>	400	100%

FUENTE: Encuesta a los usuarios

ELABORADO POR: Jazmín Smith

**GRÁFICO No 20**  
**Servicio en general**



FUENTE: Encuesta a los usuarios

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

**ANÁLISIS:** El 30% de los usuarios califican como Bueno el servicio general de la institución, el 40% dice que el servicio es Regular y finalmente el 30% dice que es Deficiente.

La mayoría de los usuarios califican como Regular el servicio en general del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas.

**PREGUNTA N°10**

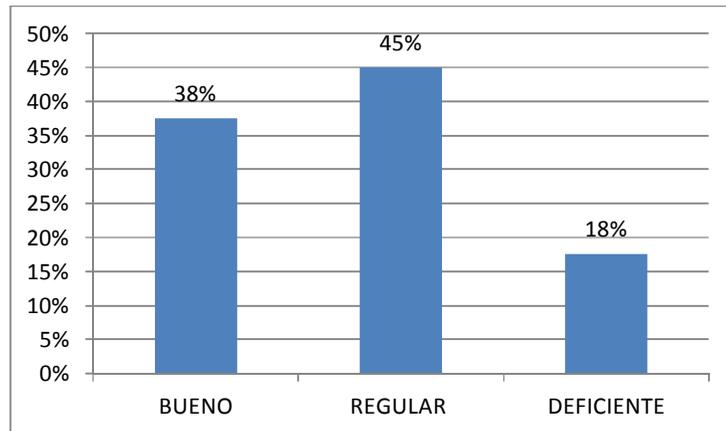
**¿Cómo considera usted la publicidad turística para el balneario**

**TABLA No 19**  
**Publicidad turística**

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	%
<b>BUENO</b>	150	<b>38%</b>
<b>REGULAR</b>	180	<b>45%</b>
<b>DEFICIENTE</b>	70	<b>18%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta a los usuarios  
ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

**GRÁFICO No 21**  
**Publicidad turística**



FUENTE: Encuesta a los usuarios  
ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

**ANÁLISIS:** El 37% de usuarios encuestados consideran que la publicidad turística para el balneario es Bueno, el 45% dijo que es Regular y el 18% dijo que es Deficiente. Los usuarios consideran que la publicidad turística para el balneario es Regular. Realizar un análisis para comprobar de qué manera cambiar la publicidad turística para el balneario

## **2.5 PRESENTACION Y ANALISIS DE ENTREVISTA AL ALCALDE**

En la entrevista realizada al Señor Alcalde se pudo obtener una opinión positiva aunque reconoció que no todos los planes realizados han sido suficientes para cubrir las necesidades de mejora en el área de turismo, por ello los servidores del departamento de turismo tratan de dar lo mejor en cuanto a atención e información,. Han existido capacitaciones en cuanto a relaciones humanas y el servicio a atención pero al parecer no ha sido suficiente debido a que estas capacitaciones han sido pocas por las múltiples necesidades que tiene el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas.

Además comentó que ciertos empresarios privados colaboran en algunos proyectos pequeños que sabemos realizar; y que la idea de nuestro proyecto es muy factible pero que hasta el momento dentro del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas no se ha puesto en marcha uno de éstos.

El Alcalde recalcó que siempre se puede contar con su ayuda y colaboración en todo lo que se necesite para obtener una mejora dentro de la institución. Aceptó que la información que se brinda en ocasiones no es completa, que existen ciertos folletos o crípticos que están en varios idiomas para una mejor ilustración de los usuarios extranjeros que visitan el cantón

Al concluir la entrevista con el Alcalde se observó que la Autoridad está dispuesta a colaborar y ayudar en todo lo que tenga que ver con el desarrollo de su Cantón y de la Institución, y que el proyecto en el departamento de turismo es de su agrado y espera obtener buenos resultados con la atención a los usuarios.

Es importante hacer referencia a la hipótesis planteada en el trabajo de tesis:

**“Diseño de un estudio de un plan de mejora para la atención al usuario en el departamento de turismo del cantón Salinas a través de la evaluación de desempeño orientado al fortalecimiento turístico del balneario.”**

**Para esto se utilizó la chi cuadrado**

#### VARIABLE DEPENDIENTE.

Diseño de un estudio de un plan de mejora para atención al usuario del departamento de turismo del cantón Salinas.

VARIABLE INDEPENDIENTE.

Evaluación de desempeño en la atención al usuario orientado al fortalecimiento turístico del balneario.

Ho: No existe relación entre la variable estudio de un plan de mejora y Evaluación de desempeño en

Se tomó como base las siguientes preguntas:

Pregunta	Si	no
¿Se debe mejorar la gestión del departamento de turismo de la mejor forma en busca de calidad, eficiencia y eficacia en el servicio de atención al usuario?	6	0
¿Piensa usted que el servicio público se aleja de los estándares de calidad en el servicio de atención al usuario en el área turística?	5	1

**Se obtuvieron los siguientes resultados**

<b><u>Chi cuadrado calculado</u></b>	<b><u>Significancia</u></b>	<b><u>resultado</u></b>
<b><u>2,34</u></b>	<b><u>0,00251</u></b>	<b><u>Se rechaza la Ho</u></b>

Según los datos se concluye de que si existe relación entre las variables y se debe proceder al desarrollo del plan de mejora.

## **2.6 ANÁLISIS INTEGRADOR:**

En este capítulo se pudo evidenciar mediante la investigación exploratoria y descriptiva la necesidad de elaborar un plan para el mejoramiento de la atención al usuario es evidente en la entrevista la predisposición de la máxima autoridad a dar el apoyo, en lo que respecta a la encuesta a usuarios se evidencio casi en un 100% que requieren mayor calidad de atención además los propios colaborados están prestos a recibir todo tipo de capacitación y a implementar un plan de mejorar para la atención al usuario. Los datos relevantes a tomar en cuenta son los de como califican la atención brindada, el 50% del total de los encuestados manifiesta que la atención es regular y el 30% manifiesta que es deficiente, dato interesante para la toma de decisiones. Otro dato interesante evidenciado fue que las estrategias utilizadas para mejorar la atención al cliente son ineficientes el 81% está en una posición entre regular a deficiente. Además de lo anterior otro dato a tomar en cuenta es que según los encuestados, el 71% del total de los encuestados piensan que los servicios turísticos ofrecidos son regulares e ineficientes. Diversos autores explicados en el capítulo aseguran lo primordial que es la atención al usuario,

## **CAPÍTULO III**

### **PLAN DE MEJORA EN ATENCIÓN AL USUARIO PARA EL DEPARTAMENTO DE TURISMO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN SALINAS PROVINCIA DE SANTA ELENA, PERIODO 2012 - 2016”**

#### **3.1 PRESENTACIÓN**

El presente documento pone en evidencia un estudio para el diseño de un plan de mejora en atención al usuario para el departamento de turismo del cantón Salinas en la Provincia de Santa Elena, describe las políticas y estructuras de control del servicio a cada uno de los usuarios, debido a que se evidenció que dicho departamento presenta falencia y pretende estar a la par de departamentos afines que posean controles de calidad.

La modernización, la innovación tecnológica, la calidad en los procesos los cambios vertiginosos en todos los campos de las relaciones sociales, han conformado una tendencia creciente de las expectativas de la población por más y mejores servicios por lo cual el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas debe procurar que la atención a la ciudadanía sea eficiente y con prontitud, de manera tal que los derechos y expectativas de los ciudadanos sean intervenidas adecuadamente siendo subsanadas sus demandas y necesidades.

La atención a la ciudadanía es uno de los pilares sobre los cuales se estructura la Administración Municipal y la prestación del servicio de atención eficiente y con calidad permite un acercamiento más gentil, cómodo natural y sencillo con la ciudadanía.

Las políticas aplicadas dentro del estudio se mostraron abiertamente como signo de compromiso donde se vinculó a todos los servidores públicos en la construcción de directrices que permitan crecer juntos por ser más eficientes dando cumplimiento de la misión institucional.

Este estudio contribuyó a mejorar la labor desempeñada por todos los directivos y servidores públicos que conforman del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas, puesto que considero que los encargados de cada uno de los departamentos son los responsables de cumplir con los parámetros que contiene el estudio de un diseño de un plan de mejora de atención al usuario.

Con este estudio se pretende brindar a los directivos y servidores del departamento de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas los fundamentos básicos de la ciudadanía y algunas pautas comportamentales en la prestación de servicio de atención al usuario.

De esta forma no solo se dirigió a los servidores que prestan directamente la atención ciudadana sino también que sirva como herramienta para todos los servidores que, sin tener conocimientos previos en la materia, pudieron en su día a día realizar funciones de atención al público de una mejor manera. Con ello se consiguió que la atención a la ciudadanía sea un servicio homogéneo y se proporcione de la misma manera en cualquiera de las áreas del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas.

El estudio se realizó en un sentido didáctico y pedagógico permitiendo que los servidores comprendan y sensibilicen más fácilmente las directrices y sus normas. Lo que se buscó es que el servidor público se identifique con la institución y adquiera el espíritu de pertenencia puesto que esto le permitió ser eficiente y ágil en cada una de sus labores diarias.

El Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas debe generar los mecanismos adecuados para la atención de la ciudadanía de acuerdo a las disposiciones y normativas, con miras a la eficiencia y calidad de la prestación del

servicio, y por ello a la satisfacción de la ciudadanía acercar la Administración Gubernamental a la comunidad, con base en una mejor coordinación de competencias y funciones administrativas, mediante la prestación de servicios oportunos y ágiles, del acceso equitativo y óptimo a los canales de información y la reducción de trámites, fortaleciendo la participación de la sociedad en la vigilancia y control de la gestión pública.

### **3.2 MISIÓN**

Para la elaboración tanto de misión como la visión, se realizó una entrevista grupal con los colaboradores del departamento de turismo de Salinas, en el cual se respondieron las siguientes preguntas: ¿Quiénes somos? ¿Qué productos ofrece el departamento de turismo? ¿Cómo? ¿Para qué? Ver anexo #9 con evidencias fotográficas.

*La misión del departamento de turismo es “dar una excelente atención al usuario brindando una excelente atención a través de un mejoramiento continuo de la información, coordinación, verificación de cada uno de los procesos y utilización de los indicadores de gestión del servicio”.*

### **VISIÓN**

La visión del departamento de turismo es:

*“Al finalizar el 2016 ser uno de los departamento de turismo del Ecuador más eficientes y con la atención al turismo que permita optimizar los procesos en esta institución, logrando la excelencia en el servicio del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas”*

La formulación del plan de mejoramiento responde a las debilidades identificadas en la verificación de los estándares del proceso de atención al usuario y lo manifestado por los encuestados en relación a los atributos de calidad evaluados.

### **3.4 OBJETIVOS PLAN DE MEJORAMIENTO**

#### **3.4.1 OBJETIVO GENERAL**

Incrementar

el índice de satisfacción del usuario comprometiendo la participación e involucramiento de todo el personal del departamento de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas y en la excelencia del servicio de atención al usuario mediante la aplicación de un estudio para un diseño de un plan de mejora en atención al usuario

#### **3.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Fortalecer el sistema de información y atención al usuario en el departamento de turismo.
- ✓ Responder las quejas e inquietudes formuladas por los usuarios en relación al servicio de manera inmediata.
- ✓ Aumentar el porcentaje de satisfacción del usuario en lo relacionado a tiempo de espera, atención oportuna y humanizada.
- ✓ Reducir a cero el número de opiniones y quejas de los usuarios ocasionadas por la demora en la atención, trato humanizado, información oportuna, efectividad la resolución de inquietudes.

- ✓ Medir los niveles de satisfacción del usuario de manera periódica, mediante comparación de resultados en el cumplimiento de estándares.

### **3.5 ACCIONES PARA EL PLAN DE MEJORA EN ATENCIÓN AL USUARIO PARA EL DEPARTAMENTO DE TURISMO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN SALINAS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.**

#### **3.5.1 ACCIONES**

El plan de mejoramiento como alternativa para mejorar la atención al usuario para el departamento de turismo se está planteando para un horizonte de tiempo estimado de 5 años hasta el 2016, para esto a continuación se detallará toda la planificación a ejecutarse que se encuentra dividida en acciones a implementarse donde se las clasificarán por metas, indicadores, estrategias para el control, seguimiento y el presupuesto estimado, además de mecanismos de control, de fichas de seguimiento y la puesta en marcha del plan para la correcta evaluación y que el plan tenga un impacto positivo para los usuario, colaboradores y el Gobierno autónomo descentralizado Salinas. El plan de mejoramiento además buscará cuantificar el nivel de satisfacción de usuario permitiendo así ir valorando los niveles de satisfacción y llegar al punto donde sea suficiente las estrategias implementadas y lograr estándares de calidad acordes con los esperados.

**Tabla No 20 Acciones a implementarse en el plan de mejoramiento**

Plan de mejoramiento					
Nombre del proceso	atención al usuario				
meta	Lograr atender al 100% el número de quejas e inquietudes				
indicador de seguimiento	Total de quejas atendidas y resueltas en el periodo / total de quejas formuladas				
QUE	QUIEN	CUANDO	DONDE	POR QUE	COMO
Estructurar acciones para el proceso de atención al usuario	Departamento de turismo del gobierno autónomo descentralizado	Enero del 2013	en la sala de sesiones del GAD	Existen procesos de atención que no están siendo llevados a cabo, además de la inconformidad de los usuarios evidenciados en el estudio de mercado	Reunión con el grupo de personas a cargo del departamento y con autoridades del GAD
Receptar quejas e inquietudes	Departamento de turismo del gobierno autónomo descentralizado	Todos los periodos del plan a ejecutarse	en la sala de sesiones del GAD	Debido a que es importante conocer como se están atendiendo a los usuarios	Reunión con el grupo de personas a cargo del departamento y con autoridades del GAD
Proceso de tramitar las quejas	Departamento de turismo del gobierno autónomo descentralizado	Luego de haber receptado las quejas	en la sala de sesiones del GAD	Para conocimiento de en qué fase se encuentran cada una de las quejas receptadas	reunión con el grupo de personas a cargo del departamento y con autoridades del GAD
Diálogos con el personal encargado del departamento sobre temas de atención al usuario	GAD, departamento de turismo del gobierno autónomo descentralizado	Cada fin de mes	en la sala de sesiones del GAD	Para dar a conocer cuáles son los temas que más han tenido énfasis o cuáles son las quejas con mayor frecuencia	reunión con el grupo de personas a cargo del departamento y con autoridades del GAD

FUENTE: información para el mejoramiento de atención al usuario

ELABORADO POR: Jazmín Smith

**Tabla No 21**

**Acciones a implementarse en el plan de mejoramiento**

Plan de mejoramiento					
Nombre del proceso	Atención al usuario				
meta	Lograr dar información al 100% del los usuarios cuando estos soliciten				
indicador de seguimiento	Número de usuarios informados / número de usuarios que solicitan información				
¿QUÉ?	¿QUIÉN?	¿CUÁNDO?	¿DÓNDE?	¿POR QUÉ?	¿CÓMO?
Sensibilizar al personal los procesos de recepción de información por parte de los usuarios	Departamento de turismo del gobierno autónomo descentralizado	enero del 2013	En el departamento de turismo del GAD	Debido a que existe malestar por parte de los usuarios por la ineficiente atención	Reuniones, talleres
Capacitar al personal encargado del departamento de turismo sobre sus deberes y derechos y como garantizar la calidad de atención	Departamento de turismo del gobierno autónomo descentralizado	enero del 2013	En la sala de sesiones del GAD	Los procesos de capacitación ayudan a mantener al personal alineados a los objetivos planteados	Talleres participativos

FUENTE: información para el mejoramiento de atención al usuario

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

**Tabla No 22**

**Acciones a implementarse en el plan de mejoramiento**

Plan de mejoramiento					
Nombre del proceso	atención al usuario				
meta	Lograr el 80% de satisfacción del usuario				
indicador de seguimiento	Índice de satisfacción del usuario				
¿QUÉ?	¿QUIÉN?	¿CUÁNDO?	¿DÓNDE?	¿POR QUÉ?	¿CÓMO?
Dar a conocer el derecho a la información de los usuarios	Persona capacitada en los derechos de los usuarios	Todos los meses durante la ejecución del plan	En sitios estratégicos del cantón y de la provincia	Reducción el porcentaje de quejas e inquietudes	volantes
Cuantificar el nivel de satisfacción anualmente	Encargados de la oficina del departamento de turismo del GAD	Cada fin de año hasta el 2016	En la oficina del departamento turístico	Es un indicador de calidad	encuestas
Ofrecer educación continua a los usuarios	Personal destinado para la capacitación	Cada feriado y temporada de playa además de charlas a turistas locales	En sitios estratégicos del cantón y de la provincia	Son acciones para dar a conocer los servicios a los usuarios	talleres, charlas, capacitaciones

FUENTE: información para el mejoramiento de atención al usuario

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

### **3.5.2 DISEÑO DE ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS PARA EL CUMPLIMIENTO DEL PLAN DE MEJORAMIENTO DE ATENCIÓN AL USUARIO**

Para el diseño del proceso de mejoramiento de atención al usuario enmarcado en las leyes y necesidades detectadas, el departamento de turismo del GAD Salinas, teniendo como base sus principios como son la oportunidad, la responsabilidad social, la transparencia, la eficiencia, el respeto, planteará como política para dar cumplimiento al plan de mejoramiento con los siguientes criterios:

- ✓ Lograr que una alternativa de comunicación con la Institución (sea personalmente, en forma telefónica, por Internet u otros) el usuario pueda completar su requerimiento.
- ✓ En el supuesto de no lograrse completar la gestión en un único contacto, priorizar el mantenimiento del contacto con el funcionario que inicialmente lo atendió para que existan simetrías de información.
- ✓ Optimizar los mecanismos existentes, de atención con cita personalizada, que permitan organizar eficientemente y eficazmente los servicios involucrados y regular la demanda de los mismos servicios.
- ✓ Publicitar estándares reales para los plazos de espera en la atención al usuario de acuerdo a cada servicio, controlando su correcto cumplimiento.
- ✓ Fortalecer los servicios prestados por el departamento de Turismo del GAD Salinas mejorando la organización y gestión de los mismos priorizando la calidad de atención al usuario.

- ✓ Generar ámbitos de información y participación de los usuarios para que la atención sea cada vez más adecuada a las necesidades de la población sobre todo cuando existan los feriados.
- ✓ Establecer las estrategias necesarias para que los encargados del departamento de Turismo se comprometan con los objetivos institucionales. En ese sentido es fundamental que los directores promuevan la motivación del personal para lograr así, altos niveles de productividad y calidad, una manera de hacerlo es generando programas de capacitación continuada.
- ✓ Promover la participación de los usuarios en los planes de desarrollo estratégicos del departamento haciendo énfasis en expertos de la actividad turística del cantón.

Luego del planteamiento de los principios se presenta a continuación las estrategias determinadas para dar cumplimiento al plan de mejoras de atención al usuario, en donde el proceso de atención se debe constituir en la institución en una área funcional que comprenda las acciones orientadas a atender al usuario de los diferentes servicios, respondiendo a las necesidades específicas del turista mediante las siguientes actividades: contactar y aproximar al usuario, clasificarlo si es nacional o extranjero, prestarle el servicio específico de turismo, garantizándole condiciones de comodidad, seguridad y satisfacción del servicio además de explicarle lo importante de la península en el desarrollo turístico del Ecuador.

Su desarrollo debe enfocarse a mejorar la calidad de la atención y satisfacer las necesidades y expectativas de los usuarios.

Las estrategias formuladas son las siguientes:

- ✓ Organizar una estructura funcional que oriente las acciones del proceso de atención al usuario.
- ✓ Brindar información a los turistas
- ✓ Promover de una manera activa la participación de la comunidad en los procesos de comunicación.
- ✓ Recepción de quejas e inquietudes y proceso de resolverlas
- ✓ Formular un modelo de evaluación de la gestión en la atención al usuario.
- ✓ La puesta en marcha de un plan de capacitación continuo que permita sensibilizar y capacitar al personal del departamento de turismo.

Para su realización y ejecución a continuación se presentan las estrategias necesarias para su cumplimiento.

Estrategias para dar cumplimiento al plan de mejoramiento

**TABLA NO 23**  
**ESTRATEGIAS**

ESTRATEGIA	CONTROL	SEGUIMIENTO	PRESUPUESTO
Formular un diseño organizacional que dirija las acciones del proceso de atención al usuario.	El servicio de atención a los turistas nacionales e internacionales por parte del departamento de turismo de la institución depende directamente de del GAD salinas además se pedirá controles a la dirección de turismo de la Provincia de Santa Elena. El control lo realizara el director del departamento o la persona que el delegue.	El servicio de atención a la comunidad a través de la persona responsable presentara un informe de gestión del departamento de turismo: -	350
Acciones:		EVIDENCIAS	
Implementar un mecanismo de recepción y trámite de quejas. - Informar y educar a los usuarios sobre los deberes y derechos de ellos como turistas o personas interesadas en el servicio - Coordinar la medición de la satisfacción del usuario - Evaluar la gestión de el proceso de atención al usuario		Un informe mensual del trámite de resolución de quejas e inquietudes. - El plan de educación a la comunidad con su cronograma de actividades semestralmente. - Proyecto de organización y operatividad para la medición de la satisfacción del usuario. - Resultados de la evaluación del proceso de atención a la comunidad. La puesta en marcha de esta estrategia es inmediata y se contempla como tiempo de plazo 2 meses, a par	

FUENTE: información para el mejoramiento de atención al usuari

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

**TABLA NO 24**  
**ESTRATEGIAS**

ESTRATEGIA	CONTROL	SEGUIMIENTO	PRESUPUESTO
<p>Formular un programa de capacitación continuada para el personal del departamento de turismo</p>	<p>Como política institucional se debe incluir en la programación los siguientes temas:</p> <p>Deberes y derechos de los usuarios</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• atención personalizada</li> </ul>	<p>El departamento de turismo junto con el GAD realizaran el seguimiento para garantizar la calidad realizaran el seguimiento al cumplimiento del programa de capacitación continua. Este programa deberá revisarse anualmente para elaborar los ajustes a los contenidos y a la metodología</p> <p>El programa se inicia a partir de enero del 2013</p>	
<p>Acciones:</p>		<p>EVIDENCIAS</p>	
<p>1. Planeación de cada sesión 2. Ejecución de las sesiones planteadas 3. Evaluación 4. Seguimiento</p> <p>Como un mecanismo de motivación a los asistentes se les entregara certificado de asistencia</p> <p>Mínimo se debe incluir en el cronograma de actividades un taller cada dos meses.</p> <p>La metodología pedagógica utilizada serán: - talleres, charlas, seminarios</p>	<p>La asistencia será de carácter obligatoria y se convocaran por grupos de acuerdo a los temas a tratar</p> <p>Cada uno de los contenidos desarrollados tendrán como complemento un material de apoyo, los cuales serán entregados a cada uno de los participantes</p>	<p>firmas de las capacitaciones, convocatorias</p>	<p>1250</p>

FUENTE: información para el mejoramiento de atención al usuario

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

**Tabla No 25**  
**ESTRATEGIAS**

ESTRATEGIA	CONTROL	SEGUIMIENTO	PRESUPUESTO
<p>Disponer de un modelo para la medición de satisfacción del usuario de manera periódica que permita comparar los resultados pasados con los presentes. Esta medición de expectativas y percepción de los usuarios principalmente turistas nacionales y extranjeros</p>	<p>Los resultados obtenidos serán utilizados para la formulación de mejoras que apoye las decisiones de los actores involucrados y propiciar de esta manera el crecimiento del departamento ligado a estándares de calidad exigidos y que son beneficiosos para el desarrollo turístico de la península</p>	<p>el departamento de turismo junto con el GAD realizaran el seguimiento para garantizar la calidad realizaran el seguimiento al cumplimiento del indicadores de satisfacción de atención al usuario Este programa deberá revisarse anualmente para elaborar los ajustes a los contenidos y a la metodología El programa se inicia a partir de diciembre del 2013</p>	
<p><b>Acciones:</b></p>		<p align="center"><b>EVIDENCIAS</b></p>	
<p>Nivel de información sobre el sistema - Conocimiento sobre los servicios que se ofrecen - calificación al servicio de atención al usuario - Percepción sobre los beneficios recibidos - Nivel de satisfacción en esta - Dimensiones específicas del servicio como son ambiente, confiabilidad, comunicación, acceso, reactividad, trato digno, atención oportuna.</p>		<p>Un informe mensual del trámite de resolución de quejas e inquietudes.  La puesta en marcha de esta estrategia es inmediata y se contempla como tiempo de plazo 2 meses cada año</p>	<p align="center">1540</p>

FUENTE: información para el mejoramiento de atención al usuario

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

### **3.6.5 MECANISMOS DE CONTROL PARA EL SEGUIMIENTO AL PLAN DE MEJORAMIENTO**

Para la verificación del plan trazado se propone como estrategias las siguientes:  
Incorporar este plan al programa de mejoramiento que realiza el departamento de turismo, dentro del proceso que garantiza de calidad permitiendo desarrollarlo en el tiempo dispuesto y cumplir así con las metas determinadas.

Se pretende crear un ente de de seguimiento o de control de calidad, según la estructura organizativa dl departamento, el cual deberá estar conformado mínimo por: el director del departamento y dos colaboradores. Este ente será el responsable de realizar el seguimiento al cumplimiento del plan de mejoramiento.

Los planes de mejoramiento tienen sentido en la medida en que se apliquen; por ello, los de calidad deben ser una prioridad para la dirección del departamento de turismo. Para que ello sea posible, es necesario que estén articulados con el plan estratégico y con el plan operativo anual del departamento de turismo o de referencia que guíe el rumbo de la institución. Igualmente, para que sean operativos deben desplegarse a las diferentes áreas de la organización y dejar explícito las acciones que hay que realizar; cómo, cuándo, dónde y quién las llevará a cabo. Y finalmente, para su cumplimiento deben tener indicadores y ser objeto de seguimiento regular.

Para realizar el seguimiento para verificar el cumplimiento de los programas y proyectos dispuestos por el Departamento de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas, se realizaran los respectivos informes donde quedará plasmada el desarrollo y progreso de cada actividad de tal forma que los directivos y socios puedan realizar la evaluación respectiva.

Este método establecido para el seguimiento y control determinado en el plan de mejora para el departamento de turismo, es de fácil aplicación por lo que no

generará ningún tipo de inconvenientes a los directivos, socios y trabajadores al momento de verificar el cumplimiento de los programas y proyectos, de tal forma lograr el progreso de la institución.

En conclusión se puede indicar que el seguimiento y control permitirá tener una guía sobre el cumplimiento de los programas y proyectos, de tal forma verificar el grado de avance de cada uno de ellos con el objetivo de convertirse en una institución líder a nivel Provincial, puesto que el control permite asegurarse que todos los recursos estén siendo utilizados de la manera más efectiva.

**TABLA NO 26**  
**Seguimiento**

Actividad		Descripción	
Meta		Medida	
Responsable			
Metas planteadas en el año	Resultados logrados	Por ejecución	Problemas que dificultan el cumplimiento de meta final

FUENTE: información para el mejoramiento de atención al usuario

ELABORADO POR: Jazmin Smith

### **3.6 PUESTA EN MARCHA DEL PLAN DE MEJORAMIENTO**

Para la puesta en marcha del plan de mejoramiento se debe de tener identificado cuáles son las principales fuentes de financiamiento entre ellas será el presupuesto asignado para el departamento de turismo del GAD, además se deben de realizar gestiones para el tema capacitación, entre las entidades serian el SECAP con los diversos programas que posee además de capacitaciones con la universidad debido a que posee un centro de educación continua además de un departamento de vinculación con la colectividad.

El objetivo general del plan de mejoramiento como es el de incrementar el índice de satisfacción del usuario, convirtiéndose en un servicio que orienta las acciones del proceso de atención al usuario; la segunda es la formulación del modelo de evaluación de la gestión de atención al usuario. Esta primera propuesta como lo dice su nombre es un sistema, lo que significa que aborda integralmente los elementos y factores que interactúan alrededor del usuario y su incidencia en el desarrollo turístico del cantón y de la provincia.

### **3.7 INDICADORES DE SEGUIMIENTO A LAS ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL DEPARTAMENTO DE TURISMO DEL GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO**

Los indicadores de seguimiento y evaluación se aplica a todo el proceso de atención al usuario, en donde la atención de quejas e inquietudes tiene una entrada y una salida, lo que permite medir el porcentaje de la atención y el porcentaje de las quejas resueltas o no.

Los indicadores de seguimiento son:

- Número de usuarios que formulan quejas e inquietudes mensualmente.
- Número de usuarios que solicitan información mensualmente/ anualmente.

- Número de actividades de capacitación programadas para el mejoramiento de la atención al usuario.
- Número de asistentes a las capacitaciones para el mejoramiento de la atención al usuario.
- Porcentaje de quejas resueltas.
- Porcentaje de quejas no resueltas.
- Numero de encuestas de satisfacción del usuario realizadas 'por el departamento anualmente.
- Planes de mejoramiento (contingencia) propuestos.

### **3.8 LA COMUNICACIÓN Y LA CAPACIDAD DE ESCUCHA:**

#### **ELEMENTOS ESENCIALES EN LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS**

La comunicación es un elemento que va inevitablemente asociado al comportamiento de las personas. Comunicamos no sólo con nuestras palabras, sino también con la forma en que las decimos y con la manera en que actuamos: es imposible no comunicarse.

Esta cuestión cobra una máxima importancia en las instituciones públicas y en este caso es esencial para la correcta atención al usuario, En este contexto, todas las acciones se convierten en mensajes para los usuarios. No siempre somos conscientes de que estamos emitiendo estos mensajes y mucho menos de lo que puedan estar interpretando los usuarios. Sin embargo, tienen un enorme valor para ellos.

Por ejemplo, cuando respondemos a una pregunta con una palabra técnica que el usuario no comprende, su interpretación puede que tenga más bien un sentido erróneo.

Todos los profesionales del departamento de turismo deben adoptar estrategias de comunicación apropiada y distinta, en función de las características de los usuarios, de forma que se consiga adaptar continuamente sus requerimientos y necesidades de información. El énfasis debe de estar en turistas nacionales e internacionales y mantener en ellos la fidelidad y que puedan retornar a la provincia de Santa Elena.

### **3.9 LA COMUNICACIÓN Y SU PAPEL EN LA ATENCIÓN AL USUARIO**

Para que el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas pueda afirmar que está prestando un servicio de calidad, debe existir, dentro de ella, una buena comunicación, pues no basta con tener una adecuada infraestructura, mucho personal, diversos canales de atención o avances tecnológicos para ello, es fundamental tener la capacidad de comunicar la información que poseemos, y que el ciudadano o destino final independiente de los intermediarios que sean necesarios la reciba correctamente y la comprenda. Por ello la comunicación es el instrumento que se utiliza para exponer las ideas, dudas, experiencias, conocimientos, con el ciudadano y con los compañeros, no solo para los miembros de un mismo equipo si no también los pertenecientes a otros equipos y otras dependencias.

De la adecuada comunicación con el usuario depende la atención que éste nos brinde ya que es el mismo usuario quien nos juzgará de cómo ha sido atendido y de que tan buena y valiosa haya sido la información brindada.

Un cordial diálogo o una frase amable siempre atraen y deja una buena impresión entre las personas que están dentro de la comunicación; en este caso las relaciones

humanas son las que más se practican cuando alguien está al frente de una atención a un usuario.

### **3.9.1 IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN**

La buena comunicación dentro del departamento de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas nos ayuda a obtener, fundamentalmente los siguientes parámetros:

- Operatividad y coherencia entre los miembros del equipo de trabajo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas
- Eficiente flujo de información con otras dependencias permitiendo la integración y la transversalidad.
- Servicio ágil.
- Permite garantizar calidad en la información.
- Coordinación entre los distintos servicios.
- Asesoramiento al ciudadano.
- Satisfacción de la ciudadanía.

### **3.9.2 CARACTERÍSTICAS DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIO DE ATENCIÓN AL USUARIO**

#### **Confianza y seguridad**

Ausencia de errores a la hora de prestar el servicio en el departamento de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas, así como capacidad para transmitir confianza en la información que se suministra garantizando que la atención que se brinde sea segura y exacta.

**Rapidez**

Capacidad que tiene el colaborador de optimizar el tiempo que se tiene establecido para realizar un servicio.

**Empatía**

Capacidad de percibir y responder a las necesidades, emociones y preferencias de los demás promoviendo una sintonía afectiva con las demás personas y generando un ambiente para la prestación del servicio.

**Amabilidad**

Es el adecuado comportamiento amable, complaciente afectuoso, educado, cortés que se tiene hacia la ciudadanía dentro del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas

**Competencia**

Son los conocimientos, habilidades y actitudes personales necesarias, la información, capacitación, la formación necesaria para la realización del servicio.

**Credibilidad**

Es ser consecuente en lo que se dice y lo que se hace dentro del departamento de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas.

**Accesibilidad**

Facilidad que el municipio le brinda al ciudadano para la utilización de los servicios en el momento que el usuario lo desee.

### **Comunicación**

Se debe informar al ciudadano con un lenguaje claro y conciso, de forma que lo pueda entender.

### **Tolerancia**

Capacidad que tiene el colaborador para comprender a la ciudadanía en sus diversas actitudes y comportamiento manteniendo un clima adecuado para prestar el servicio.

### **3.9.3 PROCEDIMIENTO EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL USUARIO**

El Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas, debe establecer y propiciar los medios necesarios para generar un ambiente cálido y adecuado donde la ciudadanía se sienta a gusto con la administración, propiciando un clima de confianza en la eficacia y profesionalidad de los servicios prestados y la labor realizada.

### **3.9.4 CANALES DE ATENCIÓN A LA CIUDADANÍA**

El Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas debe disponer de los siguientes medios mediante los cuales el ciudadano podrá solicitar de los servicios que presta ésta institución garantizando que el ciudadano quede satisfecho.

#### **Atención telefónica**

Es uno de los medios por donde se reciben llamadas que la ciudadanía realiza para solicitar información en el departamento de turismo del Gobierno Autónomo

Descentralizado del Cantón Salinas, para realizar las quejas, reclamos, sugerencias, denuncias, opiniones entre otras.

### **La importancia de la atención telefónica**

El uso del teléfono dentro del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas generará bajo costo para la ciudadanía y para la institución es mucho más económico una llamada que la atención personal.

### **Contacto personal**

A través de la voz se puede obtener información muy valiosa inclusive sin necesidad de un contacto visual retroalimentación (feedback) por que se puede pasar de una simple pregunta a un intercambio de información y una comunicación.

## **3.9.5 FACTORES PRINCIPALES EN LA ATENCIÓN TELEFÓNICA**

### **El tono de voz**

Es el elemento básico en la atención telefónica dentro del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas, pues no se cuenta con el contacto visual y es el único medio para proyectar la imagen que se quiere transmitir de la institución por ello, la voz debe tener un timbre agradable estar en la capacidad de adaptarse a los diferentes momentos:

- Inicio de contacto: Tono cálida y amable.
- Momento de dar información: Reflejar seguridad.

- Momento de duda o queja.
- Cuando se llega a dar la información mostrar seguridad cuando el ciudadano recurre por una duda o queja reclamo se debe ser persuasivos, contundentes y seguridad en la voz.
- Fin de información: Ser concluyente.
- Despedida: Tono cálido y amable.

**La velocidad.-** El ritmo de la atención telefónica en general es más lento de lo que sería de forma presencial. Sin embargo lo ideal es adaptar la velocidad a la velocidad del ciudadano que habla.

**Pronunciación.-** Es necesario que el servidor público hable con nitidez, con una buena articulación y vocalización para que la ciudadanía comprenda el mensaje.

### **Proceso de atención telefónica**

La atención telefónica se divide entre fases:

1. Contacto inicial.
2. Desarrollo de la información.
3. Despedida.

#### **3.9.6 CONTACTO INICIAL**

En el contacto inicial, lo más importante es el saludo donde se le da la bienvenida a la ciudadanía cuando ingresa al departamento de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas, y se hace una presentación con actitud deservicio. El saludo debe ser uniforme, independientemente del servidor que reciba la llamada para darle el carácter de homogéneo al servicio. Se compone básicamente de dos partes:

- Buenos días/tardes/Noches.
- Localización: Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas ubicado en la Provincia de Santa Elena.
- Identificación del servidor que recibe la llamada.

### **3.9.7 DESARROLLO DE LA INFORMACIÓN**

El servidor público del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas después de iniciar el contacto con la ciudadanía, pasa a descubrir que es lo realmente quiere, que información necesita y por qué se motivó a acudir al municipio del Cantón Salinas, para ello es necesario:

- Escuchar atentamente
- Interpretar sus objeciones
- Realizar preguntas

Otro de los factores importantes en la transmisión eficaz de la información pues el mensaje se debe transmitir de forma clara precisa y comprensible.

### **3.9.8 DESPEDIDA**

Es el último detalle que la ciudadanía se lleva de la institución en este caso del departamento de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas, por lo tanto se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Usar el nombre del interlocutor (siempre y cuando se posible).
- Agradecer a la ciudadanía por haber recurrido a la Institución.

- Invitarle a que vuelva a contar con el Municipio cuando lo necesite.

### **3.10 REGLAS PARA TENER EN CUENTA EN LA ATENCIÓN**

- Hacer sentir a la ciudadanía que se está atento, con un todo de voz empático de acogida.
- No se debe tutear al ciudadano como sinónimo de respeto pues no se le ve al interlocutor.
- Tomar nota para recordar los puntos importantes.
- Preguntar cuando no se esté seguro de haber comprendido lo suficiente.
- No interrumpir al ciudadano cuando el usuario está hablando.
- No sacar conclusiones precipitadas.
- Reformula los hechos importantes.
- Cuando el ciudadano hable, se debe hacerse entender que se le está escuchando mediante la emisión sonidos o palabras de afirmación.

#### **3.10.1 ATENCIÓN PRESENCIAL**

Es cuando la ciudadanía recurre personalmente a las dependencias del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas a solicitar algunos de los servicios, tramites, realizar petición una queja o un reclamo entre otras.

#### **3.10.2 FACTORES IMPORTANTES EN LA ATENCIÓN PRESENCIAL**

**La voz.-** La modulación debe adaptarse a las diferentes situaciones. Para que la información sea comprensible para la ciudadanía, la vocalización debe ser clara para que el mensaje sea entendible.

**El aspecto.-** La presentación personal en muchos casos puede influir en la percepción que tiene la ciudadanía respecto a la institución, con el aspecto físico se mostrará una imagen corporativa con el distintivo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas.

**Expresividad en el rostro.-** Generalmente el rostro es el primer punto en el que la ciudadanía se fija. Por ello es fundamental mirar a la ciudadanía, demostrando interés, actitud de escucha y refleja seguridad en la información que se está dando. Por otro en la expresión de la cara es relevante una sonrisa que no sea falsa ni forzada pues esto le da un carácter acogedor a la atención que se está brindando.

**La postura.-** La postura no debe ser rígida ni forzada.

### **3.11 ATENCIÓN VIRTUAL**

Con la modernización del estado y la implantación de nuevas tecnologías se hace necesario tener unas pautas en cuanto a la página web ya que es un medio que la ciudadanía utiliza para acercarse al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas, en ella se debe difundir a toda la información necesaria respecto al avance de obras y proyectos que se tiene en futuro. El portal busca generar mejores procesos de comunicación e información con los ciudadanos y ciudadanas de Salinas, además de continuar con la política de transparencia en la gestión y demostrar que Salinas es Compromiso de toda la ciudadanía.

La web debe contener información clara, concisa y exacta. También debe estar constantemente actualizando los datos ya que por medio del portal se puede conocer más de la ciudad, de la administración, sus proyectos, políticas, ejecutorías y eventos que ella realiza en pro de toda la ciudadanía.

Por medio de ella podemos adaptar un segmento en donde la ciudadanía interactúa con el alcalde como:

- Proponerle obras al alcalde.
- Receptar quejas y reclamos,

La web debe ser el espejo de la administración del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas puesto que es el punto cardinal y comunicador oficial de los desarrollos de la alcaldía.

En ella cada uno de los ciudadanos tanto del cantón Salinas como a nivel nacional e internacional puedan conocer sobre los destinos turísticos y también sobre todos los avances que se están dando.

### **3.12 CÓDIGOS ÉTICOS**

Todos los servidores públicos, que laboran en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas y tienen un vínculo directo con la prestación del servicio de atención al usuario, asumieron y actuaron de acuerdo, al código de ética, principios, valores y todos aquellos parámetros establecidos en esta materia para la Administración Gubernamental. En este caso se tomara en cuenta lo siguiente:

#### **Orientación al cliente y a la mejora continúa**

El departamento de turismo persigue la satisfacción de sus clientes a través de un sistema de calidad integral propio denominado “Excelencia en la calidad de servicio”, que garantiza la revisión continua de todos sus procesos organizativos e

incluye las exigencias de las certificaciones oficiales existentes. Todo el personal del departamento de turismo debe conocer, aplicar y desarrollar dicho sistema.

### **Productos y servicios de calidad y atención al usuario**

El trato excelente del cliente y la atención a los detalles forman parte del saber hacer del departamento, el departamento de turismo asume el compromiso de ofrecer a todos sus usuarios un estándar de excelencia en todos sus servicios, garantizando que no incurrirán en alguna información errónea del tema turístico del cantón.

### **Política de protección de datos**

El departamento de turismo garantiza en todo momento la confidencialidad y protección de los datos de sus usuarios. Todas las personas empleadas en el departamento tienen la obligación de cumplir con los procedimientos de calidad en el servicio establecidos y la normativa interna en referencia a los datos de carácter personal.

### **Colaboración con las comunidades e instituciones**

El departamento de turismo mantendrá un apoyo al desarrollo turístico y la difusión de la diversidad cultural del cantón y de la provincia de los entornos donde se ubican sus establecimientos es uno de los principios básicos de la calidad de atención al usuario del departamento.

### 3.13 IMAGEN Y CALIDAD DEL SERVICIO

Uno de los aspectos fundamentales para el desarrollo permanente y continuo de la calidad, es mejorar el servicio del departamento de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas hacia cada uno de los usuarios que optan por utilizar el servicio que presta el departamento de turismo, dentro del cual está la imagen y calidad del servicio dentro del mercado donde desarrolla sus actividades,

**Tabla No 27**  
**Imagen y Calidad de Servicio**

<b>Programa</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Responsable</b>	<b>Dirigido a:</b>	<b>Costo</b>
Imagen y Calidad del Servicio	Lograr ser reconocida a nivel Provincial mediante la difusión de material publicitario, lo que permitirá que la ciudadanía conozca sobre el servicio que presta la institución de tal forma estar en la mente de cada usuario	Jefa del Departamento, encargados	Empresario y Trabajadores	\$1.000,70

FUENTE: información para el mejoramiento de atención al usuario

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

### **3.14 CONTENIDO DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN:**

1. Calidad de servicio y atención al usuario dentro del departamento de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas

Concepto de calidad

¿Qué es la calidad del servicio?

La atención al usuario como característica de calidad.

El equipo y la atención al usuario.

Beneficios para el personal de una adecuada atención al cliente.

2. Comunicación y atención al usuario dentro del departamento de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas.

El proceso de comunicación.

Habilidades básicas de comunicación: La escucha activa y la retroalimentación.

Diagnóstico de la capacidad de escucha.

Barreras a la comunicación.

Comunicación no verbal.

3. Proceso de atención al usuario dentro del departamento de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas.

Personalizar el contacto.

La atención al cliente como proceso.

Aplicación del proceso a los distintos tipos de contacto con el usuario.

Características de los errores de la atención al usuario.

#### 4. Resolución de una situación conflictiva.

Dinámica de la situación conflictiva.

Como responder ante una situación conflictiva.

Aplicación de una respuesta asertiva a las situaciones conflictivas.

Ejerciendo el auto control.

Qué hacer si la situación se desborda.

#### **Beneficios:**

- Llevar a cabo una comunicación eficaz y eficiente con el usuario del departamento de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas.
- Desarrollar las competencias que permitan aplicar un proceso de satisfacción al usuario.
- Mejorar la calidad y atención al usuario del departamento de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas.

Tabla No 28  
Programa Imagen y calidad

Programa	Proyecto	Objetivo	Financiamiento	Periodo Inicio	Periodo Fin	Resultados	Responsables	Costo
Imagen y Calidad de Servicio	Plan de mejora	Dar a conocer a toda la colectividad de la Península de Santa Elena, el servicio que presta la institución mediante las campañas publicitarias	Propio	03-09- Tres primeros años	30-09 Tres primeros años	Reconocimiento a nivel nacional	Alcalde, jefa del departamento de turismo	\$1.000,70 cada año

FUENTE: información para el mejoramiento de atención al usuario

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

**Tabla No 29**  
**Plan de Marketing**

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Año 2012</b>	<b>Año 2013</b>	<b>Año 2014</b>	<b>Año 2015</b>	<b>Año 2016</b>	<b>Total</b>
1000	Trípticos de 90 gramos	\$ 280,00	\$ 294,00	\$ 308,70	\$ 324,14	\$ 340,34	\$ 1.547,18
2000	Volantes de 90 gramos	\$ 180,00	\$ 189,00	\$ 198,45	\$ 208,37	\$ 218,79	\$ 994,61
1	Letrero luminoso 3X1	\$ 230,00					
	Mantenimiento de letrero luminoso	\$ 25,00	\$ 26,25	\$ 27,56	\$ 28,94	\$ 30,39	\$ 138,14
50	Camisetas	\$ 350,00	\$ 367,50	\$ 385,88	\$ 405,17	\$ 425,43	\$ 1.933,97
100	Esferas con logotipo un solo color	\$ 70,00	\$ 73,50	\$ 77,18	\$ 81,03	\$ 85,09	\$ 386,79
<b>Total</b>		\$ 1.135,00	\$ 950,25	\$ 997,76	\$ 1.047,65	\$ 1.100,03	<b>\$ 5.000,70</b>

FUENTE: información para el mejoramiento de atención al usuario

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

**Tabla No 30**  
**Capacitación: calidad de atención al usuario**

Programa	Proyecto	Objetivo	Financiamiento	Periodo Inicio	Periodo Fin	Resultados	Responsables	Costo
Imagen y Calidad del Servicio	Capacitación semestral: Calidad en la atención al usuario	Motivar al personal hacia la mejora de la calidad de atención al usuario, de tal forma reflejar ante los usuarios que somos una institución que presta un servicio de calidad basado en principios y valores	Propio	07-05-12	11-07-12	Servicio eficiente y eficaz	Alcalde	\$ 2.000,00
				19-11-12	23-11-12			
				11-02-13	15-02-13			
				12-08-13	16-08-13			
				24-03-14	28-03-14			
				22-09-14	26-09-14			
				01-07-15	05-07-15			
				07-12-15	11-12-15			
				25-01-16	30-01-16			
				30-07-16	15-07-16			

FUENTE: información para el mejoramiento de atención al usuario

ELABORADO POR: Jazmín Smith A.

### **3.15 BENEFICIOS**

- La página web le da más personalidad, seriedad y profesionalismo a la institución.
- Es la forma más económica de exponer el servicio.
- Refuerza y actualiza la imagen corporativa.
- Promueve la comunicación entre usuarios.
- Expansión del mercado.
- Captación y fidelidad de los usuarios.
- Contar con el equipo de computación adecuado.
- Mantener una cartera de clientes actualizado.

## CONCLUSIONES

- En lo que respecta a la definición de teorías acerca de la atención al usuario se pudo evidenciar que existen muchos autores que manifiestan la importancia de esta atención para mejorar la calidad de la atención.
- Dentro del análisis situacional, se determinó que el Departamento de turismo ahora tiene conocimiento de sus oportunidades y fortalezas que deben ser aprovechadas, así mismo de sus debilidades de igual forma se detectó que no existe una base de datos de los usuarios.
- La falta de conocimiento ha dado como resultado que los integrantes de la institución no tengan claro cuál es la misión, visión y objetivos del Departamento de Turismo por lo que han limitado su desarrollo y mejoramiento en el servicio al usuarios.
- Se pudo evidenciar la predisposición de los colaboradores por mejorar los procesos de calidad de servicio a los usuarios.
- Se planteó una propuesta que debe de ser aplicada si se desea llegar a estándares de calidad en la atención al usuario
- Se pudo evidenciar la falta de capacitación de los colaboradores por esta razón dentro de la propuesta se planifican capacitaciones durante el plan

## RECOMENDACIONES

- Se debe fomentar una cultura basada en principios y valores institucionales y generar compromiso con la institución ya que por el nivel de educación de los integrantes los cambios tardan más de los que se pueda planificar.
- Se sugiere implementar las estrategias adecuadas resultantes del análisis situacional, de tal forma aprovechar las oportunidades de desarrollo, disminuyendo así las amenazas beneficiando a la institución.
- Se propone consolidar en cada integrante de la institución la visión y misión, puesto que se establece en el direccionamiento estratégico ya que está basado en principios y valores corporativos.
- Se recomienda establecer una cultura organizacional mediante la capacitación y motivación a todos los que integran la institución con el fin de ser competitivos que permita brindar un servicio de calidad, seguridad, eficiencia y eficacia.
- Se reconoce la necesidad de crear compromisos y coordinación con todos los trabajadores que conforman el Departamento de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas para desarrollar las diferentes actividades, por lo que se recomienda que el alcalde analice la propuesta de mejoramiento en donde se identifican los procesos más importantes, de tal forma ser una institución eficiente incrementando día a día la satisfacción tanto interna como externa.

# ANEXOS

**ANEXO 1 ENTREVISTA AL ALCALDE DEL CANTÓN SALINAS**  
**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA HOTELERIA Y TURISMO**



**TEMA:** Estudio de un Diseño de un Plan de Mejora para el departamento de turismo en el Municipal de Salinas

**OBJETIVO:** Recopilar información para conocer la calidad de servicio brindada por el departamento de turismo

- 1- ¿Se han realizado planes de mejora en el área de turismo?
  
- 2.- Considera usted que el departamento de turismo es eficiente ¿por qué?
  
- 3.- En las encuestas realizadas a los usuarios del departamento de turismo, refleja que la atención al usuario es deficiente y que la orientación al turista se encuentra en inconformidad. ¿Cuáles son las acciones que ha tomado la máxima autoridad con este factor?
  
- 4.- ¿El departamento de turismo le envían informes, mensuales, trimestrales, o anuales de las actividades realizadas?
  
- 5.- ¿Existe vinculación entre los empresarios turísticos y el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas?

6.- ¿Se han creados puntos de información para orientar a los turistas y visitantes con respecto a información turística del cantón?

7.- ¿En que está dispuesto usted a colaborar para un estudio de un diseño de un plan de mejora para atención al usuario en el departamento de turismo?

8.- ¿Existe un manejo de información adecuada para los turistas extranjeros?

9.- ¿Cuáles son las estrategias aplicadas para que el turista llegue a este lindo balneario?

**ANEXO 2**

**ENCUESTA A COLABORADORES**

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA HOTELERIA Y TURISMO**

**TEMA:** Estudio de un Diseño de un Plan de Mejora para el departamento de turismo en el Municipal de Salinas

**OBJETIVO:** Recopilar información para conocer la calidad de servicio brindada por el departamento de turismo

Edad: \_\_\_\_\_

Sexo: M  F

Ciudad: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

1.- ¿Cumple el departamento de turismo con los procesos de levantamiento de información y creación de proyectos?

SÍ

NO

2.- ¿Considera usted necesaria la iniciativa de modernizar el sector público en cuanto a los procesos de atención al usuario en el área turística?

SÍ

NO

3.- ¿Se debe mejorar la gestión del departamento de turismo de la mejor forma en busca de calidad, eficiencia y eficacia en el servicio de atención al usuario?

SÍ

NO

4.- ¿En el departamento de turismo se realizaran programas turísticos para un mejor servicio de atención al usuario?

SÍ

NO

5.- ¿Piensa usted que el servicio público se aleja de los estándares de calidad en el servicio de atención al usuario en el área turística?

SÍ

NO

6.- ¿Considera usted que la calidad del servicio es un proceso encaminado a la satisfacción total en cada uno de los requerimientos y necesidades que tiene la ciudadanía?

SÍ

NO

7.- ¿Cree usted que se cubren las necesidades y requerimientos de los usuarios?

SÍ

NO

8.- ¿Considera usted que existen controles de los procesos del departamento de turismo?

SÍ

NO

*Gracias por su colaboración.*

### ANEXO 3

#### ENCUESTA A USUARIOS



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA HOTELERÍA Y TURISMO

**TEMA:** Estudio de un Diseño de un Plan de Mejora para el departamento de turismo en el Municipal de Salinas

**OBJETIVO:** Recopilar información para conocer la calidad de servicio brindada por el departamento de turismo

Edad: \_\_\_\_\_

Sexo: M  F

Ciudad: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

1.- ¿Cómo calificaría la atención brindada por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas?

Bueno  Regular  Deficiente

2.- ¿La información proporcionada es?

Bueno  Regular  Deficiente

3.- ¿Cómo considera usted las estrategias utilizadas para mejorar la atención al usuario?

Bueno  Regular  Deficiente

4.- ¿Cómo califica las actividades que se realizan en el departamento de turismo?

Bueno  Regular  Deficiente

5.- ¿Cómo considera usted los servicios que se ofrecen en la zona?

Bueno  Regular  Deficiente

6.- ¿Cómo considera usted los recursos oportunos para el desempeño de las actividades turísticas?

Bueno  Regular  Deficiente

7.- ¿Cómo califica usted la comunicación entre los integrantes de la institución?

Bueno  Regular  Deficiente

8.- ¿Los materiales de información que se brinda son?

Bueno  Regular  Deficiente

9.- ¿Cómo calificaría el servicio en general del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salinas?

Bueno  Regular  Deficiente

10.- ¿Cómo considera usted la publicidad turística para el balneario?

Bueno  Regular  Deficiente

**ANEXO 4**

**CANTÓN SALINAS VISTA PANORÁMICA**



**ANEXO 5**

**SÍMBOLOS PATRIOS DEL CANTÓN SALINAS**



**ANEXO 6 GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL  
CANTÓN SALINAS**



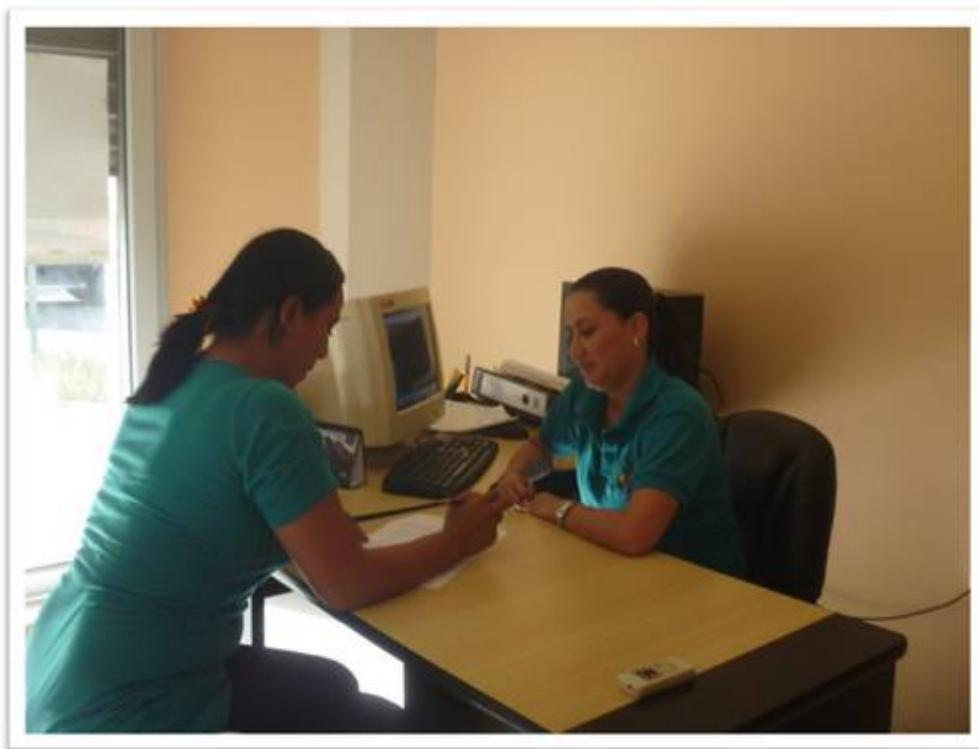
**ANEXO 7**

**DEPARTAMENTO DE TURISMO**



**ANEXO 8**

**REALIZANDO ENCUESTAS**



**Anexo 9**  
**Realización de la misión, visión**

**Anexo 10**  
**Socialización de la propuesta**



**ANEXO 11**  
**MARCO LEGAL**  
**LEY ORGÁNICA DEL SERVICIO PÚBLICO**

**TÍTULO I**

**PRINCIPIOS, ÁMBITO Y DISPOSICIONES FUNDAMENTALES**

**Artículo 1.- Principios.-** La presente Ley se sustenta en los principios de: calidad, calidez, competitividad, continuidad, descentralización, desconcentración, eficacia, eficiencia, equidad, igualdad, jerarquía, lealtad, oportunidad, participación, racionalidad, responsabilidad, solidaridad, transparencia, unicidad y universalidad que promuevan la interculturalidad, igualdad y la no discriminación.

**Artículo 2.- Objetivo.-** El servicio público y la carrera administrativa tienen por objetivo propender al desarrollo profesional, técnico y personal de las y los servidores públicos, para lograr el permanente mejoramiento, eficiencia, eficacia, calidad, productividad del Estado y de sus instituciones, mediante la conformación, el funcionamiento y desarrollo de un sistema de gestión del talento humano sustentado en la igualdad de derechos, oportunidades y la no discriminación.

**Art. 3.- Ámbito.-** Las disposiciones de la presente ley son de aplicación obligatoria, en materia de recursos humanos y remuneraciones, en toda la administración pública, que comprende:

**Artículo 4.- Servidoras y servidores públicos.-** Serán servidoras o servidores públicos todas las personas que en cualquier forma o a cualquier título trabajen, presten servicios o ejerzan un cargo, función o dignidad dentro del sector público. Las trabajadoras y trabajadores del sector público estarán sujetos al Código del Trabajo.

## **TÍTULO II**

### **DE LAS SERVIDORAS O SERVIDORES PÚBLICOS**

#### **CAPÍTULO 1**

##### **DEL INGRESO AL SERVICIO PÚBLICO**

**Artículo 5.- Requisitos para el ingreso.-** Para ingresar al servicio público se requiere:

- a) Ser mayor de 18 años y estar en el pleno ejercicio de los derechos previstos por la Constitución de la República y la Ley para el desempeño de una función pública;
- b) No encontrarse en interdicción civil, no ser el deudor al que se siga proceso de concurso de acreedores y no hallarse en de estado insolvencia fraudulenta declarada judicialmente;
- c) No estar comprendido en alguna de las causales de prohibición para ejercer cargos públicos;
- d) Cumplir con los requerimientos de preparación académica y demás competencias exigibles previstas en esta Ley y su Reglamento;
- e) Haber sufragado, cuando se tiene obligación de hacerlo, salvo las causas de excusa previstas en la Ley;
- f) No encontrarse en mora del pago de créditos establecidos a favor de entidades u organismos del sector público, a excepción de lo establecido en el Artículo 9 de la presente Ley;

g) Presentar la declaración patrimonial juramentada en la que se incluirá lo siguiente:

g.1.- Autorización para levantar el sigilo de sus cuentas bancarias;

g.2.- Declaración de no adeudar más de dos pensiones alimenticias; y,

3.- Declaración de no encontrarse incurso en nepotismo, inhabilidades o prohibiciones previstas

## **CAPÍTULO 2**

### **PROHIBICIONES**

**Artículo 8.- Prohibición de inscripción.-** No se inscribirán los nombramientos de administradores de fondos, ordenadores de gastos, ni de funcionarios que presenten estados financieros a la Contraloría General del Estado, en entidades del sector público ni del sector privado, con participación mayoritaria de recursos públicos, que estuvieren comprendidos hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad con el Contralor, Sub-contralor y Directores Regionales de la Contraloría General del Estado.

**Artículo 10.- Prohibiciones especiales para el desempeño de un puesto, cargo, función o dignidad en el sector público.-** Las personas contra quienes se hubiere dictado sentencia condenatoria ejecutoriada por delitos de: peculado, cohecho, concusión o enriquecimiento ilícito; y, en general, quienes hayan sido sentenciados por defraudaciones a las instituciones del Estado están prohibidos para el desempeño, bajo cualquier modalidad, de un puesto, cargo, función o dignidad pública. La misma incapacidad recaerá sobre quienes hayan sido condenados por los siguientes delitos: delitos aduaneros, tráfico de sustancias estupefacientes y psicotrópicas, lavado de activos, acoso sexual, explotación sexual, trata de personas, tráfico ilícito o violación.

Esta prohibición se extiende a aquellas personas que, directa o indirectamente, hubieren recibido créditos vinculados contraviniendo el ordenamiento jurídico vigente.

### **TÍTULO III**

## **DEL RÉGIMEN INTERNO DE ADMINISTRACIÓN DEL TALENTO HUMANO**

### **CAPÍTULO 1**

#### **DE LOS DEBERES, DERECHOS Y PROHIBICIONES**

**Artículo 22.- Deberes de las o los servidores públicos.-** Son deberes de las y los servidores públicos:

- a) Respetar, cumplir y hacer cumplir la Constitución de la República, leyes, reglamentos y más disposiciones expedidas de acuerdo con la Ley;
- b) Cumplir personalmente con las obligaciones de su puesto, con solicitud, eficiencia, calidez, solidaridad y en función del bien colectivo, con la diligencia que emplean generalmente en la administración de sus propias actividades;
- c) Cumplir de manera obligatoria con su jornada de trabajo legalmente establecida, de conformidad con las disposiciones de esta Ley;
- d) Cumplir y respetar las órdenes legítimas de los superiores jerárquicos. El servidor público podrá negarse, por escrito, a acatar las órdenes superiores que sean contrarias a la Constitución de la República y la Ley;
- e) Velar por la economía y recursos del Estado y por la conservación de los documentos, útiles, equipos, muebles y bienes en general confiados a su guarda, administración o utilización de conformidad con la ley y las normas secundarias;
- f) Cumplir en forma permanente, en el ejercicio de sus funciones, con atención debida al público y asistirlo con la información oportuna y pertinente, garantizando el derecho de la población a servicios públicos de óptima calidad;
- g) Elevar a conocimiento de su inmediato superior los hechos que puedan causar daño a la administración;

- h) Ejercer sus funciones con lealtad institucional, rectitud y buena fe. Sus actos deberán ajustarse a los objetivos propios de la institución en la que se desempeñe y administrar los recursos públicos con apego a los principios de legalidad, eficacia, economía y eficiencia, rindiendo cuentas de su gestión;
- i) Cumplir con los requerimientos en materia de desarrollo institucional, recursos humanos y remuneraciones implementados por el ordenamiento jurídico vigente;
- j) Someterse a evaluaciones periódicas durante el ejercicio de sus funciones; y, Custodiar y cuidar la documentación e información que, por razón de su empleo, cargo o comisión tenga bajo su responsabilidad e impedir o evitar su uso indebido, sustracción, ocultamiento o inutilización.

**Artículo 24.- Prohibiciones a las servidoras y los servidores públicos.-**

Prohíbese a las servidoras y los servidores públicos lo siguiente:

- a) Abandonar injustificadamente su trabajo;
- b) Ejercer otro cargo o desempeñar actividades extrañas a sus funciones durante el tiempo fijado como horario de trabajo para el desempeño de sus labores, excepto quienes sean autorizados para realizar sus estudios o ejercer la docencia en las universidades e instituciones politécnicas del país, siempre y cuando esto no interrumpa el cumplimiento de la totalidad de la jornada de trabajo o en los casos establecidos en la presente Ley;
- c) Retardar o negar en forma injustificada el oportuno despacho de los asuntos o la prestación del servicio a que está obligado de acuerdo a las funciones de su cargo;
- d) Privilegiar en la prestación de servicios a familiares y personas recomendadas por superiores, salvo los casos de personas inmersas en grupos de atención prioritaria, debidamente justificadas;
- e) Ordenar la asistencia a actos públicos de respaldo político de cualquier naturaleza o utilizar, con este y otros fines, bienes del Estado;
- f) Abusar de la autoridad que le confiere el puesto para coartar la libertad de sufragio, asociación u otras garantías constitucionales;

g) Ejercer actividades electorales, en uso de sus funciones o aprovecharse de ellas para esos fines;

h) Paralizar a cualquier título los servicios públicos, en especial los de salud, educación, justicia y seguridad social; energía eléctrica, agua potable y alcantarillado, procesamiento, transporte y distribución de hidrocarburos y sus derivados; transportación pública, saneamiento ambiental, bomberos, correos y telecomunicaciones;

i) Mantener relaciones comerciales, societarias o financieras, directa o indirectamente, con contribuyentes o contratistas de cualquier institución del Estado, en los casos en que el servidor público, en razón de sus funciones, deba atender personalmente dichos asuntos;

j) Resolver asuntos, intervenir, emitir informes, gestionar, tramitar o suscribir convenios o contratos con el Estado, por sí o por interpuesta persona u obtener cualquier beneficio que implique privilegios para el servidor o servidora, su cónyuge o conviviente en unión de hecho legalmente reconocida, sus parientes hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad.

Esta prohibición se aplicará también para empresas, sociedades o personas jurídicas en las que el servidor o servidora, su cónyuge o conviviente en unión de hecho legalmente reconocida, sus parientes hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad tengan interés;

k) Solicitar, aceptar o recibir, de cualquier manera, dádivas, recompensas, regalos o contribuciones en especies, bienes o dinero, privilegios y ventajas en razón de sus funciones, para sí, sus superiores o de sus subalternos; sin perjuicio de que estos actos constituyan delitos tales como: peculado, cohecho, concusión, extorsión o enriquecimiento ilícito;

l) Percibir remuneración o ingresos complementarios, ya sea con nombramiento o contrato, sin prestar servicios efectivos o desempeñar labor específica alguna, conforme a la normativa de la respectiva institución;

m) Negar las vacaciones injustificadamente a las servidoras y servidores públicos;  
y,

ñ) Las demás establecidas por la Constitución de la República, las leyes y los reglamentos.

**Artículo 25.-De las jornadas legales de trabajo.-** Las jornadas de trabajo para las entidades, instituciones, organismos y personas jurídicas señaladas en el artículo 3 de esta Ley podrán tener las siguientes modalidades:

a) Jornada Ordinaria: Es aquella que se cumple por ocho horas diarias efectivas y continuas, de lunes a viernes y durante los cinco días de cada semana, con cuarenta horas semanales, con períodos de descanso desde treinta minutos hasta dos horas diarias para el almuerzo, que no estarán incluidos en la jornada de trabajo; y,

b) Jornada Especial: Es aquella que por la misión que cumple la institución o sus servidores, no puede sujetarse a la jornada única y requiere de jornadas, horarios o turnos especiales; debiendo ser fijada para cada caso, observando el principio de continuidad, equidad y optimización del servicio, acorde a la norma que para el efecto emita el Ministerio de Relaciones Laborales.

Las servidoras y servidores que ejecuten trabajos peligrosos, realicen sus actividades en ambientes insalubres o en horarios nocturnos, tendrán derecho a jornadas especiales de menor duración, sin que su remuneración sea menor a la generalidad de servidoras o servidores. Las instituciones que en forma justificada, requieran que sus servidoras o sus servidores laboren en diferentes horarios a los establecidos en la jornada ordinaria, deben obtener la aprobación del Ministerio de Relaciones Laborales. En el caso de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, sus entidades y regímenes especiales, esta facultad será competencia de la máxima autoridad.

## **CAPITULO 5**

### **DE LA FORMACIÓN Y LA CAPACITACIÓN**

**Artículo 69.- De la Formación de las y los servidores públicos.-** La formación es el subsistema de estudios de carrera y de especialización de nivel superior que otorga titulación según la base de conocimientos y capacidades que permitan a los servidores públicos de nivel profesional y directivo obtener y generar conocimientos científicos y realizar investigación aplicada a las áreas de prioridad para el país, definidas en el Plan Nacional de Desarrollo.

La formación no profesional se alinearán también a las áreas de prioridad para el país establecida en el Plan Nacional del Buen Vivir.

**Artículo 70.- Del subsistema de capacitación y desarrollo de personal.-** Es el subsistema orientado al desarrollo integral del talento humano que forma parte del Servicio Público, a partir de procesos de adquisición y actualización de conocimientos, desarrollo de técnicas, habilidades y valores para la generación de una identidad tendiente a respetar los derechos humanos, practicar principios de solidaridad, calidez, justicia y equidad reflejados en su comportamiento y actitudes frente al desempeño de sus funciones de manera eficiente y eficaz, que les permita realizarse como seres humanos y ejercer de esta forma el derecho al Buen Vivir.

**Segundo Suplemento Registro Oficial N° 294 Miércoles 6 de Octubre del 2010**

**Artículo 71.- Programas de formación y capacitación.-** Para cumplir con su obligación de prestar servicios públicos de óptima calidad, el Estado garantizará y financiará la formación y capacitación continua de las servidoras y servidores públicos mediante la implementación y desarrollo de programas de capacitación. Se fundamentarán en el Plan Nacional de Formación y Capacitación de los Servidores Públicos y en la obligación de hacer el seguimiento sistemático de sus resultados, a través de la Red de Formación y Capacitación Continuas del Servicio Público para el efecto se tomará en cuenta el criterio del Instituto de Altos Estudios Nacionales –IAEN.

**Artículo 72.- Planeación y dirección de la capacitación.-** El Ministerio de Relaciones Laborales coordinará con las Redes de Formación y Capacitación de los Servidores Públicos y las Unidades de Administración del Talento Humano de la institución, la ejecución del Plan Nacional de Formación y Capacitación de los Servidores Públicos que deberá ser desconcentrada y descentralizada, acorde a los preceptos constitucionales.

En el caso de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, sus entidades y regímenes especiales se sujetarán a lo que determina la correspondiente Ley.

**Artículo 73.- Efectos de la formación y la capacitación.-** La formación y capacitación efectuada a favor de las y los servidores públicos, en la que el Estado hubiese invertido recursos económicos, generará la responsabilidad de transmitir y de poner en práctica los nuevos conocimientos adquiridos por un lapso igual al triple del tiempo de formación o capacitación.

**Artículo 74.- Incumplimiento de obligaciones.-** En caso de que la servidora o servidor cese en su puesto en los casos previstos en las letras a), d), f) e i) del artículo 47 de esta ley y no pueda cumplir con la obligación establecida en el artículo 73 de la misma, o haya reprobado en sus estudios, la autoridad nominadora dispondrá la adopción de las medidas administrativas o judiciales a que hubiere lugar.

El servidor estará obligado a reintegrar a la institución respectiva el valor total o la parte proporcional de lo invertido en su formación o capacitación, en un plazo no mayor a 60 días, pudiendo dichos valores cobrarse por parte de la Contraloría General del Estado a través de la jurisdicción coactiva o el Ministerio de Relaciones Laborales por la misma vía.

## **ANEXO 12**

### **LEY DE TURISMO**

Ley No. 97 del 27 de Diciembre del 2002.

Congreso Nacional

Considerando:

Que la Ley Especial de Desarrollo Turístico, promulgada en el Registro Oficial 118 del 28 de enero de 1997, a la fecha se encuentra desactualizada, por lo que es necesario incorporar disposiciones que estén acordes con la vigente Constitución Política de la República; que el Plan de Competitividad Turística planteó la necesidad de actualizar la legislación turística ecuatoriana, reincorporando importantes disposiciones de la Ley Especial de Desarrollo Turístico, que no han perdido vigencia en el tiempo a fin de atraer la inversión e inyectar divisas a nuestra economía; que el Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 de 19 de abril del 2001, declaró como Política Prioritaria de Estado el desarrollo del turismo en el país; y, En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la siguiente:

## CAPITULO I

### GENERALIDADES

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos: Ministerio de Turismo

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

## CAPITULO II

### DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,

- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Art. 11.- Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos.

#### CAPITULO IV

##### DEL MINISTERIO DE TURISMO

Art. 15.- El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

1. Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;
2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país;
3. Planificar la actividad turística del país;
4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información;
5. Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de la institución;
6. Presidir el Consejo Consultivo de Turismo;

7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades;
8. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes;
9. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional;
10. Calificar los proyectos turísticos;
11. Dictar los instructivos necesarios para la marcha administrativa y financiera del Ministerio de Turismo; y
12. Las demás establecidas en la Constitución, esta Ley y las que le asignen los Reglamentos.

Art. 16.- Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley.

Art. 17.- El Ministerio de Turismo coordinará asimismo con otras instituciones del sector público, las políticas y normas a implementarse, a fin de no afectar el desarrollo del turismo.

Art. 18.- El Ministerio de Turismo podrá tercerizar los siguientes servicios, en cuyo caso fijará tarifas para cubrir los costos que demanden los mismos:

- a) El reconocimiento de la categoría que corresponda a cada interesado;
- b) La verificación del uso de los bienes turísticos exentos de impuestos;
- c) La calificación de proyectos turísticos que se acojan a los beneficios tributarios;
- d) Los centros de información turística;

- e) La determinación pericial de las inversiones para efectos tributarios; y,
- f) Otros que resuelva el Ministerio de Turismo, excepto aquellos que se transfieran a los gobiernos provincial y cantonal producto del proceso de descentralización de competencias.

## CAPÍTULO X

### PROTECCION AL CONSUMIDOR DE SERVICIOS TURISTICOS

Art. 42.- Corresponde al Ministerio de Turismo la defensa de los derechos del usuario de servicios turísticos en los términos que señala la Constitución Política, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y esta Ley.

Art. 43.- De conformidad con el artículo 23 numeral 3 de la Constitución Política, se prohíbe toda discriminación en a los extranjeros o a cualquier otro grupo humano en las actividades turísticas, especialmente en lo que concierne a tarifas y tasas por cualquier servicio turístico.

Art. 44.- El empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio.

Art. 45.- Habrá lugar al resarcimiento de daños y perjuicios, en los siguientes casos:

- a. El que anuncie al público, a través de medios de comunicación colectiva, de Internet o de cualquier otro sistema, servicios turísticos de calidad superior a los que realmente ofrece; o en su propaganda use fotografías o haga descripciones distintas a la realidad;

- b. El empresario cuyo servicio tenga una calidad inferior a la que corresponda a su categoría ala oferta pública de los mismos;
- c. El empresario que, por acto propio o de sus empleados, delegados o agentes, cause al turista un daño material;
- d. El empresario que venda servicios con cláusulas prefijadas y no las informe y explique al usuario, al tiempo de la venta o de la prestación del servicio;
- e. En caso de discriminación a las personas; con excepción del derecho de reserva de admisión; y,
- f. Los demás determinados en otras leyes.

Art. 46.- Los usuarios de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y presentar sus quejas al Centro de Protección del Turista. Este Centro tendrá interconexión inmediata con la Policía Nacional, Defensoría del Pueblo, municipalidades, centros de Información Turística y embajadas acreditadas en el Ecuador que manifiesten interés de interconexión.

A través de este Centro de Protección al turista, se buscará la solución directa de los conflictos.

Art. 47.- En caso de no resolverse los conflictos mediante la acción directa del Centro de protección al turista, el interesado podrá acceder a los centros de Mediación y Arbitraje que celebre convenios con el Ministerio de Turismo, para con sujeción en la Ley de Arbitraje y mediación, intervenir en esta materia; o podrá acudir a la justicia ordinaria.

Art. 48.- De determinarse violación a normas legales, el Centro de Protección al Turista, solicitará al Ministro de Turismo que en observancia de las disposiciones del Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, inicie el correspondiente expediente para juzgar administrativamente la conducta del empresario turístico.

Art. 49.- Si la parte responsable de la violación fuere el operador de un área Turística Protegida, de un contrato o concesión turística; la sanción podría implicar hasta la terminación del contrato.

Art. 50.- Sin perjuicio de los mecanismos de protección señalados en los artículos anteriores sien los actos u omisiones de los empresarios turísticos existiere infracción penal, los perjudicados podrán ejercer la acción legal correspondiente.

Art. 51.- Los mecanismos de garantía y protección para el turista mencionados en este capítulo, podrán ser invocados por las empresas turísticas que operen legalmente en el país.

Art. 52.- Para efectos de esta Ley, se establecen los siguientes instrumentos de carácter general, para el efectivo control de la actividad turística:

- a. Amonestación escrita, en caso de faltas leves;
- b. Ubicación en la lista de empresarios incumplidos, en caso de faltas comprobadas, graves y repetidas; y,
- c. MULTAS, El Ministerio de Turismo impondrá las siguientes multas de manera gradual y proporcional de acuerdo a la falta cometida.

Multa de USD \$ 100 a USD \$ 200 a quienes no proporcionen la información solicitada por el Ministerio de Turismo y no exhiban las listas de precios.

Multa entre USD \$ 1000 y USD \$ 5000 que se regularán de manera gradual y proporcional las personas que incumplan normas de calidad, no cumplan los contratos turísticos o infrinjan las disposiciones de esta Ley y sus reglamentos.

En caso de reincidencia la multa impuesta podrá duplicarse.

CLAUSURA, es un acto administrativo mediante el cual el Ministro de Turismo por sí o mediante delegación dispone el cierre de los establecimientos turísticos. Dictará esta medida en forma inmediata cuando

se compruebe que se está ejerciendo actividades turísticas sin haber obtenido las autorizaciones a las que se refiere esta Ley.

Igualmente dispondrá la clausura cuando se reincida en las causales señaladas en las letras a),b) y c) de este artículo.

## **BIBLIOGRAFÍA**

RICHARD SANDHUSEN 2009, 6 , 7

ATENCIÓN AL CLIENTE: BLANCO PRIETO ANTONIO

ATENCIÓN AL CLIENTE: BLANCO PRIETO ANTONIO;

ATENCIÓN AL CLIENTE: BLANCO PRIETO ANTONIO;)

(ATENCIÓN AL CLIENTE: BLANCO PRIETO ANTONIO;

GESTIÓN DE RELACIONES CON LOS CLIENTES: GREENBERG PAUL;

GESTIÓN DE RELACIONES CON LOS CLIENTES: GREENBERG PAUL;

(GESTIÓN DE RELACIONES CON LO

CLIENTES: GREENBERG PAUL;

ADMINISTRACIÓN DE SERVICIOS: LOVEZOCK

(ADMINISTRACIÓN DE SERVICIOS: LOVEZOCK;

OLINS (1995: 3)

MANUEL ALEMÁN, DICIEMBRE 12, 2001, MÁSTER EN  
ADMINISTRACIÓN INTERNACIONAL, ROOSEVELT UNIVERSITY,  
CHICAGO, IL, USA

(MODELO DE SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE: UNIVERSIDAD  
CHILE; PAG. MODELO DE SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE:  
UNIVERSIDAD CHILE;

GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE ANGREW BROW

MANUAL DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE RODRIGO RÍOS  
2012

GESTIÓN DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EDUARDO  
FERNANDEZ

COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE ADMINISTRACIÓN Y  
FINANZA

ADMINISTRACIÓN DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL USUARIO  
CEBALLOS ATIENZA