



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Trabajo de Investigación previo a la obtención del Título de  
Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios**

**TEMA: “EL MARKETING DE SERVICIOS EN LA  
SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DEL GOBIERNO  
AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN  
PATATE”**

**Autora: Ivonne Elizabeth Carrera Suarez**

**Tutor: Ing. David Caisa**

**AMBATO – ECUADOR**

**Noviembre 2014**



## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

El presente trabajo de investigación de tema: “El Marketing de Servicios en la satisfacción de los usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate”, desarrollado por la Sra. Ivonne Elizabeth Carrera Suárez, egresada de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador que el Consejo de Tesis designe.

Ambato, Agosto de 2014

---

Ing. Mg. David Caisa

**TUTOR**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, Ivonne Elizabeth Carrera Suárez declaro que los resultados obtenidos y expuestos en el presente trabajo de Investigación, previo a la obtención del título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales; a excepción de las citas bibliográficas.

Ivonne Elizabeth Carrera Suárez

C.I. 1802469658

**AUTORA**

## **APROBACION DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO**

**Los suscritos Profesores Calificadores, aprueban el presente trabajo de Investigación sobre el tema: “El Marketing de Servicios en la Satisfacción de los Usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate” el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.**

**f.-.....**

**Dr. Klever Moreno G.**

**f.-.....**

**Ing. Dolores Guamán G .**

**Ambato, Noviembre de 2014**

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre que se realice respetando mis derechos de autor.

---

Sra. Ivonne Elizabeth Carrera Suárez

C.I. 1802469658

**AUTORA**

## **Dedicatoria**

El presente trabajo de investigación está dedicado a Dios por ser el dador de todas las cosas, por haberme permitido cumplir uno de mis grandes sueños.

A mis hijas Diana Carolina y Katy Belén quienes son mi orgullo y ejemplo, y que a lo largo de mi vida han sido mi apoyo en todo momento, depositando su comprensión y confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento de mi capacidad, las amo mucho.

A mi familia y personas especiales que nunca me han dejado sola, siempre me han incentivado para culminar esta etapa de mi vida con éxito y me han enseñado que para triunfar en la vida hay que ser siempre perseverante y optimista.

**Ivonne Carrera**

## **AGRADECIMIENTO**

Mis agradecimientos a Dios, quien ha sido el mandante en mi vida, y me ha cubierto de bendiciones en todo momento para poder conseguir mis metas

A mis Hijas, a mi Familia y amigos que me acompañaron desde el inicio de mi sueño y siempre me brindaron su apoyo incondicional.

A la Universidad Técnica de Ambato y Profesores de la Facultad de Ciencias Administrativas por compartir sus valiosos conocimientos.

A mi Tutor de Tesis, por su trabajo y confianza fundamentales para la elaboración de este trabajo.

**Ivonne Elizabeth**

## INDICE GENERAL

<b>CONTENIDO</b>	<b>Pág.</b>
<b>A. PAGINAS PRELIMINARES</b>	
<b>Portada</b>	<b>i</b>
<b>APROBACIÓN DEL TUTOR</b>	<b>ii</b>
<b>DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD</b>	<b>iii</b>
<b>APROBACION DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO</b>	<b>iv</b>
<b>DERECHOS DE AUTOR</b>	<b>v</b>
<b>Dedicatoria</b>	<b>vi</b>
<b>Agradecimiento</b>	<b>vii</b>
<b>Índice General</b>	<b>viii</b>
<b>Índice Gráficos</b>	<b>xiii</b>
<b>Índice Cuadros</b>	<b>xiv</b>
<b>Índice de Tablas</b>	<b>xv</b>
<b>Resumen Ejecutivo</b>	<b>xvi</b>



## **B. DESARROLLO**

<b>Introducción</b>	<b>1</b>
---------------------	----------

### **CAPÍTULO I**

<b>1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>3</b>
<b>1.1. TEMA</b>	<b>3</b>
<b>1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	<b>3</b>
<b>1.2.1. CONTEXTUALIZACIÓN.</b>	<b>3</b>
<b>1.2.2 ANÁLISIS CRÍTICO</b>	<b>6</b>
<b>1.2.3 PROGNOSIS</b>	<b>6</b>
<b>1.2.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b>	<b>8</b>
<b>1.2.5. PREGUNTAS DIRECTRICES</b>	<b>8</b>
<b>1.2.6. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA</b>	<b>8</b>
<b>1.3. JUSTIFICACIÓN</b>	<b>8</b>
<b>1.4 OBJETIVOS</b>	<b>10</b>
<b>1.4.1. OBJETIVO GENERAL</b>	<b>10</b>
<b>1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>11</b>

### **CAPÍTULO II**

<b>2. MARCO TEÓRICO</b>	<b>12</b>
<b>2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS</b>	<b>12</b>
<b>2.2 FUNDAMENTACIÓN</b>	<b>17</b>
<b>2.2.1 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA</b>	<b>17</b>
<b>2.2.2 FUNDAMENTACIÓN ONTOLÓGICA</b>	<b>18</b>
<b>2.2.3 FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA</b>	<b>18</b>
<b>2.2.4 FUNDAMENTACIÓN AXIOLÓGICA</b>	<b>18</b>
<b>2.2.5 FUNDAMENTACIÓN METODOLÓGICA</b>	<b>19</b>
<b>2.2.6 FUNDAMENTACIÓN LEGAL</b>	<b>19</b>
<b>2.3 CATEGORIAS FUNDAMENTALES</b>	<b>41</b>

<b>2.3.1</b>	<b>SUPRAORDINACIÓN DE VARIABLES</b>	<b>41</b>
<b>2.3.2</b>	<b>SUBORDINACIÓN DE VARIABLE INDEPENDIENTE</b>	<b>45</b>
<b>2.3.3</b>	<b>SUBORDINACIÓN VARIABLE DEPENDIENTE</b>	<b>46</b>
<b>2.3.4</b>	<b>DEFINICIÓN DE CATEGORÍAS</b>	<b>47</b>
<b>2.4.</b>	<b>HIPÓTESIS</b>	<b>54</b>
<b>2.5.</b>	<b>SEÑALAMIENTO DE VARIABLES</b>	<b>54</b>

### **CAPÍTULO III**

<b>3.</b>	<b>METODOLOGÍA</b>	<b>55</b>
<b>3.1</b>	<b>ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>55</b>
<b>3.2</b>	<b>MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>55</b>
<b>3.2.1</b>	<b>INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA – DOCUMENTADA</b>	<b>55</b>
<b>3.2.2</b>	<b>INVESTIGACIÓN DE CAMPO</b>	<b>56</b>
<b>3.2.3</b>	<b>INVESTIGACIÓN EXPERIMENTAL</b>	<b>56</b>
<b>3.3</b>	<b>TIPOS DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>56</b>
<b>3.3.1</b>	<b>INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA</b>	<b>56</b>
<b>3.3.2</b>	<b>INVESTIGACIÓN CORRELACIONAL</b>	<b>57</b>
<b>3.4</b>	<b>POBLACIÓN Y MUESTRA</b>	<b>57</b>
<b>3.5</b>	<b>OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES</b>	<b>59</b>
<b>3.5.1.</b>	<b>VARIABLE INDEPENDIENTE: MARKETING DE SERVICIOS</b>	<b>59</b>
<b>3.5.2.</b>	<b>VARIABLE DEPENDIENTE: SATISFACCIÓN DEL USUARIO</b>	<b>60</b>
<b>3.6</b>	<b>RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN</b>	<b>61</b>
<b>3.7</b>	<b>PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.</b>	<b>61</b>
<b>3.8</b>	<b>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS</b>	<b>62</b>
<b>3.9</b>	<b>PROCESAMIENTO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS</b>	<b>62</b>

## **CAPÍTULO IV**

<b>4.</b>	<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS</b>	<b>63</b>
<b>4.1</b>	<b>ANÁLISIS DE DATOS</b>	<b>63</b>
<b>4.2</b>	<b>INTERPRETACIÓN DE DATOS</b>	<b>64</b>
<b>4.3.2</b>	<b>ENCUESTA DIRIGIDA A LOS FUNCIONARIOS Y EMPLEADOS DE GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN PATATE</b>	<b>74</b>
<b>4.3</b>	<b>VERIFICACIÓN DE LA HIPOTESIS</b>	<b>84</b>
<b>4.3.1</b>	<b>HIPÓTESIS</b>	<b>84</b>
<b>4.4</b>	<b>PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS</b>	<b>84</b>

## **CAPÍTULO V**

<b>5.1</b>	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>89</b>
<b>5.1</b>	<b>CONCLUSIONES</b>	<b>89</b>
<b>5.2</b>	<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>90</b>

## **CAPÍTULO VI**

<b>6.</b>	<b>PROPUESTA</b>	<b>92</b>
<b>6.1</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>92</b>
<b>6.1.1</b>	<b>DATOS INFORMATIVOS</b>	<b>92</b>
<b>6.2</b>	<b>ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA</b>	<b>93</b>
<b>6.3</b>	<b>JUSTIFICACIÓN</b>	<b>96</b>
<b>6.4</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>97</b>
<b>6.4.1</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>97</b>
<b>6.4.2</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>97</b>
<b>6.5</b>	<b>DESARROLLO DE LA PROPUESTA</b>	<b>97</b>

<b>6.5.2</b>	<b>SEGUNDA ETAPA</b>	<b>100</b>
<b>6.5.3</b>	<b>TERCERA ETAPA</b>	<b>102</b>
<b>6.5.4</b>	<b>CUARTA ETAPA</b>	<b>111</b>
<b>6.5.5</b>	<b>QUINTA ETAPA</b>	<b>112</b>
<b>6.5.5.1</b>	<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE LA PROPUESTA</b>	<b>113</b>
<b>5.6</b>	<b>PLAN OPERATIVO DE LA PROPUESTA</b>	<b>114</b>
<b>5.7</b>	<b>RESULTADOS ESPERADOS</b>	<b>115</b>
	<b>TABLA DE LAS ACCIONES A EVALUAR Y RESULTADOS A OBTENER</b>	<b>116</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>118</b>
	<b>ANEXOS</b>	<b>123</b>

## **INDICE DE GRÁFICOS**

<b>Nº</b>	<b>CONTENIDO</b>	<b>Pág.</b>
<b>1</b>	<b>Supraordinación de Variables</b>	<b>44</b>
<b>2</b>	<b>Subordinación de Variable Independiente</b>	<b>45</b>
<b>3</b>	<b>Subordinación de Variable Dependiente</b>	<b>46</b>
<b>4</b>	<b>Pregunta1 Genero</b>	<b>64</b>
<b>5</b>	<b>Pregunta 2 Instrucción</b>	<b>65</b>
<b>6</b>	<b>Pregunta 3 Calificación del Servicio</b>	<b>66</b>
<b>7</b>	<b>Pregunta 4 Prestación del Servicio</b>	<b>67</b>
<b>8</b>	<b>Pregunta 5 Cubrimiento de Necesidades</b>	<b>68</b>
<b>9</b>	<b>Pregunta 6 Presentación de la Información</b>	<b>69</b>
<b>10</b>	<b>Pregunta 7 Áreas de Capacitación</b>	<b>70</b>
<b>11</b>	<b>Pregunta 8 Buzones de Sugerencias</b>	<b>71</b>
<b>12</b>	<b>Pregunta 9 Elementos para buena Atención</b>	<b>72</b>
<b>13</b>	<b>Pregunta 10 Rapidez en la Atención</b>	<b>73</b>
<b>14</b>	<b>Pregunta 1 Género</b>	<b>74</b>
<b>15</b>	<b>Pregunta 2 Estado Civil</b>	<b>75</b>
<b>16</b>	<b>Pregunta 3 Nivel Educativo</b>	<b>76</b>
<b>17</b>	<b>Pregunta 4 Capacitación</b>	<b>77</b>
<b>18</b>	<b>Pregunta 5 Tiempo de Capacitación</b>	<b>78</b>
<b>19</b>	<b>Pregunta 6 Cursos de capacitación</b>	<b>79</b>
<b>20</b>	<b>Pregunta 7 Clima Institucional</b>	<b>80</b>
<b>21</b>	<b>Pregunta 8 Comunicación Interna</b>	<b>81</b>
<b>22</b>	<b>Pregunta 9 Técnica de Capacitación</b>	<b>82</b>
<b>23</b>	<b>Pregunta 10 Puesto de Trabajo</b>	<b>83</b>
<b>24</b>	<b>Antecedentes de la Propuesta</b>	<b>93</b>
<b>25</b>	<b>Organigrama Estructural</b>	<b>101</b>
<b>26</b>	<b>Investigador Marketing Estratégico</b>	<b>103</b>

## INDICE DE CUADROS

<b>Nº</b>	<b>CONTENIDO</b>	<b>Pág.</b>
1	Pregunta 1 Género	64
2	Pregunta 2 Instrucción	65
3	Pregunta 3 Calificación del Servicio	66
4	Pregunta 4 Prestación del Servicio	67
5	Pregunta 5 Cubrimiento de Necesidades	68
6	Pregunta 6 Presentación de la Información	69
7	Pregunta 7 Áreas de Capacitación	70
8	Pregunta 8 Buzones de Sugerencias	71
9	Pregunta 9 Elementos de la Buena Atención	72
10	Pregunta 10 Rapidez en la Atención	73
11	Pregunta 1 Género	74
12	Pregunta 2 Estado Civil	75
13	Pregunta 3 Nivel Educativo	76
14	Pregunta 4 Capacitación	77
15	Pregunta 5 Tiempo d Capacitación	78
16	Pregunta 6 Cursos de Capacitación	79
17	Pregunta 7 Clima Institucional	80
18	Pregunta 8 Comunicación Interna	81
19	Pregunta 9 Técnicas de Capacitación	82
20	Pregunta 10 Puestos de Trabajo	83

## **INDICE DE TABLAS**

<b>Nº</b>	<b>CONTENIDO</b>	<b>Pág.</b>
<b>1</b>	<b>Población o Muestra</b>	<b>58</b>
<b>2</b>	<b>Variable Independiente</b>	<b>59</b>
<b>3</b>	<b>Variable Dependiente</b>	<b>60</b>
<b>4</b>	<b>Proceso de recolección</b>	<b>61</b>
<b>5</b>	<b>Técnicas e Instrumentos</b>	<b>62</b>
<b>6</b>	<b>Preguntas Chi Cuadrado</b>	<b>85</b>
<b>7</b>	<b>Valores Observados</b>	<b>86</b>
<b>8</b>	<b>Valores Observados</b>	<b>86</b>
<b>9</b>	<b>Programación Neurolingüística</b>	<b>104</b>
<b>10</b>	<b>Manejo de Conflictos</b>	<b>105</b>
<b>11</b>	<b>Relaciones Públicas Efectivas</b>	<b>107</b>
<b>12</b>	<b>Imagen Institucional</b>	<b>108</b>
<b>13</b>	<b>Servicio al Cliente</b>	<b>109</b>
<b>14</b>	<b>Cronograma de Actividades Propuesta</b>	<b>113</b>
<b>15</b>	<b>Plan Operativo de la Propuesta</b>	<b>114</b>
<b>16</b>	<b>Evaluación y Resultados</b>	<b>116</b>

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El GAD Patate se constituye en cumplimiento con lo dispuesto en la Construcción de la República y el Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización, teniendo como objetivo fundamental buscar el bienestar y la satisfacción de las necesidades más prioritarias de los habitantes del Cantón Patate así como también el desarrollo y progreso de toda la comunidad.

En tal circunstancia el presente trabajo de investigación considera parámetros internos y externos obtenidos directamente del usuario que en este caso son los contribuyentes de la municipalidad así como también de sus funcionarios.

Los resultados obtenidos de la investigación de campo, permite llegar a una conclusión fundamental que es la de corregir procesos relacionados con un proyecto de moja continua dentro del esquema integral de satisfacción de los usuarios.

Acorde a lo antes expuesto, se propone la capacitación constante del Talento Humano que está directamente relacionado con la atención al usuario con la finalidad de planificar, organizar y dirigir las actividades de mejoramiento continuo de los funcionarios y empleados de la municipalidad e institucionalizar el plan anual de capacitación como parte del Marketing de Servicios dentro del mismo

Palabras Claves:

COOTAD

Marketing

Servicios

Usuario

Satisfacción



## INTRODUCCIÓN

En su gran mayoría los Gobiernos Autónomos Descentralizados de nuestro país no se han preocupado en brindar servicios de calidad a los habitantes de sus circunscripciones territoriales, y no visualizan a la capacitación como una herramienta de trabajo para mejorar la imagen institucional, y mejora la prestación de servicios, que por ley están obligados a prestar. No la ven como una inversión sino más bien como un gasto.

El Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate debe invertir más en la capacitación y desarrollo de su talento humano, ya que su desarrollo les permitirá dar un valor agregado en el mercado de bienes y servicios.

El talento humano en área de la atención al usuario es limitado, por lo que debe prestarse mayor atención en mantenerlo capacitado, para que puedan responder a los nuevos retos del milenio, a las necesidades de la ciudadanía. En el presente trabajo se abordan los diferentes elementos de la Gestión del Talento Humano como el factor importante en el logro de objetivos institucionales.

Todo lo anteriormente expuesto tiene su fundamentación en la programación de actividades, eficacia en el trabajo, dirección de acciones, administración de la información, trabajo en equipo, servicio al usuario, uso de la tecnología, mejoramiento del clima organizacional y seguridad social.

Para alcanzar el éxito en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate y lograr una atención de calidad para los usuarios, deben aunar esfuerzos las diferentes instancias como: La Alcaldía y el Concejo Municipal, funcionarios, empleados municipales, obreros, ciudadanía en general. La presente investigación está compuesta de la parte formal e introductoria; el I Capítulo contiene el Problema y su planteamiento, el Capítulo II contiene el Marco teórico, el III Capítulo está compuesto de la metodología investigativa aplicada; el Capítulo IV está destinado al análisis e interpretación de los resultados obtenidos

el mismo que está descrito en cuadros y gráficos; el V Capítulo destinado a Conclusiones y Recomendaciones y por último tenemos el Capítulo VI que es la presentación de la propuesta que se sustenta la presente investigación. Capacitación permanente, evaluación del desempeño y aplicación de correctivos. Todo esto se encuadra en la gran importancia que tiene la gestión del talento humano para el mejoramiento en la atención al usuario en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate.

## **CAPÍTULO I**

### **1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1. TEMA**

“El Marketing de Servicios en la satisfacción de los usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate”

#### **1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El inadecuado uso del Marketing de Servicios afecta la satisfacción de los usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate.

##### **1.2.1. Contextualización.**

###### ***Macro***

El Marketing de Servicios es una herramienta con la que cuentan tanto empresas públicas como privadas, en la actualidad no está muy difundida sobretodo en el sector público, es por esta razón que surgen quejas por la prestación de servicios los cuales no cubren las necesidades de los usuarios

Un servicio incorrecto, lento y de mala calidad afecta negativamente a las organizaciones es por esto que todo lo que tiene referencia a lo público es visto como deficiente, corrupto, burocrático, que ocasiona pérdida de tiempo y dinero sin que llegue a una culminación satisfactoria

Un servicio óptimo es una quimera y se ha convertido en un gran reto cuando la base de clientes son grupos enormes, como pueden ser la población del país provincia, y/o ciudad.

La función del personal gubernamental, es brindar un servicio a las personas que los requieren, la capacitación y la mejora continua de los funcionarios de gobierno con respecto a la atención al cliente, es una necesidad permanente, misma que no tiene la debida atención, por parte de las autoridades respectivas, lo cual ocasiona un gran malestar o incomodidad que es percibida en la gran cantidad de quejas que los usuarios manifiestan en relación a los servicios públicos.

Como entidades públicas y en iguales circunstancias que las organizaciones internacionales, no tienen en cuenta los costos pues no tienen que trabajar para conseguirlos , como las empresas privadas, por consiguiente no se dan cuenta del verdadero valor del desprestigio y antipatía al brindar un mal servicio lo que es muy evidente cuando se le consulta a cualquier ciudadano, y las respuestas nos llevan a entender el descrédito en que han caído las instituciones gubernamentales en general. (DISEÑO DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO EN EL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS)

### ***Meso***

En países en vías de desarrollo como es el caso del Ecuador al Marketing de Servicios no se le ha tomado como una política de estado y tampoco como una herramienta para el desarrollo y mejoramiento continuo. Los servicios que prestan las entidades públicas, son muy cuestionables debido al mal uso de que los servidores públicos hacen de sus funcionarios y puestos de trabajo.

Es común ver en los titulares de la prensa que se ha encontrado malversación de fondos, que hay funcionarios corruptos, sobrepagos en las obras y productos que se compran por parte del estado, lamentablemente esta es una realidad que se ha posesionado de nuestro país. Es necesario tener en cuenta criterios de ética profesional, como así lo demuestran y practican un gran sector de los funcionarios que si cumplen a cabalidad con las responsabilidades asumidas.

Muchos responsables de marketing de servicios poco éticos han sacado ventajas a su destreza en el manejo de las herramientas disponibles para provocar el aumento de la demanda de productos o servicios innecesarios o de poca calidad, su única intención ha sido aprovecharse de la falta de información o de la buena fe de los interesados en ellos.

Otro de los limitantes para el trabajo con entidades gubernamentales como Municipios, Prefecturas, y de más empresas públicas en relación temas de capacitación y mejoramiento continuo, es la dispersión de la información, pues no existe una base de datos, ni información actualizada con la cual contar para elaborar los procesos requeridos, especialmente en lo que se refiere a los niveles de capacitación de los servidores públicos

De lo mencionado anteriormente surge la necesidad de una guía de gestión municipal transparente, el cual provea de las herramientas necesarias para el mejoramiento continuo, pero que a su vez tenga la suficiente flexibilidad para adaptar metodologías, y técnicas de acuerdo a la realidad y necesidades de cada localidad.

En la última época las municipalidades se convirtieron en gobiernos autónomos descentralizados para agilizar sus procesos y obtener de forma más eficiente sus recursos, estas instituciones forman parte de lo que hoy se le conoce como: Asociación de Municipalidades del Ecuador – AME. (2012), que están reguladas por el Código Orgánico de Organización Territorial Autónoma Descentralizada (COOTAD) y que dan lugar a la Ley de Régimen Municipal

## ***Micro***

El Gobierno Autónomo Descentralizado de Patate, es uno de los GADS de mediana estructura por lo cual los recursos asignados por el gobierno nacional son escasos, este ente debe optimizar su ingresos, para cubrir todas las necesidades, estos recursos son limitados y nunca serán suficientes para atender las múltiples necesidades que requiere la ciudadanía.

La autogestión será fundamental para poder cumplir de mejor manera con las competencias asumidas y descritas en el COOTAD, dirigidas al desarrollo y bienestar general, un problema que se evidencia en esta institución es el bajo nivel de capacitación y mejoramiento continuo de la gran mayoría de los servidores municipales, pues este proceso al igual que en otras instituciones públicas no es tomado en cuenta con la seriedad que se lo requiere, pues todavía se tiene la concepción de que el mejoramiento continuo es un gasto y no una inversión, es por esta razón que la gran número de empleados municipales que alcanzan como instrucción el bachillerato, le sigue la instrucción primaria, un número menor la instrucción superior, no hayan tenido la oportunidad de continuar con sus estudios y tampoco de asistir a Eventos de Capacitación.

La administración actual está preocupada por esta situación, pues los empleados poco o nada capacitados no están acordes al progreso acelerado que en todos los campos se han dado, por lo que se ha dificultado el cumplimiento de los planes y programas institucionales así como las metas y objetivos planteados.

### **1.2.2. Análisis crítico**

### **1.2.3. PROGNOSIS**

Al excluir de los planes y programas las herramientas que brinda el Marketing de Servicios, y sin aplicar el mejoramiento continuo ni la capacitación adecuada disminuirá el rendimiento laboral, un claro ejemplo de esto se presenta en el

manejo de quejas y de llamadas entrantes las cuales se convierten en un impase entre el usuario y el servidor municipal, por lo general se usan practicas reactivas antes que proactivas, la empatía con el cliente no se presenta y los acuerdos con los clientes se tornan nulos.

Trabajar en equipo con el resto de los funcionarios de su propio departamento y de otras secciones no es viable, como consecuencia se presta un servicio ineficiente al usuario. No existe la convicción de trabajar por el adelanto del cantón Patate, el mal desempeño en sus puestos de trabajo ha generado inconvenientes en los usuarios que día a día acuden al municipio a realizar trámites y a quienes se les debe dar un trato adecuado y satisfactorio.

Con estos antecedentes podemos visualizar un futuro incierto para los funcionarios municipales; puesto que los usuarios mal atendidos presentan sus quejas en el departamento de talento humano y esto conlleva a los llamados de atención, si estos problemas no se solucionan los funcionarios pueden ser removidos de sus cargos.

Las políticas gubernamentales actuales están enfocadas al mejoramiento continuo del sistema público, sus reglamentos son dirigidos a mejorar la atención a la ciudadanía, es por esta razón que el Ministerio de Relaciones Laborales se encuentra pendiente de todos los reclamos que se presentan a servidores públicos teniendo la potestad de hacer llamados de atención no solo al empleado sino también a la institución.

Fruto de estas inconformidades de los usuarios hacia los servicios públicos se dan las tan llamadas renuncias obligatorias, que no es más que las amonestaciones que se dan a los funcionarios por quejas en el servicio prestado, por disminuir la burocracia estatal, con las duras consecuencias sociales que se derivan cuando una persona pierde su empleo y deja de percibir una remuneración y el efecto directo a toda su familia.

#### **1.2.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo incide el Marketing de Servicios en la satisfacción de los usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate?

#### **1.2.5. PREGUNTAS DIRECTRICES**

¿Cuáles son los niveles de instrucción de los servidores municipales del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate?

¿Qué incidencia tiene el Marketing de Servicios en los servidores municipales del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate?

¿Cómo llevar a cabo el mejoramiento continuo en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate?

#### **1.2.6. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

**Campo:** Marketing

**Área:** Marketing Público y de la Mercadotecnia

**Aspecto:** Servicios

**Temporal:** Año 2014

**Espacial.** Provincia de Tungurahua, Cantón Patate, Avenida: Ambato y Juan Montalvo

**Poblacional:** Servidores Municipales del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate.

#### **1.3. JUSTIFICACIÓN**

La presente investigación es original por qué la información que se genere formará una base de datos que será de gran utilidad para cualquier tipo de institución sea pública o privada, el apoyar al mejoramiento continuo de los empleados municipales por medio capacitaciones continua estará a cargo del departamento de Talento Humano, y tendrá en cuenta que las organizaciones



públicas deben alcanzar sus planes y programas propuestos, y para tal efecto deben definirse estrategias que sean justificables en cuanto al costo beneficio

Es importante modernizar los procesos para la prestación de servicios y atención al usuario por parte de este tipo de entes, ya que muchos de estos son muy obsoletos por lo cual se encuentran por debajo de los estándares de calidad requeridos por los usuarios.

Es estratégico que El Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate, Provincia de Tungurahua deba cumplir con los lineamientos establecidos por el Código Orgánico Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), la constitución, el Plan Nacional para el Buen Vivir

Su Visión institucional es ser un municipio sustentable, limpio, ordenado; que cuente con servicios públicos de calidad, con seguridad pública y eficiencia administrativa; con ciudadanos preparados y capacitados para el trabajo productivo, participantes en las tareas del desarrollo integral, defensores de su identidad y de su patrimonio natural y cultural; comprometidos con el gobierno central

Entre los beneficios que se pueden obtener del presente estudio tenemos:

Promover un modelo que permita visualizar una amplia gama de estrategias de formación de funcionarios públicos municipales y definir cuáles de ellas sería más factible de poner en marcha con fin de satisfacer y resolver impases que se presenten dentro de los municipios

Contribuir con información valiosa para los administradores públicos municipales en lo concernientes a áreas como: Administración del Conocimiento, Administración del Capital Humano, Mejoramiento continuo tanto grupal como individual, mercadotecnia política, social, así como la administración Pública Municipal.

En lo referente a Capacitación, comprende el desarrollo de personal, orientado a la adquisición o actualización de conocimientos, al desarrollo de técnicas, destrezas, cambio de actitudes, procedimientos, tendiente a mejorar los niveles de eficiencia y eficacia de los servidores públicos en el desempeño de sus funciones. Así se establece la creación y desarrollo de programas de capacitación coordinados y planificados.

En cuanto al mejoramiento continuo, es un proceso que no tiene correcta aplicación, pues este aspecto es uno de los que mayor objeción y crítica recibe en las instituciones públicas. Generalmente los empleados públicos son testigos de cómo un buen número de opciones de capacitación y sobre todo para las del exterior son de preferencia para pocas personas, lamentablemente y lo más grave, es el hecho de que se desperdicien los conocimientos adquiridos por su no aplicación y por impedir de que quienes sí los necesitan no los obtengan. Esto como es lógico supone redundancia en deficiencias en las instituciones.

El Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate prestara toda facilidad para realizar el presente estudio tanto en el acceso a la información como en el apoyo por parte de sus funcionarios.

La investigación se realiza para cubrir las necesidades de información del nivel de instrucción y mejoramiento continuo de los servidores municipales del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate

## **1.4. OBJETIVOS**

### **1.4.1. OBJETIVO GENERAL**

- Determinar la incidencia del Marketing de Servicios en la satisfacción de los usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate.

#### **1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Analizar la incidencia del Marketing de Servicios en los servidores municipales por medio de estimaciones de desempeño para el perfeccionamiento del servicio al cliente del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate
- Identificar el nivel de desarrollo profesional del talento humano por medio de un sistema de evaluación continuo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate
- Proponer un Marketing estratégico para el mejoramiento continuo de los servidores del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate

## **CAPITULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

En la revisión bibliográfica de estudio se han encontrado los siguientes antecedentes:

Según ANGULO. S, Sabino Elit Cabezas, UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA, 2012, (“Auditoría de gestión al Departamento de Talento Humano y Servicios del Gobierno),

Los objetivos estratégicos de la institución están clasificados a partir de las siguientes perspectivas y ejes:

Perspectiva Usuarios: formalizar los procesos y procedimientos de atención, para una mejora continua de los servicios que presta a la población reduciendo los costos.

Entregar servicios de calidad con cobertura en la población total deseosa de suplir necesidades insatisfechas.

Perspectiva interna: Eje: Aspectos técnicos. Implementar progresivamente la innovación y renovación de los equipos de prestación de servicios de agua potable y recolección de desechos sólidos minimizando pérdidas técnicas así como el riesgo de cortes no programados para impulsar el desarrollo socioeconómico del cantón.

Eje ambiental: Contribuir a la sostenibilidad del ecosistema cantonal a través de la innovación progresiva del tratamiento de los desechos sólidos hacia una producción ambiental sana.

Perspectiva: crecimiento y aprendizaje; organizar a la institución por procesos que desarrollen progresivamente su eficiencia así como la gestión del talento Humano; capacitación, remuneración, y plan de carrera.

## **Conclusión**

La comunicación en cualquier campo es elemental, más aún tratándose de instituciones que se trazan objetivos y metas, siendo la comunicación un factor importante e interrelacionado con procesos de capacitación, y evaluación de desempeño. Lo que se pudo notar claramente es que dentro de la institución se maneja con hermetismo el tema de comunicación de todas las actividades de la institución, que esta se la transmite únicamente en el momento de que se realizará la actividad; sin considerar que la eficiencia en la comunicación asegura el éxito dentro de cualquier actividad o quehacer.

Según La Universidad Estatal Península De Sta. Elena Carrera de Administración Pública, 2013-2014(ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL PARA LA UNIDAD ADMINISTRATIVA DEL TALENTO HUMANO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN LA LIBERTAD,) dice en sus objetivos:

## **OBJETIVOS**

- Diseñar una estructura organizacional mediante un diagnostico situacional que conduzca a la eficiente gestión administrativa de la unidad de talento

humano del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón La Libertad.

- Fundamentar la estructura organizacional con teorías y concepciones de diferentes autores que viabilicen el desarrollo del tema de investigación.
- Describir la metodología aplicada en función de técnicas de recopilación de datos relevantes y veraces que orienten a un diagnóstico situacional de la unidad administrativa del talento humano del GAD Municipal del Cantón La Libertad.
- Precisar la situación actual de la unidad administrativa de talento humano mediante el análisis e interpretación de resultados que guíe el diseño del objeto de estudio.
- Diseñar una estructura orgánica con enfoques estratégicos y funcionales que direccionen el eficiente desempeño del talento humano del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón La Libertad, periodo 2013-2014.

## **CONCLUSIONES**

La estructura organizacional de la unidad administrativa del talento humano simboliza una herramienta básica y necesaria que ayudará a mejorar la administración del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón La Libertad, debido a su exaltación para alcanzar una mejora continua de su desempeño, en un ambiente laboral adecuado para la consecución de los objetivos institucionales.

La estructura organizacional para la unidad administrativa del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena contempla diversos factores de un proceso administrativo estratégico, como son: visión, misión, metas, su estructura orgánica, funciones y demás asignaciones que en ello se plantea con el único objetivo de conseguir las metas para el bienestar individual y colectivo dentro de la entidad pública.

El componente primordial para que se construya la estructura organizacional es el perfil del puesto, lo que permitirá a la unidad administrativa del talento humano

del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón La Libertad, encontrar las competencias de sus colaboradores públicos, esto les ayudará a conocer, identificar, predecir y priorizar las necesidades de contrataciones que asumirán en el futuro la institución municipal.

Por lo consiguiente el presente trabajo de titulación orienta el perfil requerido del aspirante a ocupar un cargo dentro de la unidad de talento humano; directrices que facilitarán la adecuada selección, formación y capacitación de las personas que integren la entidad pública, guiarán su desarrollo profesional y contribuirán al crecimiento del GAD Municipal del Cantón La Libertad.

Según Universidad Tecnológica Equinoccial, 2010,(DISEÑO DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO EN EL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS) dice en sus objetivos:

## **OBJETIVOS**

- Diseñar un Sistema de Gestión del Talento Humano en la Dirección Regional Norte del Servicio de Rentas Internas.
- Definir el concepto de Talento Humano y determinar la importancia del mismo dentro del manejo eficiente de las organizaciones.
- Estudiar la Planificación de Recursos Humanos de la organización, para el momento en que se requiera emplear personal.
- Verificar el proceso de Reclutamiento o conjunto de técnicas y procedimientos orientados a atraer candidatos a ocupar puestos dentro de la organización.
- Determinar el alcance, en cuanto a la propuesta de implementación de un sistema de gestión de talento humano de la institución.
- Brindar oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional al personal de la Dirección Regional Norte del Servicio de Rentas Internas.
- Mejorar la calidad en los servicios que presta la organización, brindando seguridad y estabilidad a los empleados.

## **CONCLUSIONES**

Se ha concluido que en la organización se requiere diseñar un sistema de gestión de talento humano sustentado en las competencias laborales.

Se logró determinar que de acuerdo a la planificación estratégica la gestión del talento humano se puede desarrollar con visión y estructura sistémica.

La implementación del manual de cargos en la institución, es indispensable para el desarrollo del sistema de gestión del talento humano

El modelo de gestión del talento humano debe realizar estudios técnicos para:

- Analizar comportamientos y resultados previos.
- Relacionar resultados con descripciones de puestos-valoración.
- Remuneración y resultados de evaluación del desempeño.

Según la Universidad Estatal de Bolívar, 2010,(GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO EN EL GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN CALUMA, PROVINCIA BOLÍVAR -AÑO 2010.)Dice en sus objetivos:

## **OBJETIVOS**

- Implementar un nuevo modelo de Gestión del Talento Humano para lograr eficiencia y eficacia en la atención al usuario en el Gobierno Municipal del Cantón Caluma.
- Fundamentar científicamente la Gestión del Talento Humano.
- Realizar el inventario del Talento Humano existente en el Gobierno Municipal del Cantón Caluma y su distribución actual.
- Diseñar un modelo de Gestión del Talento Humano en el Gobierno Municipal del Cantón Caluma, como estrategia de atención al usuario.

**CONCLUSIONES:** Como conclusión hemos notado que existe.

- ✓ Insatisfacción laboral. De funcionarios, empleados y trabajadores.



- ✓ Incumplimiento del horario de trabajo.
- ✓ Impuntualidad.
- ✓ No se trabaja en equipo.
- ✓ No hay liderazgo municipal del Alcalde.
- ✓ El trato al usuario es malo.
- ✓ El servicio no es ágil.
- ✓ La atención al usuario es mala.
- ✓ El plan estratégico institucional es obsoleto.
- ✓ Los orgánicos: funcional y estructural, como el manual de funciones están caducos y no se aplican.
- ✓ No hay manejo adecuado del talento humano.
- ✓ La eficacia y eficiencia no existe.

## **COMENTARIO**

En todos los criterios emitidos anteriormente observamos que existe una gran deficiencia en lo referente a la calidad del servicio prestado a los usuarios lo cual se deriva de servidores municipales mal capacitados, a políticas municipales ineficientes, planes estratégicos obsoletos los cuales retrasan el adelanto de estas entidades y por ende no se cumplen los objetivos institucionales

## **2.2. FUNDAMENTACIÓN**

### **2.2.1. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA**

Para la ejecución de la presente investigación se utilizará el paradigma critico – propositivo, ya que se considera a la administración una ciencia técnica – humanista en la cual podemos mencionar lo siguiente

Este paradigma surge como una alternativa de investigación social debido a que nos da a conocer la interpretación comprensión y explicación de todo lo referente a los fenómenos sociales, es crítico por que cuestiona los esquemas ya establecidos para realizar investigaciones de lógica instrumental, y es propositivo pues plantea alternativas de solución construidas en un clima de asociación y pro actividad (Metodología de la Investigación )

### **2.2.2. FUNDAMENTACIÓN ONTOLÓGICA**

Según (<http://definicion.de/ontologia/#ixzz2qPRKTPjE>) La ontología es la rama de la metafísica que analiza las diferentes entidades fundamentales que forman o componen el Universo, algunos ejemplos son la eterna búsqueda de la verdad acerca de la existencia de Dios, de las ideas (entidad de tipo mental) y de los números (entidad abstracta).

### **2.2.3. FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA**

La epistemología es una disciplina que estudia cómo se realiza y se valida el conocimiento de las ciencias. Su función es analizar los criterios que se emplean para justificar los datos científicos, considerando los factores sociales, psicológicos y hasta históricos que entran en juego.(Epistemología)

### **2.2.4. FUNDAMENTACIÓN AXIOLÓGICA**

La Axiología también es llamada Teoría de los Valores, cuyo principal objetivo es estudiar los valores ocupándose de donde nacen y su grado de importancia, trata de los juicios de valor, positivos y los negativos o desvalores, siendo junto a la Deontología (teoría del deber) fundamentación de la Ética. Como objeto de estudio de la Axiología, los valores representan cualidades de los objetos, que el sujeto les atribuye por su propia convicción o por imposición o gestación social.

### **2.2.5. FUNDAMENTACIÓN METODOLÓGICA**

Es el plan de investigación que permite cumplir ciertos objetivos en el marco de una ciencia, podemos decir que la metodología también puede ser aplicada en el ámbito artístico, cuando se lleva a cabo una observación rigurosa, por lo tanto, puede entenderse a la metodología como el conjunto de procedimientos que determinan una investigación de tipo científico o marcan el rumbo de una exposición científica.

## **2.2.6. FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

La ejecución del presente proyecto de investigación se sustenta legalmente en:

Las actividades del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Patate se encuentra regulada por las siguientes disposiciones legales:

- Constitución de la República del Ecuador
- Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado
- Ley Orgánica del Servicio Público
- Ley de Desarrollo Seccional
- Ley Orgánica del Sistema de Contratación Pública
- Código de Trabajo
- Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas
- Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización
- Reglamento General de Bienes del Sector Público
- Reglamento Sustitutivo para el Manejo y Administración de Bienes del Sector Público
- Reglamento de Responsabilidades
- Reglamento de Caucciones
- Reglamentación Interna y Ordenanzas y más disposiciones legales y normativas que rigen el sector público.

### **CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.**

#### **Capítulo Noveno.**

Responsabilidades.

Art. 83.- Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:

1. Acatar y cumplir la Constitución, la ley y las decisiones legítimas de autoridad competente.

8. Administrar honradamente y con apego irrestricto a la ley el patrimonio público, y denunciar y combatir los actos de corrupción.

11. Asumir las funciones públicas como un servicio a la colectividad y rendir cuentas a la sociedad y a la autoridad, de acuerdo con la ley.

### **Capítulo Séptimo.**

Administración pública.

Sección primera.

Sector público.

Art. 225.- El sector público comprende:

1. Los organismos y dependencias de las funciones Ejecutiva, Legislativa, Judicial, Electoral y de Transparencia y Control Social.
2. Las entidades que integran el régimen autónomo descentralizado.
3. Los organismos y entidades creados por la Constitución o la ley para el ejercicio de la potestad estatal, para la prestación de servicios públicos o para desarrollar actividades económicas asumidas por el Estado.
4. Las personas jurídicas creadas por acto normativo de los gobiernos autónomos descentralizados para la prestación de servicios públicos.

Sección segunda.

Administración pública.

Art. 227.- La administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación.

Artículo 55.- Competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal.- Los gobiernos autónomos descentralizados municipales tendrán las siguientes competencias exclusivas sin perjuicio de otras que determine la ley:

- a) Planificar, junto con otras instituciones del sector público y actores de la sociedad, el desarrollo cantonal y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial, con el fin de regular el uso y la ocupación del suelo urbano y rural, en el marco de la interculturalidad y plurinacionalidad y el respeto a la diversidad;
- b) Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo en el cantón;
- c) Planificar, construir y mantener la vialidad urbana;
- d) Prestar los servicios públicos de agua potable, alcantarillado, depuración de aguas residuales, manejo de desechos sólidos, actividades de saneamiento ambiental y aquellos que establezca la ley;
- e) Crear, modificar, exonerar o suprimir mediante ordenanzas, tasas, tarifas y contribuciones especiales de mejoras;
- f) Planificar, regular y controlar el tránsito y el transporte terrestre dentro de su circunscripción cantonal;
- g) Planificar, construir y mantener la infraestructura física y los equipamientos de salud y educación, así como los espacios públicos destinados al desarrollo social, cultural y deportivo, de acuerdo con la ley;
- h) Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines;
- i) Elaborar y administrar los catastros inmobiliarios urbanos y rurales;

- j) Delimitar, regular, autorizar y controlar el uso de las playas de mar, riberas y lechos de ríos, lagos y lagunas, sin perjuicio de las limitaciones que establezca la ley;
- k) Preservar y garantizar el acceso efectivo de las personas al uso de las playas de mar, riberas de ríos, lagos y lagunas;
- l) Regular, autorizar y controlar la explotación de materiales áridos y pétreos, que se encuentren en los lechos de los ríos, lagos, playas de mar y canteras;
- m) Gestionar los servicios de prevención, protección, socorro y extinción de incendios
- n) Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias.

## Capítulo VI

### Del Fortalecimiento Institucional de los Gobiernos Autónomos Descentralizados

Artículo 151.- Fortalecimiento institucional.- Con el objetivo de generar condiciones necesarias para que los gobiernos autónomos descentralizados ejerzan sus competencias con eficiencia, eficacia, participación, articulación intergubernamental y transparencia; se desarrollará de manera paralela y permanente un proceso de fortalecimiento institucional, a través de planes de fortalecimiento, asistencia técnica, capacitación y formación, en áreas como planificación, finanzas públicas, gestión de servicios públicos, tecnología, entre otras.

Artículo 152.- Responsables del fortalecimiento institucional.- El diseño del proceso de fortalecimiento institucional corresponderá al Consejo Nacional de Competencias, en coordinación con las entidades asociativas de los gobiernos autónomos descentralizados correspondientes. Para su ejecución podrá establecer convenios con el organismo público encargado de la formación de los servidores

públicos, las asociaciones de gobiernos autónomos descentralizados, universidades, institutos de capacitación de los gobiernos autónomos descentralizados, organizaciones no gubernamentales, los cuales conformarán la red de formación y capacitación.

Para el efecto el Consejo Nacional de Competencias deberá:

- a) Definir y articular las políticas, estrategias, planes y programas encaminados a la capacitación, formación, apoyo y profesionalización del conjunto de talentos humanos de los gobiernos autónomos descentralizados;
- b) Establecer mecanismos de investigación y monitoreo de la gestión de competencias y servicios para la toma oportuna de decisiones en el ámbito de la capacitación, formación y apoyo a los gobiernos autónomos descentralizados; y,
- c) Articular las demandas locales con los servicios de capacitación ofrecidos por la escuela de gobierno de la administración pública, las asociaciones de los gobiernos autónomos descentralizados y la red de formación y capacitación de los servidores públicos.

Artículo 153.- Presupuesto para el fortalecimiento institucional.- Los recursos para el fortalecimiento institucional de los gobiernos autónomos descentralizados provendrán del presupuesto general del Estado asignados al Consejo Nacional de Competencias; y, del presupuesto de los gobiernos autónomos descentralizados, quienes obligatoriamente destinarán los recursos suficientes para este efecto.

## **LEY ORGÁNICA DEL SERVICIO PÚBLICO.**

### **Título II**

De las Servidoras o Servidores Públicos.

#### Capítulo I

Del ingreso al servicio público.

Art. 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:
  - Autorización para levantar el sigilo de sus cuentas bancarias;
  - Declaración de no adeudar más de dos pensiones alimenticias;
  - Declaración de no encontrarse incurso en nepotismo, inhabilidades o prohibiciones previstas en la Constitución de la República y el ordenamiento jurídico vigente.



h) Haber sido declarado triunfador en el concurso de méritos y oposición, salvo en los casos de las servidoras y servidores públicos de elección popular o de libre nombramiento y remoción; e.

i) Los demás requisitos señalados en la Constitución de la República y la Ley.

Exceptúense los casos específicos y particulares que determina la Ley.

### Título III

Del Régimen Interno de Administración del Talento Humano.

#### Capítulo I

De los Deberes, Derechos y Prohibiciones.

Art. 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 lo superiores jerárquicos. El servidor público podrá negarse, por escrito, a acatarlas 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 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.

Art. 23.- Derechos de las servidoras y los servidores públicos.- Son derechos irrenunciables de las servidoras y servidores públicos:

- a) Gozar de estabilidad en su puesto.
- b) Percibir una remuneración justa, que será proporcional a su función, eficiencia, profesionalización y responsabilidad. Los derechos y las acciones que por este concepto correspondan a la servidora o servidor, son irrenunciables.
- c) Gozar de prestaciones legales y de jubilación de conformidad con la Ley.
- d) Ser restituidos a sus puestos luego de cumplir el servicio cívico militar; este derecho podrá ejecutarse hasta 30 días después de haber sido licenciado.

Art. 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 la 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.

Art. 43.- Sanciones disciplinarias.- Las sanciones disciplinarias por orden de gravedad son las siguientes:

- a) Amonestación verbal.
- b) Amonestación escrita.
- c) Sanción pecuniaria administrativa.
- d) Suspensión temporal sin goce de remuneración; y.
- e) Destitución.

La amonestación escrita se impondrá cuando la servidora o servidor haya recibido, durante un mismo mes calendario, dos o más amonestaciones verbales.

La sanción pecuniaria administrativa o multa no excederá el monto del diez por ciento de la remuneración, y se impondrá por reincidencia en faltas leves en el cumplimiento de sus deberes.

En caso de reincidencia, la servidora o servidor será destituido con sujeción a la ley.

Las sanciones se impondrán de acuerdo a la gravedad de las faltas.

Art. 44.- Del sumario administrativo.- Es el proceso administrativo, oral y motivado por el cual la administración pública determinará o no el cometimiento, de las faltas administrativas establecidas en la presente Ley, por parte de una servidora o servidor público.

Su procedimiento se normará en el Reglamento General de esta Ley.

El sumario administrativo se ejecutará en aplicación de las garantías al debido proceso, respeto al derecho a la defensa y aplicación del principio de que en caso de duda prevalecerá lo más favorable a la servidora o servidor.

De determinarse responsabilidades administrativas, se impondrán las sanciones señaladas en la presente Ley.

De establecerse responsabilidades civiles o penales, la autoridad nominadora correrá traslado a los órganos de justicia competentes.

Art. 45.- Renuncia en sumario administrativo.- De haberse iniciado un proceso de sumario administrativo en contra de una servidora o servidor, que durante el proceso presentare su renuncia, no se suspenderá y continuará aún en ausencia de la servidora o servidor.

Art. 46.- Acción contencioso administrativa.- La servidora o servidor suspendido o destituido, podrá demandar o recurrir ante la Sala de lo Contencioso Administrativo o ante los jueces o tribunales competentes del lugar donde se origina el acto impugnado o donde este haya producido sus efectos, demandando el reconocimiento de sus derechos.

Si el fallo de la Sala o juez competente fuere favorable, declarándose nulo o ilegal el acto y que el servidor o servidora destituido sea restituido a su puesto de trabajo, se procederá de tal manera y de forma inmediata una vez ejecutoriada la respectiva providencia. Si además en la sentencia o auto se dispusiere que el servidor o servidora tiene derecho al pago de remuneraciones, en el respectivo auto o sentencia se establecerá los valores que dejó de recibir con los correspondientes intereses, valores a los cuales deberá imputarse y descontarse los valores percibidos durante el tiempo que hubiere prestado servicios en otra institución de la administración pública durante dicho periodo.

El pago se efectuará dentro de un término no mayor de sesenta días contado a partir de la fecha en que se ejecutorió el correspondiente auto de pago.

En caso de fallo favorable para la servidora o servidor suspendido y declarado nulo o ilegal el acto, se le restituirán los valores no pagados. Si la sentencia determina que la suspensión o destitución fue ilegal o nula, la autoridad, funcionario o servidor causante será pecuniariamente responsable de los valores a derogar y, en consecuencia, el Estado ejercerá en su contra el derecho de repetición de los valores pagados, siempre que judicialmente se haya declarado que la servidora o el servidor haya causado el perjuicio por dolo o culpa grave.

La sentencia se notificará a la Contraloría General de Estado para efectos de control. En caso de que la autoridad nominadora se negare a la restitución será sancionada con la destitución del cargo.

#### Título IV.

De la Administración del Talento Humano de las y los Servidores Públicos

#### Capítulo Único.

De los Organismos de la Administración del Talento Humano y Remuneración.

Art. 50.- Organismos de aplicación.- La aplicación de la presente Ley, en lo relativo a la administración del talento humano y remuneraciones, estará a cargo de los siguientes organismos:

a) Ministerio de Relaciones Laborales; y

b) Unidades de administración del talento humano de cada entidad, institución, organismo o persona jurídica de las establecidas en el artículo 3 de la presente Ley.

#### Parágrafo I.

Ministerio de Relaciones Laborales.

Art. 51.- Competencia del Ministerio de Relaciones Laborales en el ámbito de esta Ley.- El Ministerio de Relaciones Laborales, tendrá las siguientes competencias:

a) Ejercer la rectoría en materia de remuneraciones del sector público, y expedirlas normas técnicas correspondientes en materia de recursos humanos, confórmelo determinado en esta ley.

b) Proponer las políticas de Estado y de Gobierno, relacionadas con la administración de recursos humanos del sector público.

c) Efectuar el control en la administración central e institucional de la Función Ejecutiva mediante: inspecciones, verificaciones, supervisiones o evaluación digestión administrativa, orientados a vigilar el estricto cumplimiento de las

normas contenidas en esta ley, su reglamento general, las resoluciones del Ministerio de Relaciones Laborales y demás disposiciones conexas.

De sus resultados emitirá informes a los órganos de control pertinentes, para la determinación de las responsabilidades a que hubiere lugar de ser el caso.

d) Realizar estudios técnicos relacionados a las remuneraciones e ingresos complementarios del sector público. Al efecto establecerlos consejos consultivos que fueren necesarios con las diversas instituciones del sector público para la fijación de las escalas remunerativas.

e) Elaborar y mantener actualizado el Sistema Nacional de Información y el registro de todas las servidoras, servidores, obreras y obreros del sector público, y del catastro de las Instituciones, entidades, empresas y organismos del Estado y de las entidades de derecho privado en las que haya participación mayoritaria de recursos públicos, determinadas en el Artículo 3 de esta Ley.

f) Determinar la aplicación de las políticas y normas remunerativas de la administración pública regulada por esta ley y evaluar y controlar la administración central e institucional.

g) Establecer políticas nacionales y normas técnicas de capacitación, así como coordinar la ejecución de programas de formación y capacitación.

h) Requerir de las unidades de administración del talento humano de la administración central e institucional, información relacionada con el talento humano, remuneraciones e ingresos complementarios, que deberán ser remitidos en el plazo de quince días.

i) Emitir criterios sobre la aplicación de los preceptos legales en materia de remuneraciones, ingresos complementarios y talento humano del sector público, y absolver las consultas que formulen las instituciones señaladas en el Artículo 3 de esta ley.

j) Establecer métodos alternativos de intervención inmediata en las instituciones de la Función Ejecutiva, a fin de prevenir a las servidoras y servidores públicos, las consecuencias que se pueden derivar por el incumplimiento de las obligaciones de sus puestos y los deberes establecidos por la Constitución y la ley;

k) Las demás que le asigne la Ley. En las instituciones, entidades y organismos del sector público, sujetas al ámbito de esta ley, el porcentaje de incremento de las remuneraciones y cualquier otro beneficio que cause un egreso económico de un ejercicio a otro, como máximo, será el que determine el Ministerio de Relaciones

Laborales, previo informe favorable del Ministerio de Finanzas respecto de la disponibilidad económica cuando fuere del caso.

Corresponde a la Secretaría Nacional de la Administración Pública establecer las políticas, metodología de gestión institucional y herramientas necesarias para el mejoramiento de la eficiencia en la administración pública Central, institucional y dependiente y coordinar las acciones necesarias con el Ministerio de Relaciones Laborales.

Corresponde a las unidades de administración del talento humano de los gobiernos autónomos descentralizados, sus entidades y regímenes especiales, la administración del sistema integrado de desarrollo del talento humano en sus instituciones, observándolas normas técnicas expedidas por el Ministerio de Relaciones Laborales como órgano rector de la materia.

Dependerán administrativas, orgánicas, funcional y económicamente de sus respectivas instituciones.

Parágrafo II.

De las Unidades de Administración del Talento Humano.

Art. 52.- De las atribuciones y responsabilidades de las Unidades de Administración del Talento Humano.- Las Unidades de administración del talento humano, ejercerán las siguientes atribuciones y responsabilidades:



- a) Cumplir y hacer cumplir la presente ley, su reglamento general y las resoluciones del Ministerio de Relaciones Laborales, en el ámbito de su competencia.
- b) Elaborar los proyectos de estatuto, normativa interna, manual y los indicadores de gestión del talento humano.
- c) Elaborar el reglamento interno de administración del talento humano, con sujeción a las normas técnicas del Ministerio de Relaciones Laborales.
- d) Elaborar y aplicar los manuales de descripción, valoración y clasificación de puestos institucionales, con enfoque en la gestión de competencias laborales.
- e) Administrar el Sistema Integrado de Desarrollo Institucional, Talento Humano y Remuneraciones.
- f) Realizar bajo su responsabilidad los procesos de movimientos de personal y aplicar el régimen disciplinario, con sujeción a esta ley, su reglamento general, normas conexas y resoluciones emitidas por el Ministerio de Relaciones Laborales.
- g) Mantener actualizado y aplicar obligatoriamente el Sistema Informático Integrado del talento humano y remuneraciones elaborado por el Ministerio de Relaciones Laborales.
- h) Estructurar la planificación anual del talento humano institucional, sobre la base de las normas técnicas emitidas por el Ministerio de Relaciones Laborales en el ámbito de su competencia.
- i) Aplicar las normas técnicas emitidas por el Ministerio de Relaciones Laborales, sobre selección de personal, capacitación y desarrollo profesional con sustento en el Estatuto, Manual de Procesos de Descripción, Valoración y Clasificación de Puestos Genérico e Institucional.

j) Realizar la evaluación del desempeño una vez al año, considerando la naturaleza institucional y el servicio que prestan las servidoras y servidores a los usuarios externos e internos.

k) Asesorar y prevenir sobre la correcta aplicación de esta Ley, su Reglamento General y las normas emitidas por el Ministerio de Relaciones Laborales a las servidoras y servidores públicos de la institución.

l) Cumplir las funciones que esta ley dispone y aquellas que le fueren delegadas por el Ministerio de Relaciones Laborales.

m) Poner en conocimiento del Ministerio de Relaciones Laborales, los casos de incumplimiento de esta Ley, su reglamento y normas conexas, por parte de las autoridades, servidoras y servidores de la institución.

En el caso de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, sus entidades y regímenes descentralizados, las respectivas Unidades de administración del talento humano, reportarán el incumplimiento a la Contraloría General del Estado.

n) Participar en equipos de trabajo para la preparación de planes, programas y proyectos institucionales como responsable del desarrollo institucional, talento humano y remuneraciones.

ñ) Aplicar el subsistema de selección de personal para los concursos de méritos y oposición, de conformidad con la norma que expida el Ministerio de Relaciones Laborales.

o) Receptar las quejas y denuncias realizadas por la ciudadanía en contra deservidores públicos, elevar un informe a la autoridad nominadora y realizar el seguimiento oportuno.

p) Coordinar anualmente la capacitación de las y los servidores con la Red de Formación y Capacitación Continuas del Servicio Público; y.

q) Las demás establecidas en la ley, su reglamento y el ordenamiento jurídico vigente.

## Título V.

De la Administración Técnica del Talento Humano.

### Capítulo I.

Sistema integrado de Desarrollo del Talento Humano del Sector Público.

Art. 53.- Del Sistema Integrado de Desarrollo del Talento Humano.- Es el conjunto de políticas, normas, métodos y procedimientos orientados a validar e impulsar las habilidades, conocimientos, garantías y derechos de las y los servidores públicos con el fin de desarrollar su potencial y promover la eficiencia, eficacia, oportunidad, interculturalidad, igualdad y la no discriminación en el servicio público para cumplir con los preceptos de esta Ley.

Art. 54.- De su estructuración.- El sistema integrado de desarrollo del talento humano del servicio público está conformado por los subsistemas de planificación del talento humano; clasificación de puestos; reclutamiento y selección de personal; formación, capacitación, desarrollo profesional y evaluación del desempeño.

### Capítulo II.

Del Subsistema de Planificación del Talento Humano.

Art. 55.- Del subsistema de planificación del talento humano.- Es el conjunto de normas, técnicas y procedimientos orientados a determinar la situación histórica, actual y futura del talento humano, a fin de garantizar la cantidad y calidad de este recurso, en función de la estructura administrativa correspondiente.

Art. 56.- De la planificación institucional del talento humano.- Las Unidades de Administración del Talento Humano estructurarán, elaborarán y presentarán la planificación del talento humano, en función de los planes, programas, proyectos y procesos a ser ejecutados.

Las Unidades de administración del talento humano de las entidades del sector público, enviarán al Ministerio de Relaciones Laborales, la planificación institucional del talento humano para el año siguiente para su aprobación, la cual se presentará treinta días posteriores a la expedición de las Directrices Presupuestarias para la Proforma Presupuestaria del año correspondiente. Esta norma no se aplicará a los miembros activos de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional, Universidades y Escuelas Politécnicas Públicas y a las entidades sujeta al ámbito de la Ley Orgánica de Empresas Públicas.

Los Gobiernos Autónomos Descentralizados, sus entidades y regímenes especiales, obligatoriamente tendrán su propia planificación anual del talento humano, la que será sometida a su respectivo órgano legislativo.

## Capítulo VI

### Del subsistema de evaluación del desempeño

Art. 76.- Subsistema de evaluación del desempeño.- Es el conjunto de normas, técnicas, métodos, protocolos y procedimientos armonizados, justos, transparentes, imparciales y libres de arbitrariedad que sistemáticamente se orienta a evaluar bajo parámetros objetivos acordes con las funciones, responsabilidades y perfiles del puesto.

La evaluación se fundamentará en indicadores cuantitativos y cualitativos de gestión, encaminados a impulsar la consecución de los fines y propósitos institucionales, el desarrollo de los servidores públicos y el mejoramiento continuo de la calidad del servicio público prestado por todas las entidades, instituciones, organismos o personas jurídicas señaladas en el artículo 3 de esta Ley.

Art. 77.- De la planificación de la evaluación.- El Ministerio de Relaciones Laborales y las Unidades Institucionales de administración del talento humano, planificarán y administrarán un sistema periódico de evaluación del desempeño,

con el objetivo de estimular el rendimiento de las servidoras y los servidores públicos, de conformidad con el reglamento que se expedirá para tal propósito.

Planificación y administración que deberá ser desconcentrada y descentralizada, acorde a los preceptos constitucionales correspondientes.

Las evaluaciones a las y los servidores públicos se realizarán una vez al año, a excepción de las y los servidores que hubieren obtenido la calificación de regular quienes serán evaluados nuevamente conforme lo indicado en el Artículo 80 de esta ley.

Art. 78.- Escala de calificaciones.- El resultado de la evaluación del desempeño se sujetará a la siguiente escala de calificaciones:

- a) Excelente;
- b) Muy Bueno;
- c) Satisfactorio;
- d) Regular; y,
- e) Insuficiente.

En el proceso de evaluación la servidora o servidor público deberá conocer los objetivos de la evaluación, los mismos que serán relacionados con el puesto que desempeña.

Los instrumentos diseñados para la evaluación del desempeño, deberán ser suscritos por el jefe inmediato o el funcionario evaluador, pudiendo este último realizar sus observaciones por escrito.

Los resultados de la evaluación serán notificados a la servidora o servidor evaluado, en un plazo de ocho días, quien podrá solicitar por escrito y fundamentada mente, la reconsideración y/o la recalificación; decisión que corresponderá a la autoridad nominadora, quien deberá notificar por escrito a la o el servidor evaluado en un plazo máximo de ocho días con la resolución correspondiente.

Art. 79.- De los objetivos de la evaluación del desempeño.- La evaluación del desempeño de las y los servidores públicos debe propender a respetar y consagrarlo señalado en los artículos 1y 2 de esta Ley. La evaluación del desempeño servirá de base para:

a) Ascenso y cesación; y,

b) Concesión de otros estímulos que contemplen esta Ley o los reglamentos, tales como: menciones honoríficas, licencias para estudio, becas y cursos de formación, capacitación e instrucción.

Art. 80.- Efectos de la evaluación.- La servidora o servidor que obtuviere la calificación de insuficiente, será destituido del puesto, previo el respectivo sumario administrativo que se efectuará de manera inmediata.

La servidora o servidor público que obtuviere la calificación de regular, será nuevamente evaluado en el plazo de tres meses y si nuevamente mereciere la calificación de regular, dará lugar a que sea destituido de su puesto, previo el respectivo sumario administrativo que se efectuará de manera inmediata.

Posteriores evaluaciones deberán observar el mismo procedimiento.

La evaluación la efectuará el jefe inmediato y será revisada y aprobada por el inmediato superior institucional o la autoridad nominadora.

La servidora o servidor calificado como excelente, muy bueno o satisfactorio, será considerado para los ascensos, promociones o reconocimientos, priorizando al mejor calificado en la evaluación del desempeño.

Estas calificaciones constituirán antecedente para la concesión de estímulos que establece la ley y sugerir recomendaciones relacionadas con el mejoramiento y desarrollo de los recursos humanos.

Según la, (LEY ORGANICA DE SERVICIO PUBLICO, LOSEP, 06-oct-2010)

## CAPITULO 5

### DE LA FORMACION Y LA CAPACITACION

Art. 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.

Art. 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.

Concordancias:

### **CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR, 2008, Arts. 234**

Art. 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.

Art. 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.

Art. 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.

Art. 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 delo 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.

Concordancias:



## CODIGO DE PROCEDIMIENTO CIVIL, Arts. 941

Art. 75.- Del pago de honorarios a instructores.- Las servidoras y los servidores públicos que por sus conocimientos y experiencia, sean requeridos para colaborar fuera del horario de la jornada de trabajo, en calidad de organizadores, profesores, facilitadores o instructores en eventos de capacitación, tendrán derecho a percibir honorarios por su trabajo. Para el efecto, el Ministerio de Relaciones Laborales emitirá la escala de honorarios respectiva.

## REGLAMENTOS DE LA ASOCIACIÓN DE MUNICIPALIDADES DEL ECUADOR (AME)

El Municipio puede ayudar en forma complementaria en el desarrollo y mejoramiento de la cultura educación capacitación de Talento Humano si el presupuesto lo permite.

Según (<http://www.ame.gob.ec/ame/>), nos da a conocer algunos de sus reglamentos de constitución y jurisdicción

La Constitución Política de la República del Ecuador, faculta a los Municipios asociarse transitoriamente o permanentemente, para alcanzar sus objetivos comunes.

Sobre la base de esta consideración, contemplada en el Art. 229, se crea la Asociación de Municipalidades Ecuatorianas AME, como una institución pública permanente de representación, asistencia y coordinación de las municipalidades del Ecuador. Tiene personalidad jurídica de derecho público y patrimonio propio. Su domicilio y sede está en la Capital de la República.

### Objetivos:

- Velar por la preservación de la autonomía municipal;
- Promover el progreso de los Municipios, para lo cual prestará asistencia técnica, promoverá y realizará eventos a través de los cuales impartirá capacitación a los funcionarios de elección popular y de nominación; y, a los empleados municipales; Representar ante cualquier autoridad u

organismo público y ante las instituciones privadas nacionales y extranjeras, los intereses comunes de las municipalidades

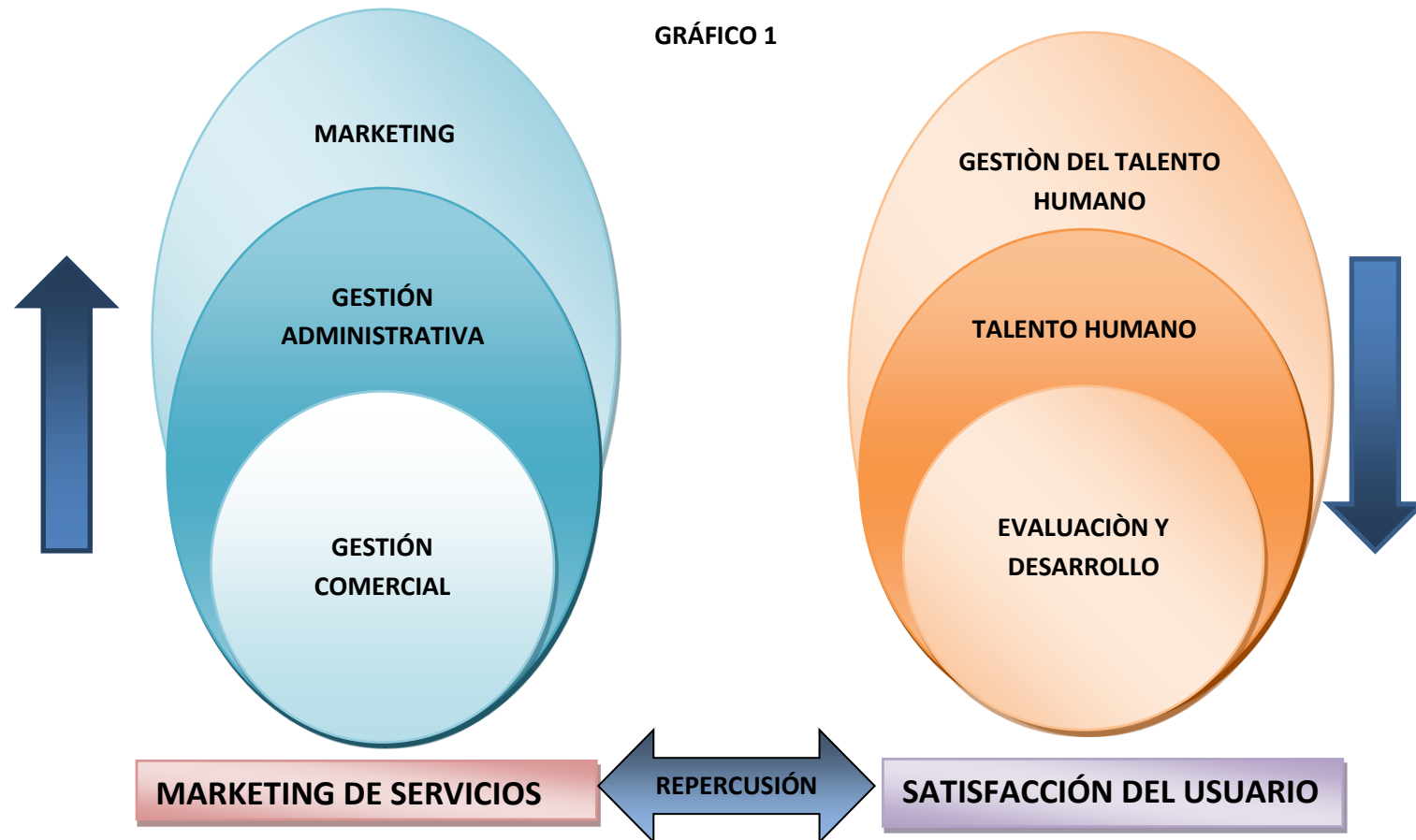
- Propender al perfeccionamiento de los órganos de gobierno y administración de los Municipios
- Cooperar con el Gobierno Central en la elaboración de los planes y programas que busquen el beneficio de los intereses municipales
- Participar, auspiciar y promover certámenes internacionales que traten de asuntos relacionados con la actividad municipal y de la administración local y seccional
- Intervenir, en representación de todos los Municipios del país, en la discusión de los proyectos de ley y de otras normas que puedan afectar o menoscabar en cualquier forma la autonomía municipal, o que, por cualquier motivo interesen a los Municipios
- Formar parte de los órganos administrativos que se establecieren legalmente, para tratar asuntos relativos a la actividad municipal
- Estimular una adecuada desconcentración administrativa, a través de la delegación de funciones. Para el efecto, preparará y difundirá entre los Municipios ecuatorianos, proyectos de ordenanzas, reglamentos y manuales de administración
- Cooperar en la defensa de los intereses municipales y en la estabilidad de los gobiernos locales
- Estudiar los problemas comunes de las municipalidades y plantear las soluciones más adecuadas para ellos
- Difundir los principios jurídicos y técnicos de administración pública, con el fin de mejorar la calidad de los servicios públicos y en general de toda la actividad municipal
- Absolver las consultas que le formulen las autoridades municipales, en calidad de asesoría
- Realizar la coordinación de las relaciones intermunicipales, entre la Asociación y las Asociaciones Provinciales y Regionales.
- Coordinar la actividad municipal con el Gobierno Central

De los actores antes mencionados, la AME ha emprendido asesoramiento a las municipalidades en con énfasis en la planificación y presupuesto participativo, herramientas que contribuyen a una gestión más transparente. En este mismo tema, son justamente los Gobiernos Locales Alternativos, los que han desarrollado experiencias innovadoras interesantes de participación ciudadana, como asambleas cantonales, comités de gestión, mesas temáticas, entre otros, y que han contribuido a impulsar el control ciudadano a la gestión pública.

De las instancias mencionadas es la AME quien engloba y coordina al resto, con excepción de la CONAJUPARE y las asociaciones de juntas parroquiales existentes en el país

## 2.3 CATEGORIAS FUNDAMENTALES

### 2.3.1 Supraordinación de Variables



Elaborado por: Ivonne Carrera

Fuente: Propia

### 2.3.2 SUBORDINACIÓN DE VARIABLE INDEPENDIENTE

GRÁFICO 2



**Elaborado por:** Ivonne Carrera  
**Fuente:** Propia

### 2.3.3 SUBORDINACIÓN VARIABLE DEPENDIENTE

GRAFICO 3



Elaborado por: Ivonne Carrera  
Fuente: Propia

### **2.3.4 Definición de categorías**

**Marketing.-** “Es un conjunto de actividades destinadas a satisfacer las necesidades y deseos de los mercados meta, a cambio de una utilidad o beneficio para las empresas u organizaciones que la ponen en práctica; razón por la cual, nadie duda de que el marketing es indispensable para lograr el éxito en los mercados actuales.”Kloter, Pilip, 2010, (El Marketing según Kotler)

**Gestión Administrativa.-** “Administración es una ciencia social que persigue la satisfacción de objetivos institucionales por medio de una estructura y a través del esfuerzo humano coordinado” ,Antonio, Fernández Arena José, (99 Principios administrativos)

#### **Gestión Administrativa**

“La Gestión a nivel administrativo consiste en brindar un soporte administrativo a los procesos empresariales de las diferentes áreas funcionales de una entidad, a fin de lograr resultados efectivos y con una gran ventaja competitiva revelada en los estados financieros”. Muñiz., Luis, (Sistema de Control de Gestión en la Práctica.)

Por el contrario Raymundo, Amaro Guzmán, (Administración de Empresas I) dice que es “Un proceso es una forma sistemática de hacer las cosas. Se habla de la administración como un proceso para subrayar el hecho de que todos los gerentes, sean cuales fueren sus aptitudes o habilidades personales, desempeñan ciertas actividades interrelacionadas con el propósito de alcanzar las metas planeadas.”

#### **Gestión Comercial y de la Mercadotecnia**

Según (Palomares, 2005)"el merchandising es el conjunto de técnicas y herramientas, que permiten gestionar estratégicamente los planes a desarrollar, con el fin de obtener una determinada rentabilidad, satisfaciendo a su clientela clave".

Por el contrario (Castro, Merchandising, 2006)"conjunto de técnicas basadas principalmente en la presentación, la rotación y la rentabilidad, comprendiendo un conjunto de acciones llevadas a cabo en el punto de venta destinadas a aumentar la rentabilidad, colocando el producto en el lugar, durante el tiempo, en la forma, al precio y en la cantidad más convenientes" .

Según (Vivar, 2009)"El Merchandising es una actividad que tiene por objetivo aumentar la rentabilidad en el área de venta mediante varias técnicas. Se puede definir como la parte del marketing que engloba las técnicas comerciales que permiten presentar al posible comprador final, el producto o servicio en las mejores condiciones materiales y psicológicas".

**Gestión Comercial.-** (Know, 2012) La gestión comercial es una de las tradicionales áreas funcionales de la gestión, que se encuentra en cualquier organización y que se ajusta a la ejecución de tareas de ámbito de ventas y marketing, incluyendo:

- El estudio del ambiente externo y de las capacidades de la propia organización con el fin de alcanzar las previsiones de ventas a fin de determinar las principales amenazas y oportunidades que se presentan a la organización y a fin de determinar sus fortalezas y debilidades.
- La organización y control de las actividades comerciales y de marketing, incluyendo la definición de estrategias comerciales y políticas de actuación.
- La relación con el cliente incluyendo la definición de la forma de recaudación de fondos, la definición de servicios complementarios y servicios post-venta y gestión de reclamaciones.
- La gestión de la fuerza de ventas, incluyendo su tamaño y la configuración de la estructuración.



**Marketing de servicios.-** (2014) . Entenderemos por servicios 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. "Las organizaciones de servicios son aquellas que no tienen como meta principal la fabricación de productos tangibles que los compradores vayan a tener siempre, por lo tanto, el servicio es el objeto del marketing, es decir, la compañía está vendiendo el servicio como núcleo central de su oferta al mercado

**Empresa.-** “Es una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos”. El autor menciona que la empresa “es una organización social por ser una asociación de personas para la explotación de un negocio y que tiene por fin un determinado objetivo, que puede ser el lucro o la atención de una necesidad social”. Idalberto Chiavenato, libro *Iniciación a la Organización y Técnica Comercial*

**Producción.-** “Es extraer o modificar los bienes con el objeto de volverlos aptos para satisfacer ciertas necesidades, de insumo y transformación.

Es cualquier actividad que produzca algo, se definirá de manera más como aquello que toma un insumo y lo transforma en una salida o producto con un valor agregado por efecto de una transformación.”, Mastreta, Velásquez(*Administración de los sistemas de Producción*)

**Ventas.-** "un contrato en el que el vendedor se obliga a transmitir una cosa o un derecho al comprador, a cambio de una determinada cantidad de dinero". También incluye en su definición, que "la venta puede considerarse como un proceso personal o impersonal mediante el cual, el vendedor pretende influir en el comprador"(Diccionario de marketing /Cultural, S. A)

**Fidelización.-** “Es acaparar la atención del cliente y desplazar a cualquier competidor por medio de la diferenciación del producto o servicio de acuerdo con las necesidades del cliente, el valor agregado que perciba el cliente, las relaciones

públicas o cualquier otra técnica de fidelización.”, Federación Internacional de Contabilidad, 2011, (Normas Internacionales de Información Financiera)

**Productos.-** “En mercadotecnia, un producto es una opción elegible, viable y repetible que la oferta pone a disposición de la demanda, para satisfacer una necesidad o atender un deseo, a través de su uso o consumo”, Trenzano, José María Ferré, 2011 (Marketing y Ventas)

**Servicios.-** “Es toda actividad o beneficio que una parte ofrece a otra, son esencialmente intangibles y no culminan en propiedad de la cosa, su producción no está enteramente ligada a un producto físico” Philip Kotler, Ediciones Díaz de Santos 2011, Madrid España Tercera Edición

**Necesidades.-** “Se denomina necesidad a una carencia que registra una persona o grupo de personas y que es susceptible, posible de ser satisfecha”, <http://definicion.mx/necesidad/>

**Presentación.-** (2010) “Puede afirmarse que la presentación es un proceso que permite exhibir el contenido de un tema ante una audiencia. Se trata de ofrecer información o hacerla pública a través de un discurso, textos, imágenes, vídeos, grabaciones de audio o componentes multimedia.”

**Prestación.-** (2012) “Una prestación puede ser el servicio convenido en un acuerdo o exigido por una autoridad. Lo habitual es que la prestación esté estipulada mediante un contrato que impone derechos y obligaciones.”

**Eficiencia.-** (2010) “Es la utilización de medios disponibles de manera racional para llegar a una meta. Se trata de la capacidad de alcanzar un objetivo fijado con anterioridad en el menor tiempo posible y con el mínimo uso posible de los recursos, lo que supone una optimización.”

**Eficacia.-** (2013) “Es la capacidad de alcanzar el efecto que espera o se desea tras la realización de una acción”

**Usuario.-** (2013) “Se conoce como usuario a la persona a quien va destinado un producto cuando éste ya ha superado las diversas etapas de desarrollo. Se trata, por lo tanto, del sujeto que tiene una interacción directa con el producto”.

**Objetivo.-** (2013) “Es el planteo de una meta o un propósito a alcanzar, y que, de acuerdo al ámbito donde sea utilizado, o más bien formulado, tiene cierto nivel de complejidad. El objetivo es una de las instancias fundamentales en un proceso de planificación (que puede estar, como dijimos, a diferentes ámbitos) y que se plantean de manera abstracta en ese principio pero luego, pueden (o no) concretarse en la realidad, según si el proceso de realización ha sido, o no”

**Áreas.-** (2013) “Conjunto de actividades realizadas por las personas que tienen asignado un objetivo de la producción y explicitan una función del sistema organizativo. Las áreas funcionales se dividen en áreas "staff" (personal, administración...)”

**Gestión del talento humano.-** (2014) Es la capacidad de las empresas para atraer, motivar, fidelizar y desarrollar a los profesionales más competentes, más capaces, más comprometidos y sobre todo de su capacidad para convertir el talento individual, a través de un proyecto ilusionante, en Talento Organizativo. “La Gestión del Talento” define al profesional con talento como “un profesional comprometido que pone en práctica sus capacidades para obtener resultados superiores en un entorno y organización determinados”. En otras palabras, es la materia prima que constituye el talento organizativo.

**Desarrollo de Talento Humano** (2012) “El Desarrollo del Talento Humano es un activo estratégico de las empresas. El nuevo paradigma empresarial está centrado en las personas y en los resultados. En la medida en que se cree en él y

se actúe en consecuencia –no solo de palabra– se podrán aumentar los beneficios e incrementar la satisfacción personal”.

Por el contrario (Dessler, 2006) nos indica “Que son las prácticas de las políticas necesarias para manejar los asuntos que tienen que ver con las relaciones humanas del equipo de trabajo humano administrativo, en específico trata de reclutar evaluar capacitar remunerar u ofrecer un ambiente seguro y equitativo para los empleados de la compañía”

Según (Chiavenato, 2010) es “El conjunto de políticas y prácticas necesarias para dirigir los aspectos de los cargos gerenciales relacionados con las personas o los recursos, incluidos reclutamiento, selección, capacitación, recompensas y evaluación del desempeño”

**Talento Humano.-** (2014) Se entenderá como la capacidad de la persona que entiende y comprende de manera inteligente la forma de resolver en determinada ocupación, asumiendo sus habilidades, destrezas, experiencias y aptitudes propias de las personas talentosas. Sin embargo, no entenderemos solo el esfuerzo o la actividad humana; sino también otros factores o elementos que movilizan al ser humano, talentos como: competencias (habilidades, conocimientos y actitudes) experiencias, motivación, interés, vocación aptitudes, potencialidades, salud, etc.

### **Capacitación**

“Capacitación es la experiencia aprendida que produce un cambio relativamente permanente en el individuo y mejora su capacidad para desempeñar un cargo. El entrenamiento puede implicar un cambio de habilidad, conocimiento, actitud o comportamiento, lo cual significa cambiar lo que los empleados conocen, los hábitos de trabajo, las actitudes frente al trabajo o las interacciones con los colegas o el supervisor.” CHIAVENATO, Idalberto; GESTION DEL TALENTO HUMANO; Bogotá – Colombia; 2012; Ed. Mc. Graw Hill.

## **Desarrollo**

“Son los procesos empleados para capacitar e incrementar el desarrollo profesional y personal. Incluyen entrenamiento y desarrollo de las personas, programas de cambio y desarrollo de las carreras y programas de comunicación e integración, (Analistas de capacitación, Instructores, Comunicadores).” CHIAVENATO, Idalberto; GESTION DEL TALENTO HUMANO; Bogotá – Colombia; 2012; Ed. Mc. Graw Hill.

**Evaluación y desempeño.-** “La evaluación del desempeño es un proceso que mide el desempeño del empleado. El desempeño del empleado es el grado en que cumple los requisitos de su trabajo.” ,CHIAVENATO, Idalberto; GESTION DEL TALENTO HUMANO; Bogotá – Colombia; 2012; Ed. Mc. Graw Hill.

**Satisfacción del usuario (cliente).-** (2014) “El término puede referirse a saciar un apetito, compensar una exigencia, pagar lo que se debe, deshacer un agravio o premiar un mérito”

**Conformidad.-** (2011) “Proceso de influencia social por el que una persona modifica sus sentimientos, opiniones y conductas en dirección a la posición mantenida por el grupo mayoritario, como resultado de la presión física o simbólica ejercida por un líder del grupo o por el propio grupo”

**Satisfacción.-** “Es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el percibido de un producto o servicio con sus expectativas”, KOTLER, PHILIP y GARY ARMSTRONG Fundamentos de marketing Octava edición PEARSON EDUCACIÓN, México, 2008

**Usuario interno.-** (2011) “Es aquel miembro de la organización, que recibe el resultado de un proceso anterior, llevado a cabo en la misma organización, a la que podemos concebir como integrada por una red interna de proveedores y clientes. Yo soy proveedor de quien recibe el producto de mi trabajo, y cliente de quien me hace llegar el producto del suyo.”

**Usuario externo.-** (2010) “Son aquellos que no pertenece a la Empresa u Organización y va a solicitar un servicio o a comprar un producto.”

Según (1992) “Gestión Administrativa consiste en un examen integral de una organización con el propósito de precisar su nivel de desempeño y oportunidades de mejoras, cuyo objeto es diagnosticar que exista una relación entre las funciones administrativas (Planificación, Organización Dirección y Control), que permitan la consecución de los objetivos organizacionales”.

## **2.4. HIPÓTESIS**

“La Correcta aplicación del Marketing de Servicios satisfará a los usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado -Patate”

## **2.5. Señalamiento de Variables**

### **Variable independiente**

X= Marketing de Servicios

### **Variable Dependiente**

Y= Satisfacción del usuario

## **CAPÍTULO III**

### **3. METODOLOGÍA**

#### **3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN**

La presente investigación se realizará bajo un enfoque cualitativo-cuantitativo, porque es una investigación de tipo social y se tomarán datos estadísticos.

#### **3.2 MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN**

Para la ejecución de la presente investigación se utilizará las siguientes modalidades:

##### **3.2.1 INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA –DOCUMENTADA**

Es aquella que se obtendrá de frecuencias bibliográficas, informes de investigación de labores estadísticas, documentos auditivos, documentos jurídicos, sociales, archivos de la biblioteca de la Facultad de Ciencias Administrativas, que sustentarán el análisis de cada uno de los componentes de la investigación.

### **3.2.2 INVESTIGACIÓN DE CAMPO**

La investigación de campo proporcionará información primaria, porque se hará en el lugar donde se producen los hechos “GAD de Patate”, para así poder actuar en el contexto y transformar una realidad.

### **3.2.3 INVESTIGACIÓN EXPERIMENTAL**

Se aplicará esta investigación porque se trabaja con dos variables la variable independiente “Marketing de Servicios” y la variable dependiente “Satisfacción del Usuario”, para calcular la información respectiva se aplicará el CHI CUADRADO.

## **3.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

Para ejecutar el trabajo de investigación se aplicará el tipo de investigación correlacional, luego de un seguimiento previo de las investigaciones exploratorias y descriptiva. La investigación llevará a nivel de asociación de la variable independiente “Marketing de Servicios” y la variable dependiente “satisfacción del usuario”, porque permite estructurar predicciones a través de la medición de relaciones entre variables.

### **3.3.1 INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA**

Se utilizará la investigación exploratoria, pues esta nos ayudara a plantear el problema de investigación y la hipótesis, para familiarizarnos con la realidad, obteniendo información que nos permita profundizarnos más en el problema de estudio.



### **3.3.2 INVESTIGACIÓN CORRELACIONAL**

La investigación correlacional en cambio nos permitirá establecer relación de las variables Marketing de Servicios y satisfacción del usuario, que se manifiesta en el problema de investigación, produciéndose una influencia directa de la una con la otra.

### **3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA**

La población objeto de estudio está dividida como se muestra en las siguientes tablas

El ámbito espacial es la Institución: Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate

La población: Empleados Municipales

No se va a sacar muestra de la población pues el universo es muy reducido

**Tabla 3.1: Población o Muestra**

<b>CATEGORÍAS</b>	<b>Servidores Municipales</b>		
	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>
LOSEP	27	13	30
CÓDIGO DE TRABAJO	38	16	54
<b>TOTAL EMPLEADOS</b>			<b>84</b>

<b>NIVELES DE EDUCACIÓN SERVIDORES MUNICIPALES</b>			
<b>LOSEP</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>
BACHILLER	6	6	12
TERCER NIVEL INSTRUCCIÓN	12	6	18
<b>CÓDIGO DE TRABAJO</b>			
TERCER NIVEL INSTRUCCIÓN	9	7	16
BACHILLER	15	13	28
PRIMARIA	3	7	10
<b>TOTAL DE EMPLEADOS</b>			<b>84</b>

**Elaborado por:** Ivonne Carrera

**Fuente:** Propia

### 3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

#### 3.5.1. Variable Independiente: marketing de servicios

Tabla 2

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS INSTRUMENTOS
<p><b>Marketing de servicios:</b> El marketing de servicios es una rama del marketing que se especializa en una categoría especial de productos —los servicios—, los cuales, apuntan a satisfacer ciertas necesidades o deseos del mercado, tales como educación, transporte, protección, jubilación privada, asesoramiento, diversión, créditos,</p>	<p>PRODUCTOS</p> <p>SERVICIOS</p> <p>NECESIDADES</p>	<p>PRESENTACIÓN</p> <p>SATISFACCIÓN</p> <p>RAPIDEZ</p> <p>EFICIENCIA</p> <p>CUMPLIDAS</p> <p>INCUMPLIDAS</p>	<p>¿Cómo es la presentación de los productos ofertados por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate?</p> <p>¿Cómo fue el servicio recibido por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate?</p> <p>¿la atención en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate ha satisfecho las necesidades tuyas?</p>	<p>Encuestas</p> <p>Cuestionario</p> <p>Encuestas</p> <p>Cuestionario</p> <p>Encuestas</p> <p>Cuestionario</p>

Elaborado por: Ivonne Carrera

### 3.5.2. Variable Dependiente: Satisfacción del usuario

**Tabla 3**

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS INSTRUMENTOS
<p><b>Satisfacción del usuario:</b></p> <p>En la actualidad, lograr la plena "satisfacción del usuario" es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de los usuarios y por ende, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener «satisfecho a cada cliente» ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos, etc.) de las empresas exitosas.</p>	SATISFACCIÓN	ALTA MEDIA BAJA	¿La atención en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate ha satisfecho sus necesidades?	Encuestas Cuestionario
	USUARIO	CONFORME INCONFORME	¿Los usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate se sienten conformes con la atención?	Encuestas Cuestionario
	OBJETIVO	CUMPLIDO INCUMPLIDO	¿Ha cumplido con sus pedidos realizados al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate?	Encuestas Cuestionario
	AREAS	ATENCIÓN RAPIDEZ EFICIENCIA	¿De qué manera fue atendido en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate por las áreas establecidas en la misma?	

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

### 3.6 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Un aspecto importante en el proceso de una investigación es el que tiene relación con la obtención de la información, pues de ello depende la confiabilidad y validez del estudio.

El desarrollo del presente estudio conlleva a recopilar información tanto de fuentes primarias como secundarias, así como la utilización de las distintas técnicas de recolección de la información.

### 3.7 PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.

El proceso de recolección, análisis e interpretación de los datos e información se realiza de la siguiente manera:

**Tabla 4**

<b>PREGUNTAS BÁSICAS</b>	<b>EXPLICACIONES</b>
¿Para qué?	Para alcanzar los resultados relacionados con los objetivos constantes de la investigación
¿A quién?	Funcionarios públicos del GAD Patate y usuarios
¿Saber qué?	Marketing de servicios y satisfacción del usuario
¿Quién?	Ivonne Carrera
¿Cuándo?	Junio del 2014
¿Cuántas Veces?	Una sola vez
¿Con qué?	Cuestionarios
¿Técnicas de Recolección?	Encuestas
¿Dónde?	GAD Municipal de Patate

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

### 3.8 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

**Tabla 5**

<b>TÉCNICAS</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>
<b>INFORMACIÓN PRIMARIA</b>  1. Encuesta 2. Entrevista  <b>INFORMACIÓN SECUNDARIA</b>  1. Libros 2. Revistas 3. Tesis, etc.	Cuestionario Guía de entrevista  Lectura Científica

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

### 3.9 PROCESAMIENTO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La investigación para lograr coordinación y coherencia en el trabajo se dividió en:

1. Elaborar el cuestionario de encuestas
2. Tabular la información
3. Analizar e interpretar la información recolectada
4. Procesar la información mediante programas informáticos
5. Analizar el problema mediante cuadros, gráficos y técnicas estadísticas.
6. Establecer conclusiones y recomendaciones

## **CAPITULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **4.1 ANÁLISIS DE DATOS**

Para la realización del presente proyecto se aplicó encuestas tanto a los clientes internos como externos del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate, analizando el análisis de los datos obtenidos nos permitirá conocer la incidencia del Marketing de Servicios en la satisfacción de los usuarios y en consecuencia el logro de resultados esperados.

Obtenido los resultados de las encuestas se procedió al análisis de cada una de las preguntas efectuadas por la encuestadora tanto a los funcionarios como a los usuarios de los servicios del GAD Patate para la verificación de la hipótesis planteada.

## 4.2 INTERPRETACIÓN DE DATOS

### Encuesta Dirigida A Los Usuarios De Gobierno Autónomo Descentralizado Del Cantón Patate

#### 1.- Género

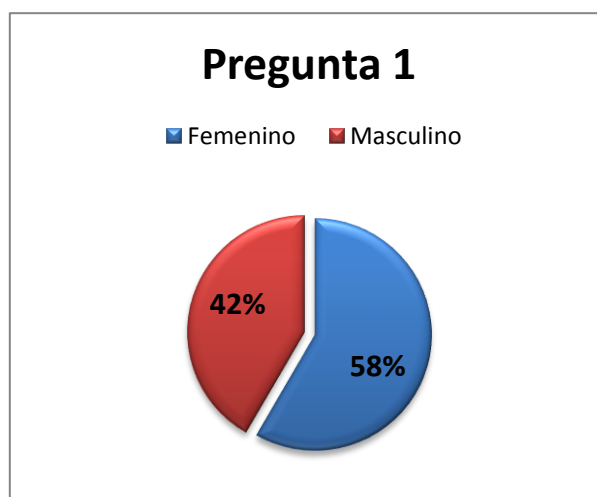
**Cuadro #1**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Femenino	40	58
Masculino	29	42
Total	69	

**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

**Gráfico # 4**



**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

#### **Análisis**

De 69 encuestados 40 son de sexo femenino y representa un 58% de la muestra, mientras 42% que son 29 encuestados son de sexo masculino

#### **Interpretación**

Se deduce que la gran mayoría de usuarios que se acercan al GAD Patate a solicitar sus servicios son mujeres mientras un grupo menor son hombres



2.- ¿Qué Instrucción tiene?

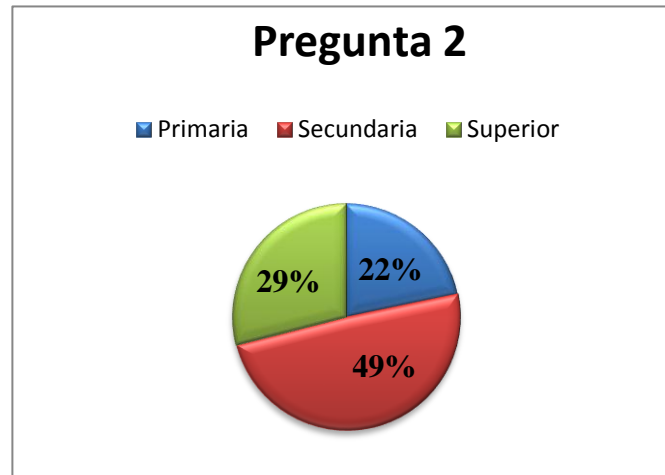
**Cuadro # 2**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Primaria	15	22
Secundaria	34	49
Superior	20	29
Total	69	

**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

**Gráfico # 5**



**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

### **Análisis**

El 22% que representa 15 encuestados de un total de 69 tienen educación primaria mientras un 49% que son 34 personas tienen educación secundaria, y un 29% que corresponden a 20 personas tienen como nivel educativo educación superior.

### **Interpretación**

Con los datos obtenidos se deduce que las personas tienen educación superior como primera opción, siguiéndole el nivel secundario y por último un reducido grupo su educación es primaria.

3.- ¿Cómo calificaría el servicio que le brinda el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate?

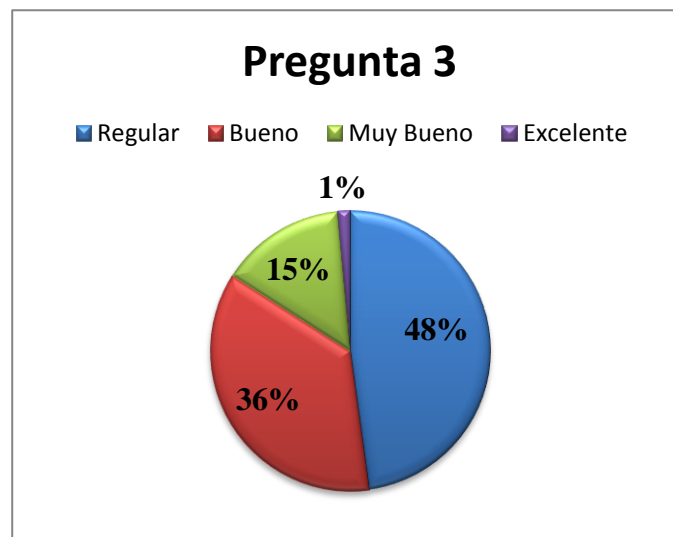
**Cuadro #3**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Regular	33	48
Bueno	25	36
Muy Bueno	10	15
Excelente	1	1
Total	69	

**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

**Gráfico # 6**



**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

### **Análisis**

El 48% que representa 33 de los usuarios encuestados de un total de 69 indican el servicio prestado es regular, mientras un 36% que son 25 personas manifiestan que es bueno, un 15% que corresponden a 10 personas expresan que es muy bueno y por último un 1% indican que es excelente

### **Interpretación**

La gran mayoría de los usuarios que acuden a las instalaciones del GAD Patate indican que el servicio que brindan es regular por lo cual no satisfacen los requerimientos de la comunidad

4.- ¿Cómo fue la prestación del servicio que usted recibió por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate?

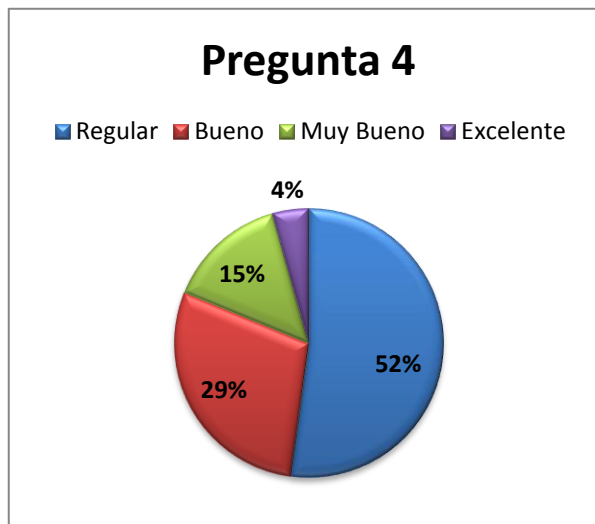
**Cuadro # 4**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Regular	36	52
Bueno	20	29
Muy Bueno	10	15
Excelente	3	4
Total	69	

**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

**Gráfico # 7**



**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

### **Análisis**

El 52% que representa 36 de los usuarios encuestados de un total de 69 indican que la prestación del servicio es regular, mientras un 29% que son 20 personas manifiestan que es bueno, un 15% que corresponden a 10 personas expresan que es muy bueno y por último un 4% indican que es excelente

### **Interpretación**

La gran mayoría de los usuarios expresan la prestación del servicio en el GAD Patate es regular por lo cual existe insatisfacción en comunidad

5.- La atención prestada por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate cubrió sus necesidades?

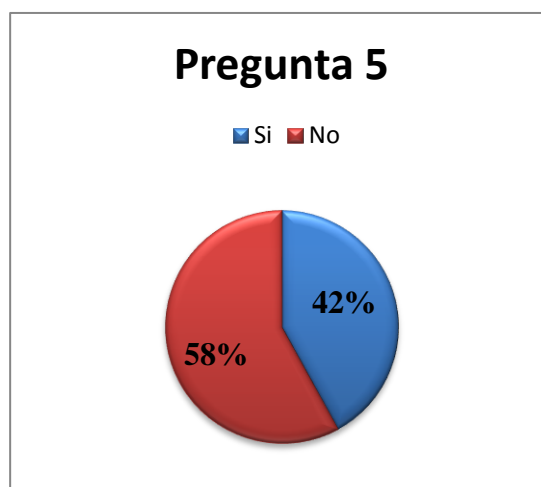
**Cuadro #5**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Si	29	42
No	40	58
Total	69	

**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

**Gráfico # 8**



**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

### **Análisis**

De 69 encuestados el 42% que representa a 29 usuarios expresa que el GAD Patate cubrió sus necesidades en cuanto a prestación de servicios, mientras 58% que son 40 encuestados indica lo contrario

### **Interpretación**

Se deduce que la gran mayoría de usuarios que se acercan al GAD Patate no salieron satisfechos con los servicios prestados pues sus necesidades no fueron cubiertas por lo que expresan su inconformidad

6.- ¿Cómo desearía que sea la información que usted necesita?

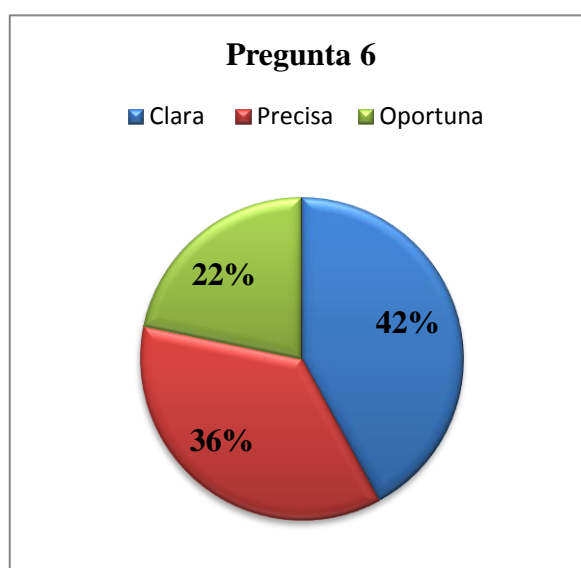
**Cuadro #6**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Clara	29	42
Precisa	25	36
Oportuna	15	22
Total	69	

**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

**Gráfico # 9**



**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

### **Análisis**

El 42% que representa 29 de los usuarios encuestados de un total de 69 indican que desearía que la información sea clara, mientras un 36% que son 25 personas manifiestan que es bueno, un 15% que corresponden a 10 personas expresan que es muy bueno y por último un 1% indican que es excelente

### **Interpretación**

La gran mayoría de los usuarios que acuden a las instalaciones del GAD Patate indican que el servicio que brindan es regular por lo cual no satisfacen los requerimientos de la comunidad

7.- ¿En qué área considera usted que los funcionarios deben ser capacitados?

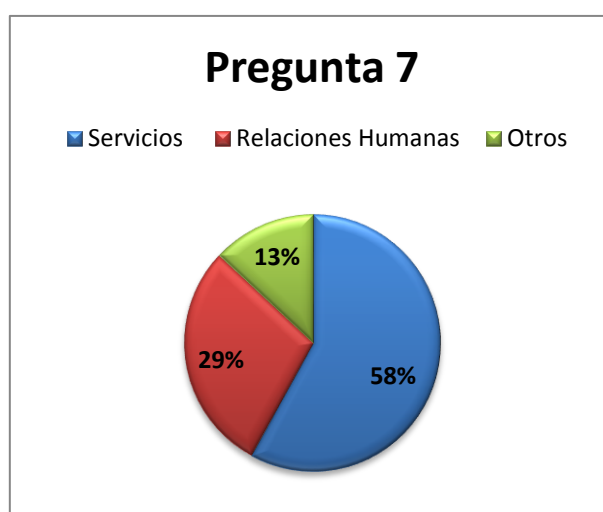
**Cuadro # 7**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Servicios(Atención al Cliente, Manejo de documentación)	40	58
Relaciones Humanas	20	29
Otros	9	13
Total	69	

**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

**Gráfico # 10**



**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

### **Análisis**

El 58% que representa 40 de los usuarios encuestados de un total de 69 indican que desearía que los funcionarios reciban curso de atención al usuario, mientras un 29% que son 20 personas manifiestan deberían capacitarles en Relaciones Humanas y un 13% que corresponden a 9 personas expresan que deben darles cursos variados

### **Interpretación**

Según el análisis de los resultados la gran mayoría de los usuarios del GAD Patate expresan que se debe capacitar a los funcionarios en cursos de atención al cliente y Relaciones Humanas para el mejoramiento del servicio

8.- ¿Estaría Usted de acuerdo con que se coloquen buzones de sugerencias para así medir el grado de atención al usuario?

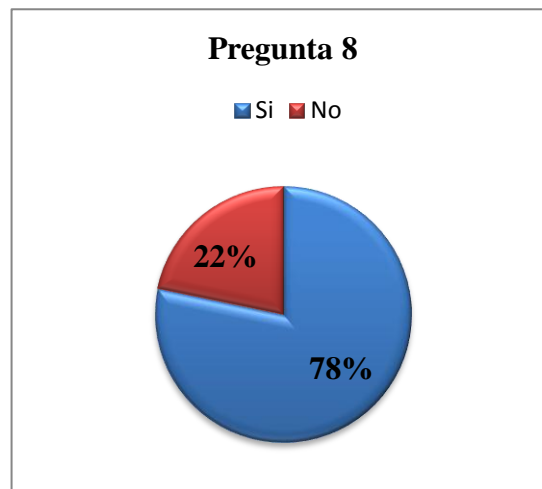
**Cuadro # 8**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	54	78
No	15	22
Total	69	

**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

**Gráfico # 11**



**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

### **Análisis**

De 69 usuarios encuestados el 78% que corresponde a 54 personas indica que si quiere buzones de sugerencias mientras que un 22% que son 15 personas indican lo contrario

### **Interpretación**

La gran mayoría de los usuarios que requiere de los servicios del GAD Patate ve como una forma de hacer llegar su descontento en los buzones de sugerencias

9.- ¿Que elemento considera Usted que interviene en la buena atención al usuario por parte del empleado público?

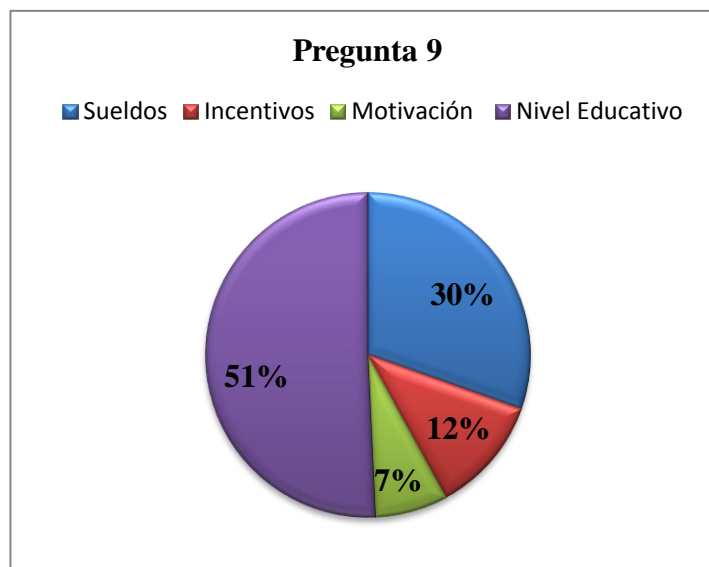
**Cuadro # 9**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Sueldos	21	30
Incentivos	8	12
Motivación	5	7
Nivel Educativo	35	51
Total	69	

**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

**Gráfico # 12**



**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

### **Análisis**

El 30% de los encuestados cree que los sueldos son uno de los factores importantes para la buena atención al cliente mientras un 12% opina que son los incentivos, 7% que es la motivación y un 51% que es el nivel educativo

### **Interpretación**

Los usuarios del GAD Patate opinan en su gran mayoría que la atención al cliente está ligado al nivel educativo y preparación de los funcionarios para que se de una buena atención a la comunidad



10.- ¿Cuándo usted realiza una gestión en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate la atención es:

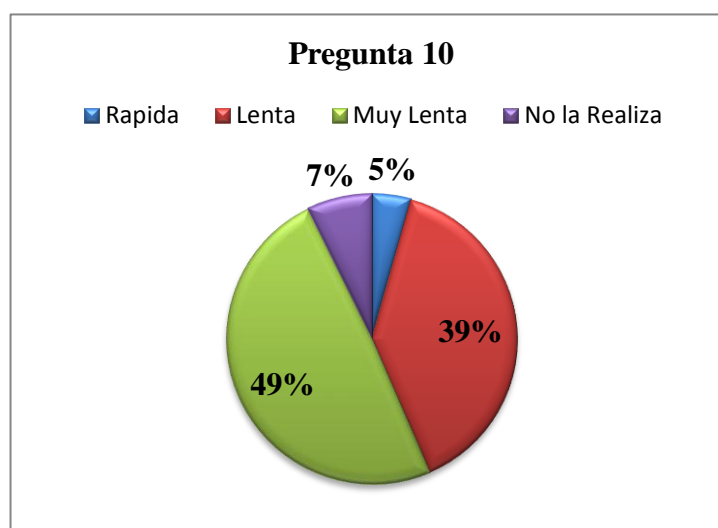
**Cuadro # 10**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Rápida	5	5
Lenta	25	39
Muy Lenta	32	49
No la realiza	7	7
Total	69	

**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

**Gráfico # 13**



**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

### **Análisis**

De una muestra 69 usuarios encuestados opinan un 5% que la atención en el Municipio es rápida, un 39% opina que es lenta, un 49% opina que es muy lenta y un 7% no llega a realizar su gestión

### **Interpretación**

La visión que tiene la ciudadanía de los servicios brindados por esta institución es insatisfactoria pues expresan que la atención en la mayoría de los casos es lenta o muy lenta y peor aún ni siquiera llegan a realizar la gestión requerida

### 4.3.2 ENCUESTA DIRIGIDA A LOS FUNCIONARIOS Y EMPLEADOS DE GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN PATATE

#### 1.- Género

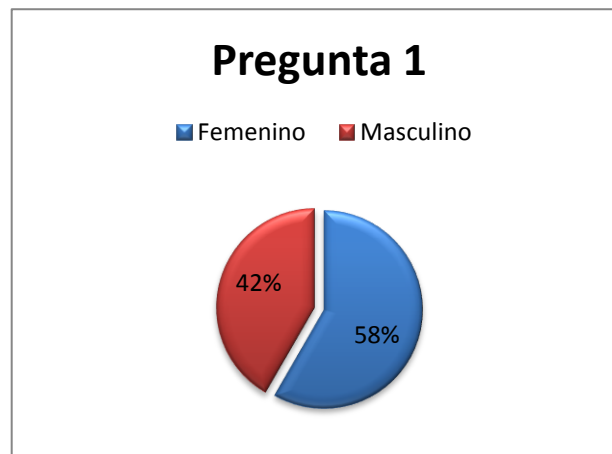
**Cuadro # 11**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Femenino	49	58
Masculino	35	42
Total	84	

**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

**Gráfico # 14**



**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

#### **Análisis**

De 84 funcionarios el 42% son hombres y el 58% son Mujeres

#### **Interpretación**

En El GAD Patate los funcionarios en su mayoría son mujeres

## 2.- Estado civil

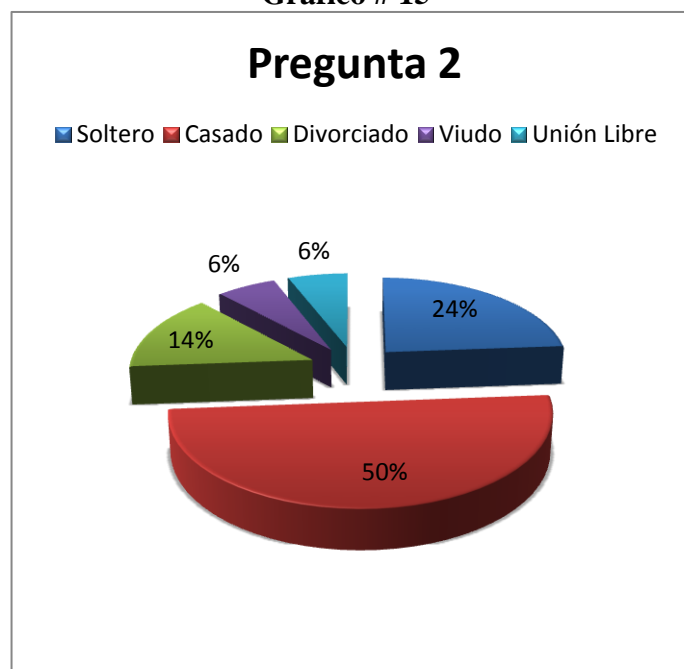
**Cuadro # 12**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Soltero	20	24
Casado	42	50
Divorciado	12	14
Viudo	5	6
Unión Libre	5	6
Total	84	

**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

**Gráfico # 15**



**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

### **Análisis**

De la muestra de 84 funcionarios encuestados un 24% son solteros, 50% son casados, 14% son divorciados, 6% viudos y un 6% tienen Unión Libre

### **Interpretación**

En el GAD Patate la mayoría de sus funcionarios son casados y le sigue en porcentajes los solteros.

3.- ¿Qué Nivel Educativo tiene?

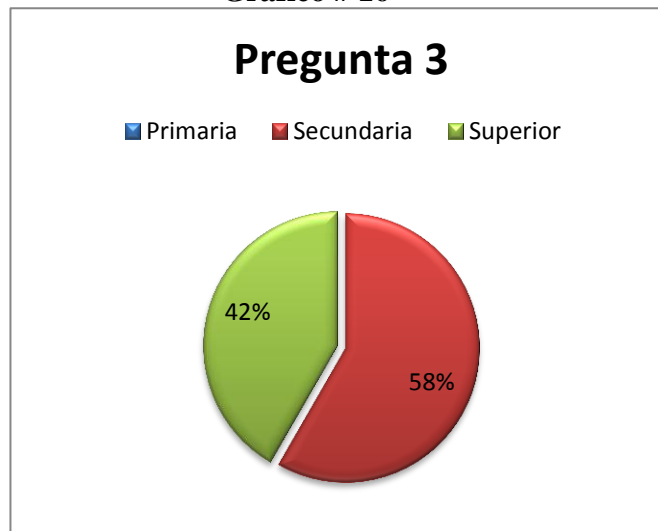
**Cuadro # 13**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Primaria		
Secundaria	49	58
Superior	35	42
Total	51	

**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

**Gráfico # 16**



**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

### **Análisis**

De 84 funcionarios el 42% tienen educación superior mientras un 58% solo han terminado el bachillerato

### **Interpretación**

En el Municipio de Patate sus funcionarios en su mayoría son bachilleres y un porcentaje menor tienen educación superior

4.- ¿Ha recibido algún tipo de capacitación para atención al usuario?

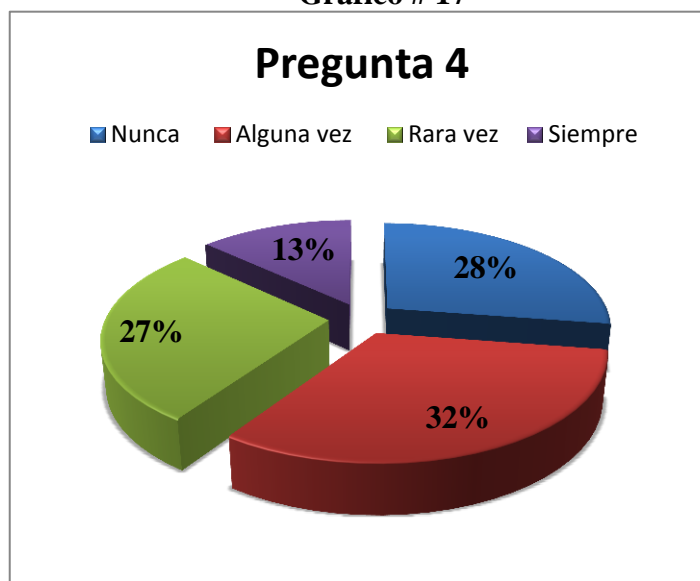
**Cuadro # 14**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Nunca	24	28
Alguna Vez	27	32
Rara Vez	22	27
Siempre	11	13
Total	84	

**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

**Gráfico # 17**



**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

### **Análisis**

De 84 funcionarios encuestados el 28% nunca han recibido cursos de capacitación para atención al usuario, un 32% alguna vez lo recibieron capacitación, un 27% indica que rara vez, y solo un 13% indica que están en capacitación permanente

### **Interpretación**

Con estos resultados podemos observar que la mayoría alguna vez recibió algún tipo de capacitación para la atención al usuario otro porcentaje importante indica que ninguna vez ha recibido ningún tipo de capacitación por lo que se genera un inconveniente para el cumplimiento de objetivos institucionales

5.- ¿Cada qué tiempo el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate debe capacitar a sus funcionarios y empleados?

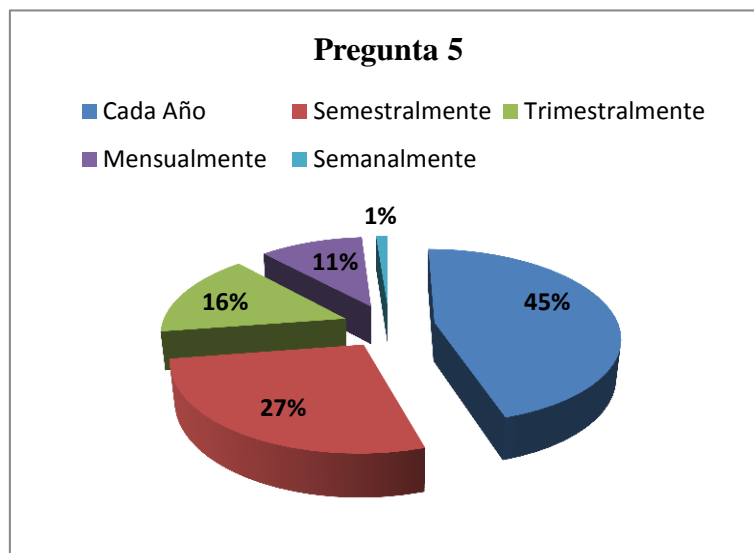
**Cuadro # 15**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Cada Año	38	45
Semestralmente	23	27
Trimestralmente	13	16
Mensualmente	9	11
Semanalmente	1	1
Total		

**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

**Gráfico # 18**



**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

### **Análisis**

El 45% de funcionarios indica que cada año los capacitan, un 27% semestralmente, 16% trimestralmente, 11% mensualmente, 1% semanalmente

### **Interpretación**

En el GAD Patate los funcionarios indican que las capacitaciones deberían ser por lo menos una vez al año, otro porcentaje importante indica que debe ser semestralmente puesto que de ello depende el buen trato al usuario y por ende la imagen institucional frente a la comunidad

6.- ¿Que cursos de capacitación le ayudarían a desenvolverse mejor en su puesto de trabajo?

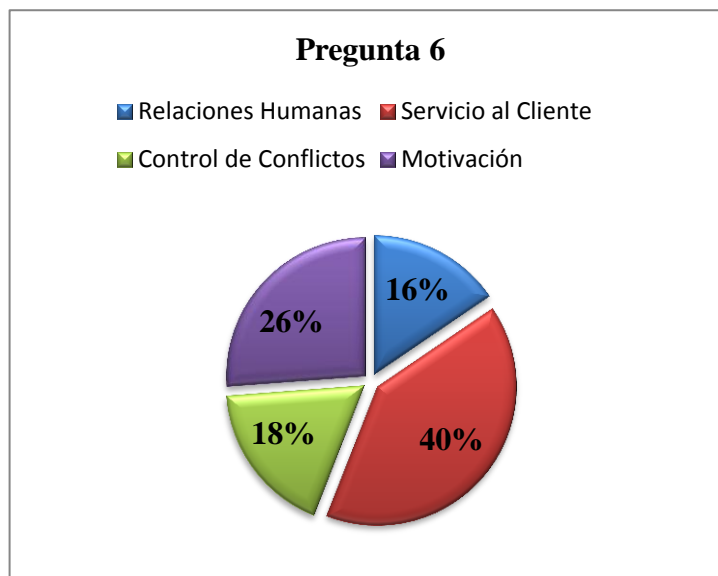
**Cuadro # 16**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Relaciones Humanas	13	16
Servicio al Cliente	34	40
Control de Conflictos	15	18
Motivación	22	26
Total	84	

**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

**Gráfico # 19**



**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

### **Análisis**

De 84 funcionarios encuestados el 40% indica que le gustaría ser capacitado en atención al cliente, el 26% cursos de motivación, 18% en control de conflictos, y un 16 % en Relaciones Humanas

### **Interpretación**

En su gran mayoría los funcionarios quieren ser capacitados en atención al cliente, desean tener cursos de motivación para levantar su auto estima y otro factor importante que se observa es que les interesa mucho lo relacionado a control de conflictos

7.- ¿Qué clima institucional cree usted que existe en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate?

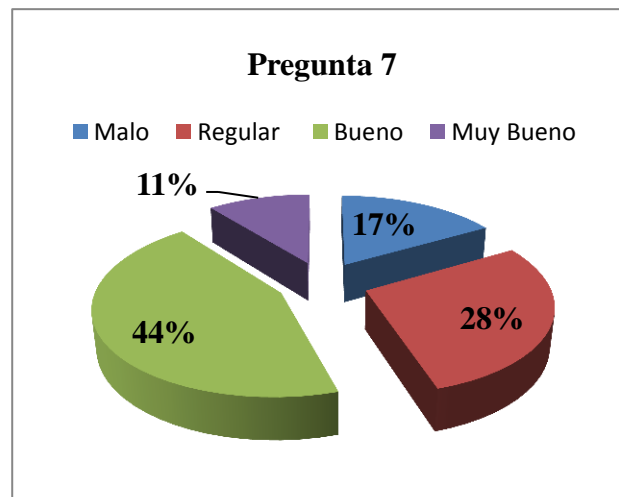
**Cuadro # 17**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Malo	14	17
Regular	24	28
Bueno	37	44
Muy Bueno	9	11
Total	84	

**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

**Gráfico # 20**



**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

### **Análisis**

Un 44 % de funcionarios indica que el clima institucional es buen, 28 % Regular, 17 % Malo y por último un 11 % muy bueno

### **Interpretación**

La mayoría de funcionarios está satisfecho con su clima organizacional pues nos indica que es bueno que mejoraría con capacitaciones y seminarios pues ayudarían a convivir mejor con sus compañeros



8.- ¿Qué clase de comunicación existe entre los diferentes departamentos del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate?

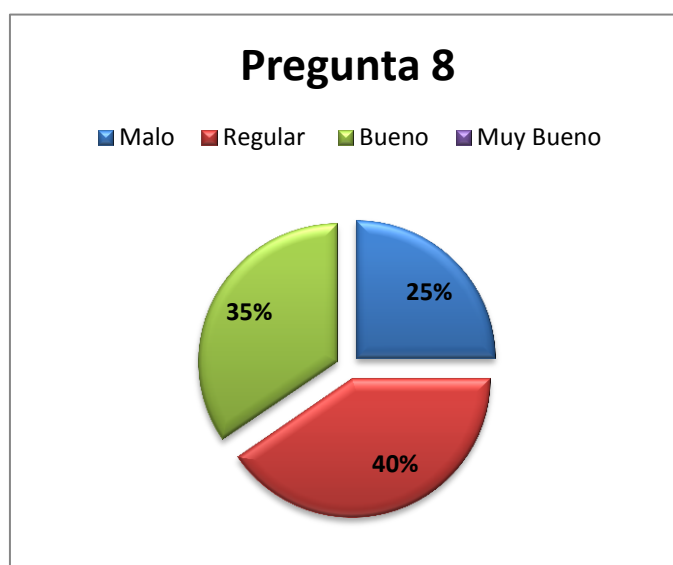
**Cuadro # 18**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Malo	21	25
Regular	34	40
Bueno	29	35
Muy Bueno		
Total	84	

**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

**Gráfico # 21**



**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

### **Análisis**

De 84 empleados el 40% indica que la comunicación es regular, un 35% que es buena y un 25 % que es mala o deficiente

### **Interpretación**

Según los funcionarios del GAD Patate la comunicación interna es regular, otro porcentaje opina que es buena pero también hay funcionarios que indica hay una comunicación interinstitucional buena

9.- ¿Cree usted que una buena técnica de capacitación incrementara la satisfacción de los usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate la volvería más?

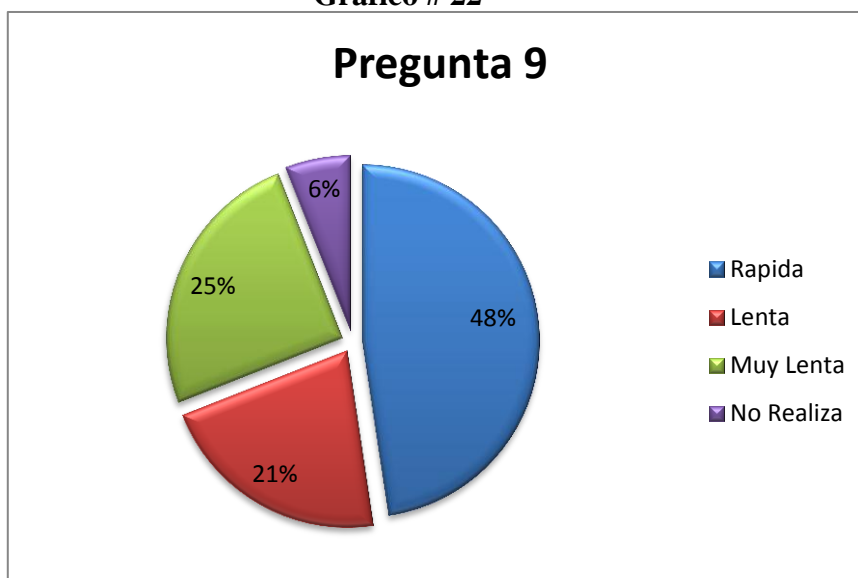
**Cuadro # 19**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Rápida	40	48
Lenta	18	21
Muy Lenta	21	25
No realiza	5	6
Total	84	

**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

**Gráfico # 22**



**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

### **Análisis**

De 84 funcionarios encuestados el 48 % que corresponde a 48 personas indica que con una buena capacitación el servicio sería rápido, un 6% que no realizaría el trámite, un 21 % que sería lenta y un 25 % indica que sería muy lenta

### **Interpretación**

En el GAD Patate la mayoría de los funcionarios está convencido de que con un buen plan de capacitación su desempeño mejoraría y por ende la imagen institucional también

10.- ¿Cómo siente usted en su puesto de trabajo?

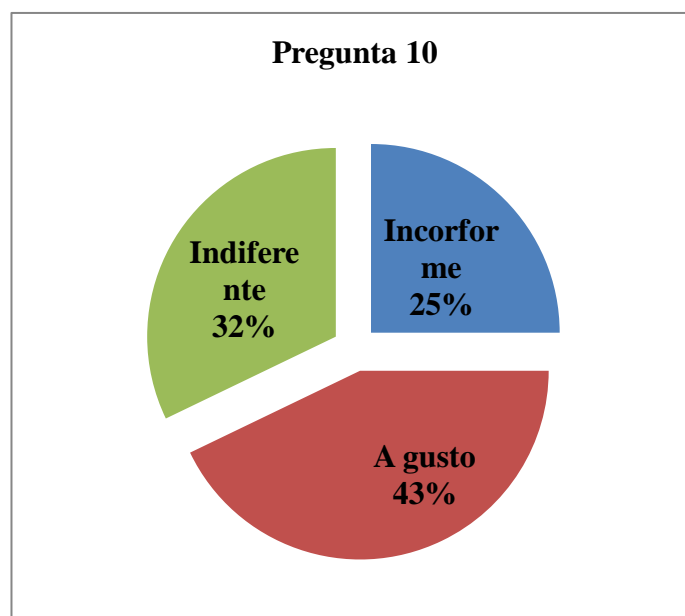
**Cuadro # 20**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Inconforme	21	25
A gusto	36	43
Indiferente	27	32
Total	84	

**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

**Gráfico # 23**



**Fuente: Encuesta**

**Elaborado por: Ivonne Carrera**

### **Análisis**

El 43 % indica que se siente a gusto en su puesto de trabajo, el 32 % le es indiferente y un 25 % se siente inconforme

### **Interpretación**

En su gran mayoría los funcionarios se encuentran a gusto en sus puestos de trabajo, mientras un 32 % le es indiferente en el puesto que le asignen y un 25 % está inconforme de las labores a ellos asignadas

### **4.3. VERIFICACIÓN DE LA HIPOTESIS**

#### **4.3.1. HIPÓTESIS**

“La Correcta aplicación del Marketing de Servicios satisfará a los usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado -Patate”

##### **Variable independiente**

Marketing de Servicios

##### **Variable Dependiente**

Satisfacción del usuario

### **4.4. PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS**

Se plantea la hipótesis H0 (Nula) y la H1 (Hipótesis Alterna).

**H0:** El Marketing de Servicios **NO** incidirá notablemente en la satisfacción del usuario del Gobierno Autónomo Descentralizado –Patate

**H1:** El Marketing de Servicios **SI** incidirá notablemente en la satisfacción del usuario del Gobierno Autónomo Descentralizado –Patate

**Nivel de significancia:** 0.05

### **PREGUNTAS PARA REALIZAR LOS CALCULOS**

#### **FRECUENCIA ESPERADA**

Para calcular cada uno de los valores de la tabla de frecuencias esperada se realiza la siguiente fórmula

$$\frac{\text{Total Columna(Para dicha celda)} \times \text{Total Fila(Para dicha celda)}}{\text{Suma Total}}$$

**Tabla 6**

<b>Alternativas</b>	<b>Pregunta 1</b>	<b>Pregunta 2</b>	<b>Total</b>
Rápido	5	40	45
Lento	25	18	43
Muy Lento	32	21	53
No realiza	7	5	12
<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>84</b>	<b>153</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Ivonne Carrera

$$= \frac{69(45)}{153} = 20.29$$

$$= \frac{84(45)}{153} = 24.70$$

$$= \frac{69(43)}{153} = 19.39$$

$$= \frac{84(43)}{153} = 23.61$$

$$= \frac{69(53)}{153} = 23.90$$

$$= \frac{84(53)}{153} = 29.09$$

$$= \frac{69(12)}{153} = 5.41$$

$$= \frac{84(12)}{153} = 6.58$$

## Tabla de Valores Observados

**Tabla 7**

Alternativas	Pregunta 1	Pregunta 2
Rápido	5	40
Lento	25	18
Muy Lento	32	21
No realiza	7	5

**Tabla 8**

Alternativa 1	Alternativa 2
20.29	24.70
19.39	23.61
23.90	29.09
5.41	6.58

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Ivonne Carrera

$$\chi^2_{calc} = \sum \frac{(f_0 - f_e)^2}{f_e}$$

$$= \frac{(5-20.29)^2}{20.29} + \frac{(25-19.39)^2}{19.39} + \frac{(32-23.90)^2}{23.90} + \frac{(7-5.41)^2}{5.41} + \frac{(40-24.70)^2}{24.70} + \frac{(18-23.61)^2}{23.61} + \frac{(21-29.09)^2}{29.09} + \frac{(5-6.58)^2}{6.58}$$

$$= 11.5221 + 1.6231 + 2.7451 + 0.4673 + 9.4773 + 1.3329 + 2.2498 + 0.3793$$

$$= 29.79$$

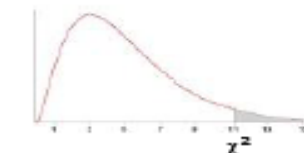
Grado de libertad

$$V = (\text{Cantidad de filas} - 1)(\text{cantidad de columnas} - 1)$$

$$V = (4-1)(2-1)$$

$$V = 3$$

VALORES CRÍTICOS DE LA DISTRIBUCIÓN JI CUADRADA



g.d.l	0,001	0,005	0,01	0,02	0,025	0,03	0,04	0,05	0,10	0,15	0,20	0,25	0,30	0,35	0,40	g.d.l
1	10,828	7,879	6,635	5,412	5,024	4,709	4,218	3,841	2,706	2,072	1,642	1,323	1,074	0,873	0,708	1
2	13,816	10,597	9,210	7,824	7,378	7,013	6,438	5,991	4,605	3,754	3,219	2,773	2,408	2,100	1,833	2
3	16,266	12,838	11,345	9,837	9,348	8,917	8,311	7,815	6,251	5,317	4,642	4,108	3,665	3,283	2,946	3
4	18,467	14,860	13,277	11,668	11,143	10,712	10,026	9,488	7,779	6,745	5,989	5,385	4,878	4,438	4,045	4
5	20,515	16,750	15,086	13,388	12,833	12,375	11,644	11,070	9,236	8,115	7,289	6,626	6,064	5,573	5,132	5
6	22,458	18,548	16,812	15,033	14,449	13,968	13,198	12,592	10,645	9,446	8,558	7,841	7,231	6,695	6,211	6
7	24,322	20,278	18,475	16,622	16,013	15,509	14,703	14,067	12,017	10,748	9,803	9,037	8,383	7,806	7,283	7
8	26,124	21,955	20,090	18,168	17,535	17,010	16,171	15,507	13,362	12,017	11,030	10,219	9,524	8,909	8,351	8
9	27,877	23,589	21,666	19,679	19,023	18,480	17,608	16,919	14,684	13,288	12,242	11,389	10,656	10,005	9,414	9
10	29,588	25,188	23,209	21,161	20,483	19,922	19,021	18,307	15,987	14,534	13,442	12,549	11,781	11,097	10,473	10
11	31,264	26,757	24,725	22,618	21,920	21,342	20,412	19,675	17,275	15,767	14,631	13,701	12,899	12,184	11,530	11
12	32,909	28,300	26,217	24,054	23,337	22,742	21,785	21,026	18,549	16,989	15,812	14,845	14,011	13,265	12,584	12
13	34,528	29,819	27,688	25,472	24,736	24,125	23,142	22,362	19,812	18,202	16,985	15,984	15,119	14,345	13,636	13
14	36,123	31,319	29,141	26,873	26,119	25,493	24,485	23,685	21,064	19,466	18,151	17,117	16,222	15,421	14,685	14
15	37,697	32,801	30,578	28,259	27,488	26,848	25,816	24,996	22,307	20,603	19,311	18,245	17,322	16,494	15,733	15
16	39,252	34,267	32,000	29,633	28,845	28,191	27,136	26,296	23,542	21,793	20,465	19,369	18,418	17,565	16,780	16
17	40,790	35,718	33,409	30,995	30,191	29,523	28,445	27,587	24,769	22,977	21,615	20,489	19,511	18,633	17,824	17
18	42,312	37,156	34,805	32,346	31,526	30,845	29,745	28,869	25,989	24,155	22,760	21,605	20,601	19,699	18,868	18
19	43,820	38,582	36,191	33,687	32,852	32,158	31,037	30,144	27,204	25,329	23,900	22,718	21,689	20,764	19,910	19
20	45,315	39,997	37,566	35,020	34,170	33,462	32,321	31,410	28,412	26,468	25,038	23,828	22,775	21,825	20,951	20
21	46,797	41,401	38,932	36,343	35,479	34,759	33,597	32,671	29,615	27,662	26,171	24,935	23,858	22,885	21,991	21
22	48,268	42,796	40,289	37,659	36,781	36,049	34,867	33,924	30,813	28,812	27,301	26,039	24,939	23,947	23,031	22
23	49,728	44,181	41,638	38,968	38,076	37,332	36,131	35,172	32,007	29,979	28,429	27,141	26,018	25,006	24,069	23
24	51,179	45,559	42,980	40,270	39,364	38,609	37,389	36,415	33,196	31,132	29,553	28,241	27,096	26,063	25,106	24
25	52,620	46,928	44,314	41,566	40,646	39,880	38,642	37,652	34,382	32,282	30,675	29,339	28,172	27,118	26,143	25
26	54,052	48,290	45,642	42,856	41,923	41,146	39,889	38,885	35,563	33,429	31,795	30,435	29,246	28,173	27,179	26
27	55,476	49,645	46,963	44,140	43,195	42,407	41,132	40,113	36,741	34,574	32,912	31,528	30,319	29,227	28,214	27
28	56,892	50,993	48,278	45,419	44,461	43,662	42,370	41,337	37,916	35,715	34,027	32,620	31,391	30,279	29,249	28
29	58,301	52,336	49,588	46,693	45,722	44,913	43,604	42,557	39,087	36,854	35,139	33,711	32,461	31,331	30,283	29
30	59,703	53,672	50,892	47,962	46,979	46,160	44,834	43,773	40,256	37,990	36,250	34,800	33,530	32,382	31,316	30
31	61,098	55,003	52,191	49,226	48,232	47,402	46,059	44,985	41,422	39,114	37,359	35,887	34,598	33,431	32,349	31
32	62,487	56,328	53,486	50,487	49,480	48,641	47,282	46,194	42,585	40,256	38,466	36,973	35,665	34,480	33,381	32
33	63,870	57,648	54,776	51,743	50,725	49,876	48,500	47,400	43,745	41,386	39,572	38,058	36,731	35,529	34,413	33
34	65,247	58,964	56,061	52,995	51,966	51,107	49,716	48,602	44,903	42,514	40,676	39,141	37,795	36,575	35,444	34
35	66,619	60,275	57,342	54,244	53,203	52,335	50,928	49,802	46,059	43,640	41,778	40,223	38,859	37,623	36,475	35
40	73,402	66,766	63,691	60,436	59,342	58,428	56,946	55,758	51,805	49,244	47,269	45,616	44,165	42,848	41,622	40
60	99,607	91,952	88,379	84,580	83,298	82,225	80,482	79,082	74,397	71,341	68,972	66,981	65,227	63,628	62,135	60
80	124,839	116,321	112,329	108,069	106,629	105,422	103,459	101,879	96,578	93,106	90,405	88,130	86,120	84,284	82,566	80
90	137,208	128,299	124,116	119,648	118,136	116,869	114,806	113,145	107,565	103,904	101,054	98,650	96,524	94,581	92,761	90
100	149,449	140,369	135,807	131,142	129,561	128,237	126,079	124,342	118,498	114,659	111,667	109,141	106,906	104,862	102,946	100
120	173,617	163,648	158,950	153,918	152,211	150,780	148,447	146,567	140,233	136,062	132,806	130,055	127,616	125,383	123,289	120
140	197,451	186,847	181,840	176,471	174,648	173,118	170,624	168,613	161,827	157,352	153,854	150,894	148,269	145,863	143,504	140

Si el valor del Chi Cuadrado es menor o igual al Chi cuadrado crítico se acepta la hipótesis nula caso contrario no es aceptada

$$\chi_{calc}^2 \leq \text{Valor crítico}$$

$$= 29.79 \leq 8.947$$

Entonces no acepta la Hipótesis nula la cual es “El Marketing de Servicios **NO** incidirá notablemente en la satisfacción del usuario del Gobierno Autónomo Descentralizado –Patate

Se acepta la Hipótesis Alternativa que “El Marketing de Servicios **SI** incidirá notablemente en la satisfacción del usuario del Gobierno Autónomo Descentralizado –Patate



## **CAPITULO V**

### **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1 CONCLUSIONES**

Las Municipalidades están cambiando sus intereses estratégicos, están incrementando su capacidad para poder cubrir cada vez mejor los requerimientos de sus usuarios, se puede afirmar que el éxito de una entidad, está condicionada a la capacidad que ésta tiene de satisfacer las expectativas de sus clientes, todo lo cual, demanda la optimización del servicio, lo cual depende en gran parte del grado de organización de los Municipios.

Concluyendo en la presente investigación, se pueden observar los enormes beneficios de la aplicación de programas que busquen la satisfacción de la comunidad, teniendo como referencia a los municipios más grandes con lo cual lograremos gestionar de mejor manera los recursos enviados desde el gobierno nacional.

Hemos observado que los funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate tienen la predisposición para capacitarse en las áreas de atención al cliente y con esto mejorar la calidad en el servicio brindado

También observamos que los usuarios no están satisfechos con la atención que se les brinda por parte de la institución pues sus expectativas y necesidades no son cubiertas en algunos de los casos tienen retrasos innecesarios.

La presente investigación, da a conocer información que ayuda en la toma de decisiones para la realización de este proyecto, así como en la identificación de las ventajas de la puesta en marcha de un programa de capacitación.

## **5.2 RECOMENDACIONES**

Para el mejoramiento institucional se propone lo siguiente:

Mejorar los estándares de calidad para brindar un servicio efectivo y eficiente a los ciudadanos del Cantón Patate.

Proporcionar atención personalizada para el mejoramiento de la imagen institucional tanto en los clientes internos como externos

Socializar e incentivar a la participación y aceptación del programa de capacitación a todos los funcionarios del GAD Patate para lograr la mejora continua y alcanzar la prestación de servicios eficientes

Motivar a los funcionarios y empleados municipales para que exista un empoderamiento organizacional y así brinden un mejor servicio.

Analizar las necesidades de la población frecuentemente para poder prever, los cambios necesarios para el mejoramiento en la prestación de servicios

Dar seguimiento continuo a la ejecución del plan planteado en la presente investigación para cumplir con estándares de calidad en el servicio al usuario, mantener un buen clima institucional y una buena imagen institucional

Evaluar periódicamente el servicio que se ofrece mediante la implementación de buzones de sugerencia, encuestas a los clientes para conocer las fuerzas y debilidades de las instituciones públicas y corregirlas.

## **CAPITULO VI**

### **6. PROPUESTA**

**6.1 TITULO:** “Plan de Capacitación para el mejoramiento en la atención al usuario del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate”



#### **6.1.1 Datos Informativos**

##### **Ubicación Geográfica**

El proyecto de capacitación se desarrollara en el Ilustre Municipio del Cantón Patate provincia del Tungurahua

## Institución que Ejecuta

Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate Departamento de Talento Humano

## Destinatarios o Grupos Meta

### Directos

Funcionarios Municipales

### Indirectos

Usuario, autoridades y Público en general

## 6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

Los servicios de los Gobiernos Autónomos Descentralizados son partícipes de muchas maneras en la obtención de riqueza, de tal forma se los considera como herramientas indispensables para satisfacción de necesidades básicas e incremento de ingresos estatales.

El Marketing orientado al cliente y la prestación de servicios de calidad son las herramientas con que cuentan las instituciones tanto públicas como privadas para la satisfacción de las necesidades tanto de sus clientes internos como externos

Grafico 24



**Fuente:** Investigador

**Elaborado por:** Ivonne Carrera

El servicio según (Daena: International Journal of Good Conscience. 3(1) : 1-64. Octubre 2007 – Marzo 2008. ISSN 1870-557X.), “Se entiende como un conjunto de actividades que satisfacen las necesidades del cliente; aquellas actividades intangibles derivadas de las actitudes y de la capacidad interpersonal del prestador del servicio que deben satisfacer no solo las necesidades, sino también los deseos y expectativas, la distinción que se hace entre una empresa de servicios y de productos es cuestionable, ya que la única diferencia radica en la falta de un producto físico”.

Para que el marketing de servicios tenga su efectividad es necesario que la capacidad y las habilidades del personal que tiene contacto con los usuarios o que está directamente relacionada con la producción del servicio tengan el apoyo necesario para que realicen sus labores de la mejor manera es por esta razón que las empresas de servicios exitosas centran su atención tanto en sus empleados como en sus clientes.

No podemos ni debemos olvidar que independientemente del tipo de institución de que se trate; el fin último para el que la organización ha sido creada es para satisfacer al cliente.

De hecho, quien paga el sueldo de los empleados de manera indirecta es el cliente; por esta razón, el cliente es el "activo" más importante de cualquier empresa, es la "inversión" más valiosa, puesto que la sobrevivencia de ésta sólo se garantizará si hay clientes que paguen por los servicios que se ofrecen

La calidad en el servicio es una cultura, una forma de ser, de vivir, de actuar. La calidad existe cuando los miembros de la institución poseen, comparten y ejercen una serie de valores cuyo fin último es la satisfacción de las necesidades del cliente.

Para lograr una cultura de calidad en el servicio es necesario que cada persona de la organización, tenga un cambio, desarrolle una serie de valores y actitudes lógicas en relación con la visión orientado a satisfacer las necesidades del consumidor, es ponerse siempre en el lugar de los demás; esto implica escuchar

las opiniones del cliente, actuar en una forma que se resuelvan sus problemas y se satisfagan sus expectativas.

Teniendo en cuenta lo anteriormente dicho es necesario tener en cuentas las siguientes herramientas como:

**El marketing interno:** es necesario que la los municipios invierta en la eficacia y el desempeño de sus funcionarios, quienes se convierten en sus clientes internos. Para ello debe instruirlos y motivarlos a fin de que trabajen en equipo y proporcionen satisfacción a los usuarios. De lo contrario no se alcanzará un servicio adecuado y eficiente.

**El marketing interactivo:** La percepción de la calidad de un servicio depende de la comunicación entre el comprador y el suministrador del servicio, tomando en cuenta tanto la calidad del que presta el servicio como la de la prestación del mismo. En cada interacción tanto el servicio como la organización son valorados por el cliente.

Tanto la calidad experimentada como la calidad esperada están influenciadas por los siguientes factores:

- Accesibilidad del servicio: Facilidad de obtención del servicio.
- Comunicación del servicio: Descripción del servicio de manera precisa y clara.
- Capacidad del personal: Demostración de habilidades y conocimientos.
- Cortesía y amabilidad del personal: Atención respetuosa y agradable.
- Credibilidad de la organización: Expresión de la confiabilidad en que la organización realmente quiere ayudar a los clientes.
- Respeto a las normas y plazos: Prestación uniforme y precisa.
- Capacidad de reacción del personal: Rápida y con imaginación.
- Seguridad: Prestación sin riesgos.
- Comprensión del cliente: Trato personal.

### **6.3 JUSTIFICACIÓN**

La función de marketing desempeña un papel fundamental en la planificación estratégica de la organización. Si bien la confección de un plan de marketing no garantiza el éxito de la empresa, si es cierto que representa una serie de ventajas y sobre todo impone una disciplina interna.

La Dirección Administrativa y de Talento Humano son las debilidades del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate pues el talento humano no es tomado en cuenta como una de las herramientas fundamentales en el desarrollo de los objetivos institucionales

La falta de capacitación a los funcionarios juega un papel fundamental en la deficiente atención a los usuarios pues dichos empleados no reciben cursos de capacitación ni de motivación con lo cual no se lograra el empoderamiento institucional lo cual se refleja en la mala atención al usuario y en la insatisfacción del mismo

La presente propuesta hace énfasis en los diversos tipos de público que están involucrados en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate, pues muchas veces solo se tienen en cuenta a los beneficiarios económicos y casi siempre se olvida el público trascendental para el éxito institucional a si también el personal interno de la organización. Es por esta razón que las actividades que permitan su capacitación y formación así como el desarrollo de un sentido de pertenencia para con el Municipio son en parte la compensación que pudieran recibir por el trabajo realizado, de allí que el Alcalde no puede perder de vista estas actividades como parte de su gestión.

No hay que olvidar que el personal interno es quien está en contacto con el públicos involucrado de la institución razón por la cual es muy importante que estén en capacidad de responder adecuadamente ante cualquier situación, por tanto es una tarea que debe ser considerada como prioritaria para alcanzar el éxito institucional.



## **6.4 OBJETIVOS**

### **6.4.1 Objetivo General**

Proponer un marketing estratégico para fortalecer el recurso humano en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate para modernizar la atención al usuario

### **6.4.2 Objetivos Específicos**

- Definir el personal encargado de realizar la capacitación
- Determinar los temas que se tendrán en cuenta para los talleres de capacitación
- Optimizar el Talento Humano y los recursos tecnológicos
- Responder a los requerimientos de los usuarios
- Ofrecer a los usuarios servicios de calidad y calidez

## **6.5 Desarrollo de la Propuesta**

Los talleres de Capacitación fortalecerán a la institución para que puedan:

- Proyectar al Municipio como una institucional enfocada a la calidad eficacia y eficiencia
- Desarrollar su imagen como institución pública moderna y capaz de prestar servicios que cubran las necesidades de los usuarios con claridad celeridad y eficiencia

### **¿Por qué?**

Las personas dominan el entorno pues tienen contacto directo con los usuarios de un determinado sector o circunscripción territorial y dejan una gran impresión en cada uno de ellos, la misma que va ligada a códigos lingüísticos que son usados en la comunicación por lo que es considerada una de las áreas de vital importancia en la atención al usuario del servicio

El presente proyecto ofrece alternativas para capacitar y mejorar sus servicios institucionales mediante la asesoría de profesionales en el ramo de la comunicación, administración de Talento Humano, y Motivación factores indispensables para el buen funcionamiento de las instituciones

Los Municipios necesitan y necesitarán mucho más aún, a corto plazo, servicios expertos y eficientes en este ramo, pues en la actualidad todas las instituciones sean estas públicas o privadas están en caminadas a destacar en el atención al cliente que cada día se vuelve más exigente en cubrir sus necesidades pues están conscientes de su rol en el desarrollo de su comunidad y de su país..

Por ende la presente propuesta consta de cinco pasos que se deben tomar en cuenta para llegar a la consecución de objetivos institucionales:

**1ra Etapa.-** Se relaciona con la planeación del modelo, donde definimos la misión, visión, metas, políticas y acciones a seguir.

**2da Etapa.-** Se refiere a la organización: estructura organizativa, valores de la organización y conformación del Comité de Gestión del Talento Humano Municipal.

**3ra Etapa.-** Marketing estratégico, capacitación de funcionarios Municipales

**4ta Etapa.-** Tiene relación con el control y seguimiento del modelo planteado para la consecución y éxito de la mismo

**5ta Etapa.-** Está destinada a la implementación del nuevo modelo de Gestión del **Talento Humano** en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate para perfeccionar la atención al usuario.

### **6.5.1 Primera Etapa**

**Misión.-** Posicionar la imagen institucional para lograr el desarrollo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate en base a un nuevo modelo de Gestión del Talento Humano, como estrategia que permita brindar a la comunidad una atención eficiente en los distintos servicios que ofrece

**Visión al 2020.-** Ser una empresa pública moderna con cobertura total y responsabilidad social, reconocida por su enfoque en la satisfacción de las necesidades de sus usuarios

**Metas.-** Entre las metas principales que plantea el Gobierno Municipal del Cantón Patate están:

- Aplicación del nuevo modelo de Gestión del Talento Humano.
- Elevar la auto estima de funcionarios, empleados y trabajadores municipales
- Establecer normas claras de trabajo por objetivos y metas
- Capacitar al personal en atención al usuario
- Lograr una nueva imagen institucional.
- Atender al usuario con eficacia y eficiencia

**Políticas.-** Las políticas que el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate debe adoptar y aplicar para conseguir una buena atención al usuario son:

- Institucionalizar la Gestión del Talento Humano como norma para mejorar la atención al usuario.
- Nombrar a los administradores del Talento Humano mediante concursos públicos de merecimientos y oposición.
- Elaborar un plan de capacitación
- Planificar evaluaciones permanentes para corregir errores y brindar la atención al usuario con eficiencia y eficacia

**Estrategias del modelo Acciones.-** Las principales acciones a tomar son:

- ✓ Aplicar las políticas planteadas.
- ✓ Aplicar la evaluación del desempeño al personal municipal que atiende al público.
- ✓ Trabajar en función de la motivación.
- ✓ Aplicar el plan de capacitación
- ✓ Satisfacer las necesidades de los usuarios.

### **6.5.2 Segunda Etapa**

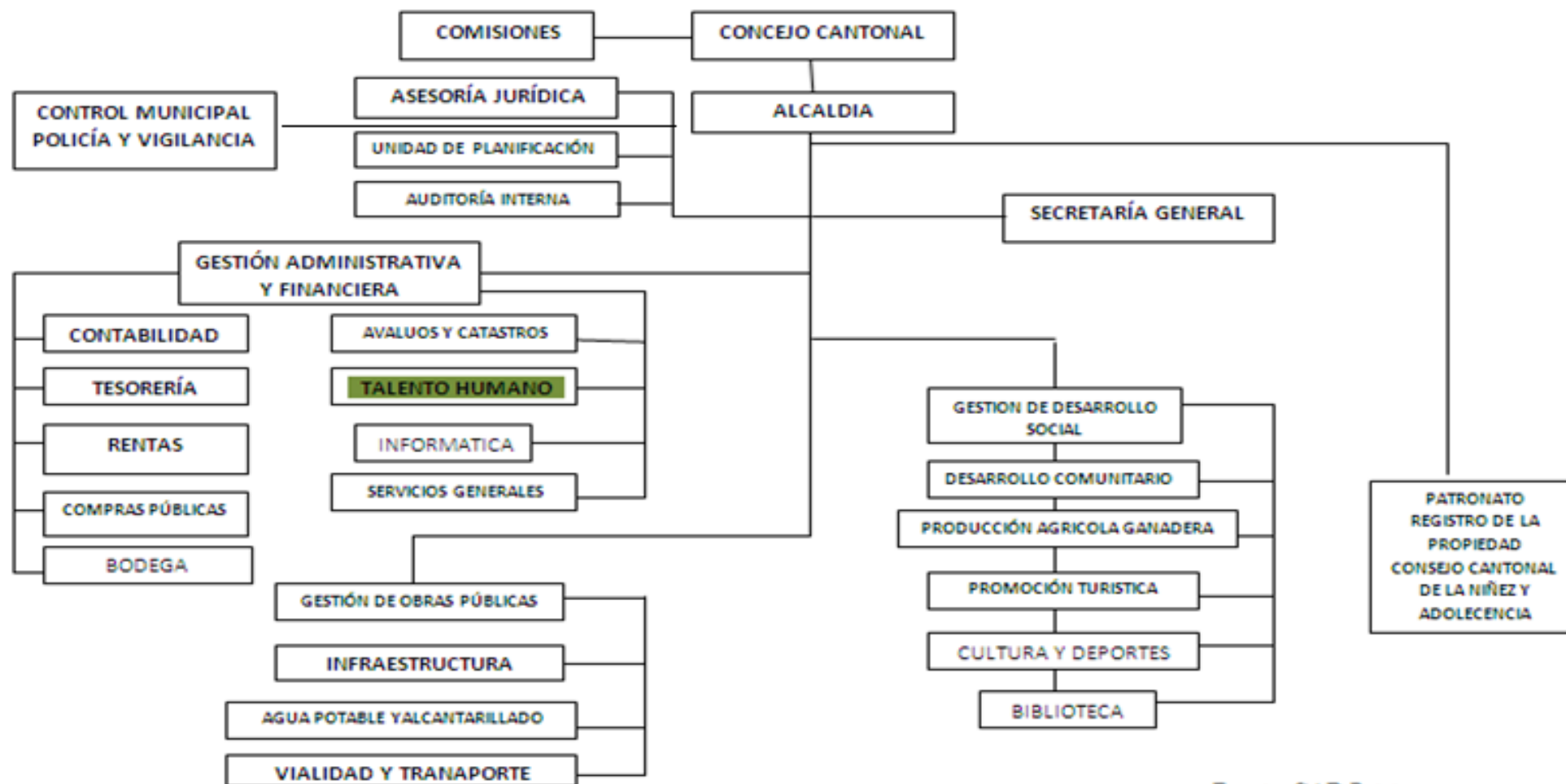
Esta etapa se refiere a la Organización del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate que contiene:

#### **a) Estructura organizacional**

Es necesario crear una estructura organizativa en Dirección del Talento Humano, la cual será capaz de brindar: seguridad, capacidad, creatividad, motivación, calidad y calidez en la atención al usuario, a de más que permitirá a la institución resolver las necesidades insatisfechas en la prestación de servicios públicos. Primero es el Reclutamiento y Selección del talento humano en base a sus habilidades y capacidades que le permitan laborar correctamente en las funciones que se les sea asignada. La segunda preocupación será: sueldos y Salarios justos de acuerdo a la Ley de Servicio Civil y Carrera Administrativa y al Código del Trabajo respectivamente; la elaboración y ejecución del Plan de Capacitación es necesario para mejorar las habilidades y destrezas de los funcionarios, empleados y trabajadores del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate.

## ORGÁNICO ESTRUCTURAL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN PATATE

GRAFICO 25



Fuente: GAD Patate  
Elaborado por: Ivonne Carrera

### **6.5.3 Tercera Etapa**

#### **Marketing estratégico a funcionarios Municipales**

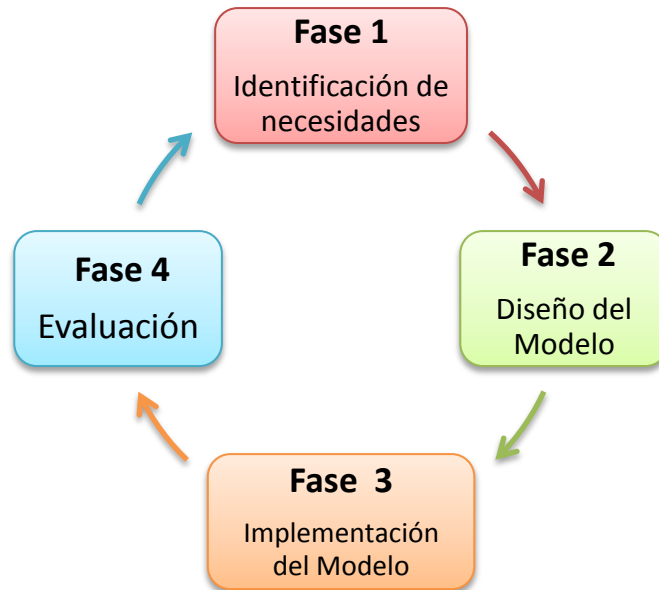
El marketing estratégico servirá para dar a conocer al GAD Patate como una de las instituciones que brinda servicios de calidad a la ciudadanía así también posicionara su imagen institucional, para lo cual se iniciaría con la capacitación a sus funcionarios pues ellos son la razón de ser del municipio

La Capacitación es la encargada de transformar o moldear ciertas áreas que aun cuentan con graves debilidades y que demuestran un bajo déficit servicial de su institución ante la sociedad, debe ser considerada como una actividad sistemática, planificada y permanente, cuyo propósito general debe encaminarse a preparar, desarrollar e integrar al Talentos Humano en el proceso productivo, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para el mejor desenvolvimiento de sus competencias orientadas hacia el cumplimiento de metas y objetivos

Las Instituciones son el resultado de lo que hagan o dejen de hacer quienes la conforman, cada individuo tiene algo que aportar y para convertir el conocimiento personal en organizacional, es necesario promover un ambiente que fomente el diálogo, la discusión, la observación, la imitación, la práctica y la experimentación desde la alta gerencia hacia abajo de la pirámide organizacional

Mediante la investigación de campo se realiza la detección de necesidades en la institución para determinar el tipo de capacitación que requiere cada funcionario, para lo cual es necesaria la implementación de un modelo sistemático de capacitación en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate aplicando las fases que se muestran en el grafico a continuación

**Grafico 26**



**Fuente:** Investigador

**Elaborado por:** Ivonne Carrera

La evaluación de necesidades comienza con un análisis de la organización, el personal de Talento Humano junto con los directores departamentales deben establecer un contexto para la capacitación decidiendo donde es más necesaria, como se relaciona con las metas y cuál es la mejor manera de utilizar los recursos organizacionales que son asignados por el presupuesto general del Estado para este fin.

Al diseñar un programa de capacitación, directores deben tomar en cuenta dos condiciones previas para el aprendizaje: disposición y motivación, además es preciso considerar los principios del aprendizaje, como lo son el establecimiento de metas, la práctica, la retroalimentación, las recompensas y refuerzo.

### **Relaciones humanas**

Las Relaciones Humanas son las encargadas de crear y mantener entre los individuos relaciones cordiales, vínculos amistosos, basados en ciertas reglas

aceptadas por todos, fundamentalmente, en el reconocimiento y respeto de la personalidad humana.

Para lograr esta meta de mejorar las relaciones interpersonales podemos tomar en cuenta los siguientes talleres que serán de mucha utilidad en el desarrollo institucional

- ✓ Programación Neurolingüística para atención al usuario

**TABLA 9**

<b>Seminario de programación Neurolingüística</b>
<p>¿Quieres cambiar algún aspecto de tu vida de forma rápida y permanente? En Programación Neurolingüística Hoy queremos brindarte las herramientas para alcanzar el éxito personal en cualquier área de tu vida, así que te presentamos este curso de neurolingüística</p> <p><b>¿Qué logrará con el curso?</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Manejar técnicas de convencimiento.</li><li>➤ Como evaluar a un usuario a primera vista.</li><li>➤ Como debe ser tu primera presentación</li></ul> <p><b>Los participantes del curso Neurolingüística aprenderán a:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Identificar el significado y los tipos de mensajes que envían los usuarios.</li><li>➤ Valorar la importancia que tienen la actitud en la vida individual y social.</li><li>➤ Identificar los problemas como etapas de una interrelación.</li><li>➤ Relatar los las diferentes expresiones del lenguaje no verbal.</li></ul>



- Desarrollar las actitudes y técnicas más favorables para el manejo de lenguaje no verbal.

Curso de Neurolingüística dirigido a :  
Funcionarios Públicos y personal en general.

Nota:

El curso Neurolingüística se imparte en su empresa o institución, en las fechas y horarios que usted determine, la duración es de 15 horas.

Le invitamos a contactar con nosotros, para poder enviar una propuesta detallada con la información del curso Neurolingüística :

(0155) 2614 2678 / (0155) 2614 2730

[cursos@acape.com.mx](mailto:cursos@acape.com.mx)

**Fuente:** Investigador

**Elaborado por:** Ivonne Carrera

- ✓ Manejo de Conflictos

**TABLA 10**

Descripción curso Manejo de Conflictos
<p>Carecer de un enfoque positivo para manejar el conflicto, provoca entre los seres humanos tensiones que pueden terminar en desintegración social.</p> <p>Por la naturaleza misma de las interacciones entre las personas existen una serie de fenómenos sociales que es necesario comprender con el fin de aplicar los criterios lógicos que constituyan el desarrollo de las habilidades para el manejo de conflictos.</p>

**Este curso** parte desde la reflexión de la naturaleza del conflicto, sus orígenes, sus áreas, tipos, hasta la manifestación y repercusión de los mismos y la manera adecuada del manejarlos.

**¿Qué logrará con el curso Manejo de Conflictos?**

- Prevenir que sucedan los conflictos.
- Manejar los conflictos con sentido constructivo y evitar consecuencias graves que afectan la productividad.

**Los participantes del curso Manejo de Conflictos aprenderán a:**

- Identificar el significado y los tipos de conflictos que existen.
- Valorar la importancia que tienen los conflictos en la vida individual y social.
- Identificar los problemas como conflictos.
- Relatar los las diferentes expresiones del conflicto.
- Desarrollar las actitudes y técnicas más favorables para el manejo de conflictos.

Curso Manejo de Conflictos dirigido a :  
Ejecutivos y personal en general.

Nota:

El curso Manejo de Conflictos se imparte en su empresa o institución, en las fechas y horarios que usted determine, puede integrar hasta 20 participantes por la misma inversión la duración es de 20 horas.

En caso de no contar con aula para la impartición del curso

Manejo de Conflictos ofrecemos nuestras instalaciones sin cargo extra. \*Se aplican restricciones

Le invitamos a contactar con nosotros, para poder enviar una propuesta detallada con la información del curso

Manejo de Conflictos:

(0155) 2614 2678 / (0155) 2614 2730

cursos@acape.com.mx

**Fuente:** Investigador

**Elaborado por:** Ivonne Carrera

- ✓ Relaciones Públicas Efectiva

**TABLA 11**

**Seminario de Relaciones Públicas Efectivas**

El curso aborda la temática de las **Relaciones Públicas** desde una perspectiva amplia aplicable tanto al ámbito institucional de eventos como del marketing y las relaciones públicas dentro de las organizaciones

**Al completar el curso los asistentes estarán en capacidad de:**

- Manejar situaciones de crisis que involucren las relaciones públicas.
- Como relacionarse con los usuarios.
- Como relacionarse con sus compañeros de trabajo.
- Como mejorar el clima institucional

**Se trataran temas como:**

- Introducción a las Relaciones Públicas.
- Concepto de las relaciones públicas.
- Definición e importancia.
- Fundamentos del proceso de comunicación.

- Feedback o retroalimentación.
- Tipos de público.
- Caracterización y diferenciación.
- El decálogo de las relaciones públicas.
- Las relaciones publicas en la organización.
- La organización como sistema.
- Cambio organizacional, creatividad e innovación, capacitación, motivación, liderazgo y el rol de las relaciones públicas en estos procesos.

Nota:

El curso de Relaciones Públicas se imparte en su empresa o institución, en las fechas y horarios que usted determine, la duración es de 30 horas.

Contáctese con nosotros, para poder enviar una propuesta detallada con la información del curso

(0155) 2614 2678 / (0155) 2614 2730

[cursos@acape.com.mx](mailto:cursos@acape.com.mx)

**Fuente:** Investigador

**Elaborado por:** Ivonne Carrera

✓ Imagen Institucional

**TABLA 12**

<b>Seminario de Imagen Institucional</b>
<p>El curso aborda la importancia de la imagen corporativa desde una perspectiva amplia aplicable tanto al ámbito institucional y social dentro de las organizaciones</p> <p><b>Se trataran temas como:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Imagen y Comunicación Corporativa.</li> </ul>

- ✓ Identidad e imagen institucional.
- ✓ Perfil de la organización.
- ✓ Entes generadores de imagen.
- ✓ Variables que intervienen en la comunicación institucional interna y externa.
- ✓ Comunicación efectiva con el personal.

Nota:

El seminario se imparte en su empresa o institución, en las fechas y horarios que usted determine, la duración es de 20 horas.

Contactos para envío de propuesta detallada con la información del curso

(0155) 2614 2678 / (0155) 2614 2730

[cursos@acape.com.mx](mailto:cursos@acape.com.mx)

**Fuente:** Investigador

**Elaborado por:** Ivonne Carrera

- ✓ Servicio al Cliente

**TABLA 13**

<b>Seminario de Servicio al Cliente</b>
<p>El seminario cubrirá la importancia del servicio al cliente desde una perspectiva amplia aplicable tanto al ámbito institucional público y privado dentro de las organizaciones</p> <p><b>Se trataran temas como:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Los usuarios y sus expectativas.</li> <li>✓ Los usuarios y sus necesidades</li> <li>✓ Los usuarios y la satisfacción.</li> <li>✓ Mejora continua y Flexibilidad.</li> </ul>

✓ El trabajo y el usuario lo esencial.

Nota:

El seminario se imparte en su empresa o institución, en las fechas y horarios que usted determine, la duración es de 40 horas.

Contactos para envío de propuesta detallada con la información del curso

(0155) 2614 2678 / (0155) 2614 2730

[cursos@acape.com.mx](mailto:cursos@acape.com.mx)

**Fuente:** Investigador

**Elaborado por:** Ivonne Carrera

En lo que respecta a la atención al cliente debemos tener en cuenta que brindar un buen servicio no alcanza, si el usuario no lo percibe, por lo cual es necesario tener presente los siguientes aspectos que hacen a la atención al público eficiente y eficaz.

**Cortesía:** El usuario desea siempre ser bien recibido, sentirse importante y que perciba que uno le es útil.

**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".

**Confiable:** Los usuarios quieren que su experiencia de utilización de servicios públicos sean 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.

**Atención personal:** Nos agrada y nos hace sentir importantes la atención personalizada, una forma de individualizar el servicio es llamar al usuario por su nombre.

**Personal bien informado:** El usuario espera recibir de los empleados encargados de brindar un servicio, una información completa y segura respecto de los productos que venden.

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

#### **6.5.4 Cuarta Etapa**

##### **Control y Seguimiento del Modelo (Monitoreo)**

Fijar las medidas de control y el tipo de resultados, para realizar las correcciones necesarias teniendo como base las evaluaciones a nivel institucional:

- Aumento de productividad en la oferta de servicios,
- Mejora de la imagen institucional,
- Aumento de la eficacia y eficiencia institucional,
- Mejora del clima organizacional y
- Mejora de relaciones entre jefes y subalterno

Para lo cual será necesario proceder a la utilización de ciertas herramientas de control a través de:

La Evaluación de los Recursos Humanos que permite: Elevar la autoestima, aumento de la motivación, personal capacitado y de mejor calidad, atención eficiente a los usuarios, mejorar las habilidades y destrezas, cambio de actitudes, comportamiento individual y social de los funcionarios y empleados del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate.

La Evaluación de tareas encomendadas a los funcionarios de la entidad que es objeto de nuestra investigación para aumentar la capacidad de desempeño, mejoraren la eficiencia y atender al público en forma rápida y cordial.

Luego se Revisa el Proceso para constatar los problemas, analizarlos y resolverlos en bien de la institución; observar si se ha logrado los objetivos y metas e inmediatamente tomar las acciones correctivas

### **6.5.5 Quinta Etapa**

#### **Modelo de capacitación para el Talento Humano**

##### **Objetivos**

El presente modelo de capacitación consiste en proporcionar al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate un instrumento de trabajo técnico sobre la importancia de la Gestión del Talento Humano para mejorar la atención al usuario de sus servicios.

Tiene una gran importancia pues nos permite conocer la calidad del capital humano del Municipio, así como también lineamientos básicos de Gestión del Talento Humano con esto determinaremos las acciones concretas para brindar el mejor servicio a los usuarios.

**Los Lineamientos generales se basan en:** misión, visión, metas, políticas y acciones; financiamiento y participación, proceso de aplicación y tiempo.

Las Políticas Institucionales son fundamentales pues sirven de guía y permiten el cumplimiento del modelo de capacitación en el GAD Patate.

Otra de las partes fundamentales es la parte legal pues debe ser aprobada por el Concejo en Pleno para que entre en vigencia en forma legal e inmediata, una vez realizado este paso se procede con la Socialización del Modelo, el cual servirá para informar a las partes interesadas sobre sus deberes y derechos en lo que tiene relación con el tema propuesto.

Para la aplicación del nuevo Modelo se necesitan Recursos: Humanos, técnicos, materiales y económicos.

Finalmente un Cronograma de actividades a cumplir, establecido en tiempo como consta a continuación.



### 6.5.5.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE LA PROPUESTA

**TABLA 14**

Actividades	Mes				Mes				Mes			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Presentación del modelo	■											
Obtener la aprobación del Concejo Municipal		■										
Contratación de un asesor experto en el tema			■									
Conformar el comité encargado del proyecto			■									
Socialización del Modelo a implementar				■								
Recolección de información					■	■	■	■	■			
Desarrollo del Modelo de Capacitación					■							
✓ Programación Neurolingüística para atención al usuario						■						
✓ Manejo de Conflictos							■					
✓ Relaciones Públicas Efectiva								■				
✓ Imagen Institucional									■			
✓ Servicio al Cliente										■		
Evaluación de resultados											■	■
Ajustes y/o correcciones de las fallas del modelo											■	■
Seguimiento de la a implementación.						■	■	■	■	■	■	■

**Fuente:** Investigador

**Elaborado por:** Ivonne Carrera

Se presenta a continuación una tabla en la que se reflejan con claridad los resultados que esperamos obtener con la utilización del modelo propuesto; en esta tabla se involucran las 5 etapas del esquema mencionado

## 5.6 PLAN OPERATIVO DE LA PROPUESTA

TABLA 15

#	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	LUGAR
1	Presentación y exposición de la propuesta ante el Sr Alcalde del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate.	Ivonne Carrera	Sala de Sesiones del Concejo Municipal
2	Socialización de la propuesta con funcionarios, empleados y trabajadores municipales	Ivonne Carrera	Sala de Sesiones del Concejo Municipal
3	Aprobación de la propuesta por el Concejo Municipal.	Concejo Municipal en pleno	Sala de Sesiones del Concejo Municipal
4	Inicio del Modelo Propuesto	Alcalde del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate	Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate
5	Primera evaluación del modelo de capacitación de Talento Humano para el mejoramiento en la atención al usuario.	Equipo de Evaluadores	Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate

**Fuente:** Investigador

**Elaborado por:** Ivonne Carrera

## **5.7 Resultados Esperados**

Los resultados que esperamos obtener con la puesta en marcha del modelo de marketing de servicios y la capacitación al talento Humano del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate es implementar una estrategia que permita satisfacer las necesidades de los usuarios así como también recuperar la imagen institucional del Gobierno Municipal, ya que la misma se encuentra muy deteriorada en lo que se refiere a eficiencia en la prestación de servicios y trato al usuario

Proponer la capacitación constante del Talento Humano que está directamente relacionado con atención al usuario con la finalidad de planificar, organizar y dirigir las actividades de mejoramiento continuo a los funcionarios y empleados de la institución.

Plantear el diseño, institucionalización y ejecución del plan anual de capacitación a funcionarios, empleados y trabajadores, logrando con esto el empoderamiento institucional al mismo tiempo que se eleva la autoestima de funcionarios, empleados y trabajadores del del GAD Patate.

Establecer el trabajo institucional para el cumplimiento de metas y objetivos a corto y largo plazo con el fin de obtener resultados satisfactorios tanto para la institución como para la comunidad utilizando para ello el modelo antes planteado

**5.7 TABLA DE LAS ACCIONES A EVALUAR Y RESULTADOS A  
OBTENER**

**TABLA 16**

<b>ETAPAS</b>	<b>HERRAMIENTAS EVALUACIÓN</b>	<b>RESULTADOS A OBTENER</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>TIEMPO DE EJECUCIÓN</b>
I ETAPA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ficha de control de actividades</li> <li>Comprobar la implementación de las políticas y estrategias a través de informes.</li> </ul>	Cumplimientos de los objetivos previstos en el desarrollo de actividades y presentación de las estrategias del caso.	Alcalde Dirección Administrativa	Dos Semanas
II ETAPA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluación de la Jefatura de Talento Humano a través de las herramientas de evaluación del desempeño propuesto.</li> <li>Evaluación de los objetivos y resultados a través de informes</li> </ul>	Se cumple el objetivo, por ser la Jefatura de Talento Humano responsable de aplicar todo lo propuesto en el modelo	Jefatura de talento Humano	Tres Semanas
III ETAPA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ficha de control de actividades.</li> <li>Ficha de evaluación de resultados.</li> <li>Informe de resultados obtenidos por la implementación del plan de capacitación</li> </ul>	Da cumplimiento por el desarrollo del modelo propuesto, por dar solución a los principales problemas detectados.	Jefatura de talento Humano	Cuatro Semanas
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ficha de control de</li> </ul>	Se puede comparar		

IV ETAPA	<p>actividades.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Retroalimentación de resultados a través de la comparación</li> </ul>	<p>en la retroalimentación que desarrollan las diferentes etapas propuestas</p>	<p>Jefatura de talento Humano</p>	<p>Una Semana</p>
V ETAPA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informe para medir el crecimiento de la productividad de servicios de calidad, atención al público.</li> <li>• Ficha de control de actividades.</li> <li>• Informe de resultados obtenidos para la retroalimentación.</li> </ul>	<p>Si se cumple al implementar el modelo, por el hecho de un mayor incremento en la productividad y calidad de servicios. Además de reflejarse en los resultados obtenidos.</p>	<p>Jefatura de talento Humano</p>	<p>Dos Semanas</p>

**Fuente:** Investigador

**Elaborado por:** Ivonne Carrera

## BIBLIOGRAFÍA

(s.f.). Recuperado el 12 de 05 de 2014, de <http://marketingdeservicios.blogspot.com/>:  
<http://marketingdeservicios.blogspot.com/>

<http://definicion.de/satisfaccion-del-cliente/#ixzz31cdfhG4Z>. (s.f.). Recuperado el 13 de Mayo de 2014

ALVARADO DÁVILA TANYA AMERICA, V. L. (2010). GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO EN EL GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN CALUMA, PROVINCIA BOLÍVAR -AÑO 2010. 124. (F. d. Informática, Ed.) Guaranda, Bolivar, Ecuador: Universidad Estatal de Bolívar.

ANGULO. S, S. E. (2012). "Auditoría de gestión al Departamento de Talento Humano y Servicios del Gobierno. 99. (E. d. Distancia, Ed.) Esmeraldas, Esmeraldas, Ecuador: UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA .

Antonio, F. A. (2005). En F. A. Antonio, *99 Principios administrativos* (pág. 265). Diana .

Armstrong, P. K.-G. (1984). *Fundamentos de Marketing*. Pearson Educación 2003 Versión español.

Asociación de Municipalidades del Ecuador-AM. (2012). <http://www.ame.gob.ec/ame/>. Recuperado el 15 de 12 de 2013

Asociación de Municipalidades del Ecuador-AME. (2012). <http://www.ame.gob.ec/ame/>. Recuperado el 05 de 11 de 2013

Carrera, I. E. (2004). *La administración de personal en América Latina* (Cuarta ed.). Bogotá: Ecoediciones.

Castro, D. d. (2006). *Merchandising*.

Castro, D. d. (2006). *Merchandising*.

Chiavenato, I. (2010). *Administración de Recursos Humanos*.

Contabilidad, F. I. (2011). *Normas Internacionales de Información Financiera* (13 ed.). Mexico DF: Instituto Mexicano de Contadores Públicos,.

Cultural, S. A. (2013). *Diccionario de marketing /Cultural, S. A.* España: Cultural .

D'Angelo, A. G. Consultor en Marketing & Opinión Pública. En *COMEREI Marketing*.

*Definición de satisfacción del cliente - Qué es, Significado y Concepto*

<http://definicion.de/satisfaccion-del-cliente/#ixzz31cdfhG4Z>. (s.f.). Recuperado el 13 de Mayo de 2014

Dessler, G. (2006). *Administración de personal*.

Harper y Lynch. (14 de Abril de 2011).  
<http://www.monografias.com/trabajos84/evaluacion-actividad-recursos-humanos/evaluacion-actividad-recursos-humanos2.shtml>. Recuperado el 13 de Mayo de 2014

Hill, M. E. (s.f.).  
<http://www.monografias.com/trabajos14/formacionrrhh/formacionrrhh.shtml#ixzz31cY0yguZ>. Recuperado el 13 de Mayo de 2014

<http://deconceptos.com/ciencias-sociales/axiologia#ixzz2qPZZB6kj>. (s.f.). Recuperado el 13 de 01 de 20014

<http://definicion.de/epistemologia/#ixzz2qPX1Epi3>. (2008). Recuperado el 13 de 01 de 2014

<http://definicion.de/metodologia/#ixzz2qPc3QwLi>. (s.f.). Recuperado el 13 de 01 de 2014

<http://definicion.de/ontologia/#ixzz2qPRKTPjE>. (2008). Recuperado el 14 de 01 de 2014

<http://es.wikipedia.org/wiki/Conformidad>. (s.f.). Recuperado el 13 de Mayo de 2014

<http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>. (s.f.). Recuperado el 12 de 05 de 2014

<http://es.wikipedia.org/wiki/Fidelizaci%C3%B3n>. (s.f.). Recuperado el 12 de 05 de 2014

<http://es.wikipedia.org/wiki/Satisfacci%C3%B3n>. (s.f.). Recuperado el 13 de Mayo de 2014

<http://es.wikipedia.org/wiki/Satisfacci%C3%B3n>. (s.f.). Recuperado el 13 de Mayo de 2014

<http://fcp.uncu.edu.ar/claroline/backends/download.php?url>. (2013). Recuperado el 13 de 01 de 2014

<http://manualingenieriaindustrial.blogspot.com/2008/07/definicion-de-los-clientes-internos-y.html>. (s.f.). Recuperado el 13 de Mayo de 2014

<http://metodologiadelainvestigacion.lacoctelera.net/post/2010/05/29/el-enfoque-cualitativo>. (05 de 2010). Recuperado el 13 de 01 de 2014

[http://ri.biblioteca.udo.edu.ve/bitstream/123456789/442/1/TESIS\\_ITyPR--%5B00340%5D--\(tc\).pdf](http://ri.biblioteca.udo.edu.ve/bitstream/123456789/442/1/TESIS_ITyPR--%5B00340%5D--(tc).pdf). (1992). Recuperado el 13 de 01 de 2014

<http://talentohumanofaba2013.blogspot.com/2013/03/definicion-de-talento-humano.html>. (5 de Marzo de 2013). Recuperado el 13 de Mayo de 2014

<http://www.abc.com.py/edicion-impresas/suplementos/economico/desarrollo-del-talento-humano-451051.html>. (16 de 09 de 2012). Recuperado el 13 de 01 de 2014

<http://www.competencias.gob.ec/pdf/biblioteca-virtual/reformas-cootad-2014.pdf>. (21 de Enero de 2014). Recuperado el 26 de 04 de 2014

<http://www.costabonino.com/intro-m.pub.pdf>. (s.f.). Recuperado el 13 de 01 de 2014

<http://www.degerencia.com/tema/ventas>. (s.f.). Recuperado el 12 de Mayo de 2014, de <http://www.degerencia.com/tema/ventas>

<https://sites.google.com/site/telecoprd/definicion-de-cliente-interno>. (s.f.). Recuperado el 13 de Mayo de 2014

Know. (24 de Octubre de 2012). Recuperado el 12 de Mayo de 2014, de <http://www.knoow.net/es/cieeconcom/gestion/gestioncomercial.htm>

Kotler, P. (2010). En P. Kloter, *El Marketing según Kotler* (pág. 312). PAIDOS IBERICA.

LEY ORGANICA DE SERVICIO PUBLICO, LOSEP. ( 06-oct-2010). DE LA FORMACION Y LA CAPACITACION. En *Registro Oficial Suplemento 294* (pág. Pag. 32).

LEY ORGANICA DE SERVICIO PUBLICO, LOSEP. (06-oct-2010). DE LA FORMACION Y LA CAPACITACION. En *Registro Oficial Suplemento 294* (pág. pag 32).

Mantilla, L. M. (18 de Febrero de 1999). *La administracion de recursos humanos en el Sector Público*. Obtenido de <http://administracion.com/personal/mantilla.pdf>

Mascareño, C. Municipalización de los servicios sociales en América Latina. En C. L. Desarrollo. Venezuela.

En V. Mastreta, *Administracion de los sistemas de Producción* (Tercera edición ed., pág. 155).

MENESES, M. A. (2010). DISEÑO DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO EN EL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS. 133. (A. D. HUMANOS, Ed.) Quito, Pichincha, Ecuador: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL.

Muñiz., L. *Sistema de Control de Gestión en la Práctica*. (3era Edición ed.).

Pablo, L. (2011). *Gestión de los Recursos Humanos*. Victoria , Canadá .

Palomares. (2005). <http://www.monografias.com/trabajos82/relacion-marketing-gestion>.

Peter, M. (2010). *Formación, productividad y competencia laboral en las organizaciones*. Montevideo.

Racalde, I. H. (2011). [http://www.slideshare.net/hector\\_recalde/mtodologa-de-la-investigac](http://www.slideshare.net/hector_recalde/mtodologa-de-la-investigac). Recuperado el 13 de 01 de 2014



Raymundo, A. G. (2010). En A. G. Raymundo, *Administración de Empresas I* (pág. 209). Editora Tiempo S. A.

Raymundo, A. G. *Administración de Empresas I*. Editora Tiempo S. A.

Revista Rescate. (2004). *La Cooperación Hemisférica en el combate a la Corrupción*. (15).

REYES, W. E. (2013- 2014). ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL PARA LA UNIDAD ADMINISTRATIVA DEL TALENTO HUMANO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN LA LIBERTAD,. 183. (F. D. ADMINISTRACION, Ed.) *La libertad*, Santa Elena, Ecuador: UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE STA ELENA (Carrera de Administración Pública).

Satesmases Mestre, M. (1996). *Marketing Estratégico*. España- Cap.: Ed. Pirámide.

Staff of the Ohio State University. (1965). *Marketing*.

Stanton, W. J. (1969). *Fundamentos de Marketing*. En B. J. Michael J. Etzel, & 2. McGraw-Hill (Ed.).

Trenzano, J. M. (2011). *Marketing y Ventas*. En J. M. Trenzano. Barcelona, España: Oceano.

V Conferencia Iberoamericana de Ministros de Administración. (2003). *Carta Iberoamericana de la Función Pública*. Santa Cruz de la Sierra, Bolivia.

V Conferencia Iberoamericana de Ministros de Administración. (2003). *Carta Iberoamericana de la Función Pública*. Santa Cruz de la Sierra, Bolivia.

Vivar, D. y. (2009). *Merchandising*.

## **LINCOGRAFÍA**

<http://deconceptos.com/ciencias-sociales/axiologia#ixzz2qPZZB6kj>. (s.f). Recuperado el 13 de 01 de 2014

<http://definicion.de/epistemologia/#ixzz2qPX1Epi3>. (2008). Recuperado el 13 de 01 de 2014

<http://definicion.de/metodologia/#ixzz2qPc3QwLi>. (s.f.). Recuperado el 13 de 01 de 2014

<http://definicion.de/ontologia/#ixzz2qPRKTPjE>. (2008). Recuperado el 14 de 01 de 2014

<http://fcp.uncu.edu.ar/claroline/backends/download.php?url>. (2013). Recuperado el 13 de 01 de 2014

*<http://metodologiadelainvestigacion.lacoctelera.net/post/2010/05/29/el-enfoque-cualitativo>*. (05 de 2010). Recuperado el 13 de 01 de 2014

*[http://ri.biblioteca.udo.edu.ve/bitstream/123456789/442/1/TESIS\\_ITyPR--%5B00340%5D--\(tc\).pdf](http://ri.biblioteca.udo.edu.ve/bitstream/123456789/442/1/TESIS_ITyPR--%5B00340%5D--(tc).pdf)*. (1992). Recuperado el 13 de 01 de 2014

*<http://www.abc.com.py/edicion-impresasuplementos/economico/desarrollo-del-talento-humano-451051.html>*. (16 de 09 de 2012). Recuperado el 13 de 01 de 2014

*<http://www.costabonino.com/intro-m.pub.pdf>*. (s.f.). Recuperado el 13 de 01 de 2014

# ANEXOS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTADA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ENCUESTA CONCERNIENTE LA SITUACION ACTUAL DEL SERVICIO  
PRESTADO AL USUARIO DE GOBIERNO AUTÓNOMO  
DESENTRALIZADO DEL CANTÓN PATATE

Encuesta dirigida a los Usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate

OBJETIVO.- Determinar la incidencia del Marketing de Servicios en la satisfacción de los usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate.

INSTRUCCIONES.- La presente información será utilizada de manera académica para la obtención del Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios en la Universidad Técnica de Ambato, por lo cual se pide se conteste con la veracidad de la realidad, porque la información se usara académicamente

RECOMENDACIONES.

1.- Marque con una X en el casillero que crea conveniente

2.- marque solo una respuesta en cada pregunta

Cuestionario:

1.- Género

1.1 Femenino ( )

1.2 Masculino ( )

2.- ¿Qué Instrucción tiene?

2.1 Primaria ( )

2.2 Secundaria ( )

2.3 Superior ( )

3.- ¿Cómo calificaría el servicio que le brinda el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate?

3.1 Regular ( )

3.2 Bueno ( )

3.3 Muy Bueno ( )

3.4 Excelente ( )

4.- ¿Cómo fue la prestación del servicio que usted recibió por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate?

4.1 Regular ( )

4.2 Bueno ( )

4.3 Muy Bueno ( )

4.4 Excelente ( )

5.- La atención prestada por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate cubrió sus necesidades?

5.1 Si ( )

5.2 No ( )

6.- ¿Cómo desearía que sea la información que usted necesita?

6.1 Clara ( )

6.2 Precisa ( )

6.3 Oportuna ( )

7.- ¿En qué área considera usted que los funcionarios deben ser capacitados?

7.1 Servicios (Atención al usuario, manejo de documentación)

7.2 Relaciones Humanas

7.3 Otros

8.- ¿Estaría Usted de acuerdo con que se coloquen buzones de sugerencias para así medir el grado de atención al usuario?

8.1 Si ( )

8.2 No ( )

9.- ¿Que elemento considera Usted que interviene en la buena atención al usuario por parte del empleado público?

9.1 Sueldos ( )

9.2 Incentivos ( )

9.3 Motivación ( )

9.4 Nivel Educativo ( )

10.- ¿Cuándo usted realiza una gestión en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate la atención es:

10.1 Rápida ( )

10.2 Lenta ( )

10.3 Muy lenta ( )

10.4 No la Realiza ( )

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTADA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ENCUESTA CONCERNIENTE LA SITUACION ACTUAL DEL SERVICIO  
PRESTADO AL USUARIO DE GOBIERNO AUTÓNOMO  
DESENTRALIZADO DEL CANTÓN PATATE

Encuesta dirigida a los Funcionarios y empleados

OBJETIVO.- Determinar la incidencia del Marketing de Servicios en la satisfacción de los usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate.

INSTRUCCIONES.- La presente información será utilizada de manera académica para la obtención del Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios en la Universidad Técnica de Ambato, por lo cual se pide se conteste con la veracidad de la realidad, porque la información se usara académicamente

RECOMENDACIONES.

1.- Marque con una X en el casillero que crea conveniente

2.- marque solo una respuesta en cada pregunta

Cuestionario:

1.- Género

1.1 Femenino ( )

1.2 Masculino ( )

2.- Estado civil

2.1 Soltero ( )

2.2 Casado ( )

2.3 Divorciado ( )

2.4 Viudo ( )

2.5 Unión Libre ( )

3.- ¿Qué Nivel Educativo tiene?

3.1 Primaria ( )

3.2 Secundaria ( )

3.3 Superior ( )

4.- ¿Ha recibido algún tipo de capacitación para atención al usuario?

4.1 Nunca ( )

4.2 Alguna vez ( )

4.3 Rara vez ( )

4.4 Siempre ( )

5.- ¿Cada qué tiempo el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate debe capacitar a sus funcionarios y empleados?

5.1 Cada Año ( )

5.2 Semestralmente ( )

5.3 Trimestralmente ( )

5.4 Mensualmente ( )

5.5 Semanalmente ( )

6.- ¿Que cursos de capacitación le ayudarían a desenvolverse mejor en su puesto de trabajo?

6.1 Relaciones Humanas ( )

6.2 Servicio al Cliente ( )

6.3 Control de conflictos ( )

6.4 Motivación ( )



7.- ¿Qué clima institucional cree usted que existe en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate?

7.1 Malo ( )

7.2 Regular ( )

7.3 Bueno ( )

7.4 Muy Bueno ( )

8.- ¿Qué clase de comunicación existe entre los diferentes departamentos del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate?

7.1 Mala ( )

7.2 Regular ( )

7.3 Buena ( )

7.4 Muy Buena ( )

9.- ¿Cree usted que una buena técnica de capacitación incrementara la satisfacción de los usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate la volvería más?

9.1 Rápida ( )

9.2 Lenta ( )

9.3 Muy Lenta ( )

9.4 No la realiza ( )

10.- ¿Cómo siente usted en su puesto de trabajo?

10.1 Inconforme ( )

10.2 A gusto ( )

10.3 Indiferente ( )